

INHALT

T-Punkte mit Paket rund um Foto und Telekommunikation	...S. 7
Siemens bietet Händlern umfangreiche Unterstützung	...S. 9
Vodafone-Händler erleben Formel 1-Rennen hautnah	...S. 12
Concept Bücking: Mobile Messen aus Essen	...S. 14
Wohin geht MP3?	...S. 15
Rund ums Thema Audio-Business	...S. 16
Canon mit neuer Vertriebsstruktur auf Wachstumskurs	...S. 20

PoS-MAIL photokina Guide	...S. 21
Konvergenz von Bild- und Informationstechnik	...S. 22
Die wichtigsten Aussteller nach Produktgruppen	...S. 24
Aussteller von A-Z	...S. 25
Hallenplan	...S. 26

Panasonic T[tau]-TV	...S. 29
Neue TFT-Displays: Die Sony P-Reihe	...S. 30
LG Electronics mit neuen Projektoren	...S. 32
Samsung mit neuen TFT-Monitoren	...S. 34
Europäischer UMTS- Kongreß auf der Systems 2002	...S. 35
NEC-Mitsubishi's Quality Society	...S. 37
HP-Software als Plattform für Digital-Imaging-Produkte	...S. 38
xD-Picture Card von Fujifilm und Olympus	...S. 39
Neue Digitalkamera von Sony	...S. 40
Neue Canon Produkte für das digitale Bild	...S. 41
Fujitsu „DynaWo“ bietet kostengünstige Archivierung	...S. 42
Flächendeckendes Funk-LAN für Nordamerika	...S. 44
Games	...S. 45
Linux: News und Infos	...S. 46
Tk-Nachrichten	...S. 6, 8, 12
Tk-Neuheiten	...S. 10
Neuheiten	...S. 13, 33, 36
Aktuelles	...S. 4, 14, 31, 35, 36
Kleinanzeigen	...S. 47
No(?)sense	...S. 47
Impressum	...S. 47

Immer beliebter:



Videoschnitt-Software

Wer erinnert sich noch an die Mitte der 80er Jahre, als die Super-8-Hobbyfilmer ganz zeitgeistgemäß weg von der Filmklebepresse vorsichtig erste tapsige Schritte beim neuartigen Videoschnitt unternahmen? Schnitttechnisches Neuland wurde betreten. Da gaben schon nach den ersten unbefriedigenden Versuchen viele es auf, die Kamerakassetten im Heimvideorecorder mit Hilfe des simplen Tastendrucks in eine vorführ-

Diese Zeiten mit der Band-zu-Band-Methode (linearer Schnitt) sind aber nun schon geraume Zeit vorbei, Consumer-orientierte Videoschnittsoftware ist allenthalben en vogue. Die Nachfrage für eine moderne, nonlineare Schnittweise steigt zusehends. So nach dem Motto: „Machen wir's den Fernsehanstalten nach“. Denn Videonachbearbeitung ist zur Zeit dank preiswerter Schnittlösungen populär wie nie.

FireWire

Beim nonlinearen Schnitt, also Schnittbearbeitung wie früher beim Film, werden die Videoaufnahmen per FireWire-Schnittstelle auf die Festplatte eines

Schnittsystems gespielt, dort vom Anwender entsprechend bearbeitet und dann als fertiggeschnittener Videofilm wieder zurück auf das Band übertragen.

Software für den Schnitt der gedrehten Videos wird zunehmend beliebter, wird gerne von den Camcorder-Herstellern im sogenannten Bundle mit FireWire-Karten für den Windows-PC angeboten. So bei Canon, JVC und Sony beispielsweise. Die Nachbearbeitung am Computer ist in. Schneiden wie die Profis heißt die Parole. Komfortabler geht's auch nimmer.

Denn zu Hause steht in aller Regel schon ein leistungsfähiger PC, und die Hobbyfilmer schwören schon

fertige Form zu bringen. Übrig blieb ein Stapel unbearbeiteter Videokassetten, die in aller Regel nach der ersten Vorführung in tiefen Schrankschubladen für immer verschwanden. Was waren das noch für Zeiten, als linear nach der einfachen Assemble-Schnittmethode Einstellung für Einstellung hintereinandergesetzt wurden. Der Insertschnitt war da schon etwas Besonderes.

seit einiger Zeit auf leistungsfähige Mini-DV-Camcorder, der Qualität zuliebe. Sollen nun die „belichteten“ Kamerakassetten nachbearbeitet werden, um sie in eine vorführfertige Form zu bringen, müssen also beide Geräte (im Prinzip) einfach verbunden werden. Doch der Teufel steckt – wie so oft – auch hier im Detail. Denn ohne den FireWire-Anschluß geht gar nichts. Jeder moderne digitale Camcorder hat so eine Buchse, die ebenso als IEEE1394 oder bei Sony als i-Link bezeichnet wird. Aber auch der Computer muß mit so einer Schnittstelle ausgestattet sein, um die digitale Übertragung von Bild und Ton verlustfrei zu ermöglichen. Entweder wird sie

nachgerüstet oder ist, wie beim aktuellen Apple-Macintosh-PC (Kurzform „Mac“), schon serienmäßig vorhanden, incl. Schnittprogramm. Da die heutigen Computer als wahre Multimediageräte ziemlich leistungsfähig sind, und dadurch für die Videobearbeitung kein Problem darstellen, muß nur noch mit FireWire-Steckkarte und einer Schnitt-Software nachgerüstet werden. Doch wichtig sind darüber hinaus Funktion und Bedienkomfort der Schnittpakete, soll der Frust beim Einarbeiten nicht bald ins Unermeßliche steigen!

Denn Schnitteinsteiger oder leicht Fortgeschrittene wollen meist intuitiv zu Werke gehen, die ersten

Siemens macht Händler „Fit for mobile“

Mit der Initiative „Fit for mobile“ will der Bereich Siemens IC Mobil seinen Handelspartnern Wissen um neue Technologien und Möglichkeiten liefern. ... S. 9



Audio Business: Caruso sei Dank!

Tonwiedergabe ist eines der wichtigsten Themen der Unterhaltungselektronik. Aktive Verkaufsberatung ist hier nach wie vor gefragt. ... S. 16



Speicherzweig mit Riesenpotential

Das von Olympus und Fujifilm neu entwickelte Speichermedium xD-Picture Card bietet eine Reihe von Vorzügen für die Erfassung von Bild- und Audiodaten. ... S. 39



WLAN weltweit im Aufwind

Der New York Times zufolge wollen mehrere namhafte Konzerne in Nordamerika gemeinsam ein Funknetzwerk nach WLAN-Standard IEEE.80211 errichten. ... S. 44



Doppelt zahlen?

Zu den für Handel und Industrie weniger erfreulichen Nebenwirkungen des digitalen Zeitalters zählt der immer schwierigere Schutz von Urheberrechten. Geschützte Inhalte nahezu jeder Art – Filme, Musik, Software oder Fotos – können heute oftmals ohne Qualitätsverlust kopiert und über digitale Netzwerke oder Datenträger unkontrolliert verbreitet werden. Mit Hochdruck arbeitet die Industrie darum an der Entwicklung der „Trusted Computing Platform Alliance“ (TCPA), mit der digitale Module „sicherer“ gemacht werden sollen. Im Klartext heißt das, daß zentrale Server Computeranwendern in Zukunft den Zugriff auf geschützte Inhalte verweigern könnten – wenn das zur Nutzung notwendige Zertifikat nicht vorhanden ist. Dabei wird die Entscheidung darüber, was geschützte Inhalte sind, durch die Kodierungen des Digital Rights Managements (DRM) festgelegt.



Bereits die nächste Windows-Version soll das Microsoft Schutzsystem „Palladium“ enthalten, das ohne Kontrolle des Nutzers überwacht, welche Daten kopiert und welche Software gestartet werden kann. Wird es abgeschaltet, stehen sämtliche auf TCPA aufsetzenden Anwendungen nicht mehr zur Verfügung. Natürlich ist über die Details dieser Sicherheitsfunktionen noch nicht das letzte Wort gesprochen: Schließlich muß der Spagat gelingen, für Sicherheit zu sorgen, ohne den Datenaustausch, der ja Sinn und Zweck digitaler Netzwerke ist, so schwierig zu machen, daß am Ende überhaupt nichts mehr funktioniert. Darunter hätten dann Content-Lieferanten und Hardware-Hersteller gleichermaßen zu leiden.

Während die Industrie komplizierte Technologien entwickelt, um der Raubkopiererei – die ja auch zu Lasten des Handels geht – Einhalt zu gebieten, versucht die Bundesregierung, das Problem eher mit steinzeitlichen Mitteln zu lösen. Am 1. August verabschiedete das Bundeskabinett einen Gesetzentwurf, der die gute alte Geräteabgabe auch auf IT- und Kommunikationsprodukte ausweitet. Damit wird nicht nur einmal mehr der Einzelhandel zum Inkassobüro der Nation, sondern der Verbraucher zudem gleich zweimal zur Kasse gebeten: einmal beim Kauf des Gerätes und zum anderen – via TCPA – für die individuelle Nutzung. Erschwerend kommt hinzu, daß bei der Geräteabgabe auch solche Anwender mitzahlen, die gar nicht vorhaben, geschützte Inhalte zu kopieren.

Zudem droht durch den geplanten deutschen Alleingang eine Verzerrung des Wettbewerbs in Europa: Ausländische Anbieter, die über das Internet bekanntlich leicht zu erreichen sind, brauchen die deutsche Geräteabgabe jedenfalls nicht einzukalkulieren. Da das Internet keine Grenzen kennt, werden sich internationale Modelle zur individuellen Nutzungsabrechnung mit oder ohne den deutschen Sonderweg durchsetzen. Darum muß der Kabinettsentwurf möglichst schnell vom Tisch – bevor der deutsche Einzelhandel wieder einmal die Zeche für ein mißlungenes Menü der Politik zahlen muß.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement



Pinnacle hat im August mit seinem Studio 8-Programm, dem Nachfolger von Studio 7, eine Consumer-orientierte Software im Markt eingeführt.

Schritte tun. Vom Internet her ist man's ja gewöhnt.

Panasonic bietet eigene Software für den Videoschnitt am PC an. Sie heißt Motion DV Studio 3.0 und ist zum empfohlenen Endverkaufspreis von 129,- Euro (für den Betrieb mit dem Notebook-PC 159,- Euro) auch ohne Kauf eines Camcorders erhältlich. Sie ist eine All-in-One Software mit allem, was der Hobbyfilmer für den Videoschnitt benötigt. Editiert wird durch bequemes Drag&Drop mit der Maus – alles auf einem einzigen Bildschirm. Fertige Videos können die Anwender in MPEG und anderen gängigen Formaten ein- und ausgeben und auch Video-Clips an E-Mails anhängen. Vielseitige Spezialeffekte, weiche Szenenübergänge, Rolltitel und Zeichentricks, um nur einige der vielfältigen Möglichkeiten zu nennen, machen dem Produktnamen Motion Studio alle Ehre.

Will ein Händler, so Panasonic Produktmanager Philipp Heintzenberg, das Schnittprogramm jedoch zusammen mit einem Camcorder anbieten, so ist ihm das freigestellt. Vielleicht zu einem attraktiven Paketpreis, um so einen neuen Kunden zu gewinnen und von seiner Kompetenz für das Hobby Videofilmen zu überzeugen. Diese sogenannte Bundle-Lösung wird schon seit geraumer Zeit von Canon praktiziert. Mit dem neuen MV5-Camcorder erwirbt der Kunde gleich noch die Pinnacle Studio 7 SE Schnittsoftware.

Auch JVC legt seinen digitalen Camcordern der höheren Preisklasse eine CD mit abgespeckter Schnittsoftware der japanischen Firma Pixela (USB als auch FireWire) bei, so daß nach dem Dreh das Kameramaterial in Grenzen nachbearbeitet werden kann. Zuviel darf man sich aber nicht davon versprechen.

Unübersichtlicher Markt

Mittlerweile ist das Angebot von Schnittsoftware als Stand-alone-Pakete ziemlich unübersichtlich geworden. Da geht es von A wie Adobe (Premiere 6.01), AIST (Movie DV 4.0, Movie Pack VE), Apple,

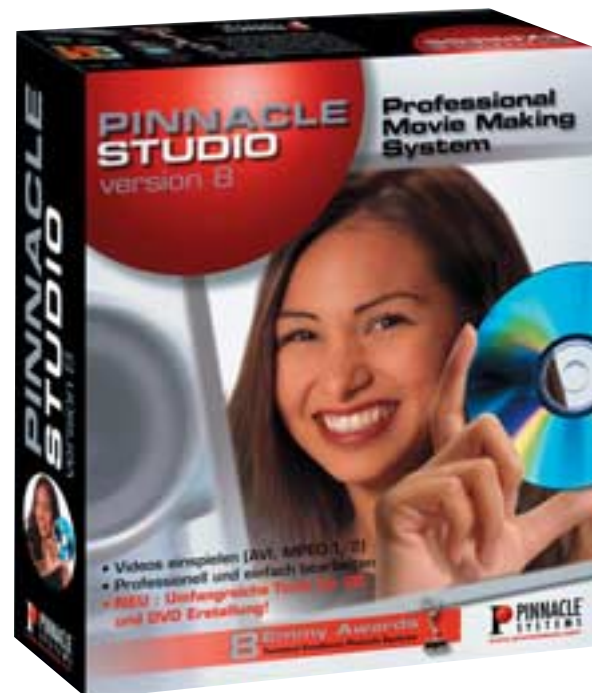
Avid über Canopus, Dazzle, MAGIX, Pinnacle, Roxio bis hin zu Ulead (MediaStudio 6.0) oder Video Factory. Und die Liste könnte man noch fort-schreiben.

In der Vergangenheit hat sich in der Szene das Pinnacle

Studio 7-Programm als beliebte Einsteiger-Software für den Videoschnitt am Computer etabliert.

Pinnacle hat im August mit seinem nagelneuen Studio-8-Programm, dem Nachfolger von Studio 7, eine Consumer-orientierte Software im Markt eingeführt, die als reine Softwarelösung zu einem empfohlenen Endkundenpreis von 99,- Euro im Fachhandel erhältlich ist. Übrigens gehören die verschiedenen Studio-Produkte seit Jahren schon zu den meistverkauften Videoschnittlösungen im Consumer Segment. Da ist es nicht verwun-

Das neue Pinnacle Studio 8 ergänzt die Funktionen der Vorgängerversion wie etwa SmartCapture, automatische Szenenerkennung, Story-board- und Timeline-Ansicht, Trimming-Funktion, 3D-Effekte und Titelgenerator um Capture- und Editing-Features von professioneller Qualität. Dazu gehören Echtzeit-Umwandlung von DV nach MPEG2 beim Einspielen von Videomaterial, Import von MPEG-Dateien und das Rendering von komplexen Effekten im Hintergrund. So kann ungestört weitergearbeitet werden, während das Programm selbst Effekte wie Motion Menues vor animierten Hintergründen für die Vorschau laufend neu berechnet. In die Oberfläche des Titelgenerators Title Deko wurden neue Funktionen für die Erstellung und Bearbeitung von CD- und DVD-Menues integriert. Die praktische SmartSound-Funktion paßt die mitgelieferten Soundtracks automatisch der Szenenlänge an und verbindet die Ton- mit der Bildspur.



Pinnacle Studio 8 eignet sich als leicht zu bedienende Schnittsoftware mit umfangreicher Funktionalität nicht nur für Einsteiger, sondern bietet auch bereits versierten Hobby-Cuttern die Möglichkeit, ihre Filme noch professioneller zu gestalten und im Handumdrehen auf hochwertigen Medien ohne Qualitätsverlust zu speichern.

derlich, wenn Pinnacle Systems mit dem neuen Studio 8 seine Marktführerschaft in diesem Bereich weiter ausbauen will.

Schon Pinnacle Studio 7 hat den Einsteigern beim Videoschnitt viel Freude bereitet. Ebenso wird Pinnacle Studio 8 sowohl als Software-Only-Lösung erhältlich sein als auch die neue Basis für die anderen Studio-Produkte mit verschiedenen Hardwarekomponenten darstellen. Studio DV, Studio DVplus, Studio Deluxe und Studio DC10plus werden ab sofort alle mit der neuen Software ausgestattet. Für Besitzer älterer Studio-Produkte steht ebenfalls seit letzten Monat ein Upgrade auf Version 8 zur Verfügung. Mit einem weiteren, gänzlich neuen Studio-Produkt wird Pinnacle den Ansprüchen von Laptop-Besitzern gerecht: Pinnacle Studio DVmobile wird mit Software und einer PC-Card ausgeliefert und ermöglicht den Datentransfer auch auf Notebooks ohne FireWire-Anschluß.

Auch ist mit Studio 8 dank der integrierten CD- und DVD-Authoring Funktion erstmals in dieser Produktkategorie das Erstellen und direkte Brennen von DVDs, VCDs und SVCDs möglich. Wo Editing und Authoring bisher noch in zwei Arbeitsschritten durchgeführt werden mußten, gehen diese Prozesse mit Studio 8 nahtlos ineinander über. Hat der Anwender nämlich das Videomaterial wie gewünscht geschnitten, angeordnet und mit Titeln, Übergängen und Effekten versehen, können professionelle DVD-Menüs mit Hintergrundmusik, Videoszenarien und Motion Buttons erstellt werden. Auch komplexe, verschachtelte und mehrfach verlinkte Menüs sind kein Problem. Dabei kann das Projekt im Vorschaufenster jederzeit betrachtet werden. Da in dieser Software Videoschnitt und CD-/DVD Erstellung eine Einheit sind, muß nicht, wie in anderen Applikationen üblich, der Schnitt abgeschlossen sein, um dann zum



Das neue Pinnacle Studio 8 ergänzt die Funktionen der Vorgängerversion wie etwa SmartCapture, automatische Szenenerkennung, Storyboard- und Timeline-Ansicht, Trimming-Funktion, 3D-Effekte und Titelgenerator um Capture- und Editing-Features von professioneller Qualität.



Authoring wechseln zu können. Vielmehr können auch noch Szenen verändert werden, nachdem man Menüs und Buttons bereits erstellt hat. Das fertige Filmwerk schließlich läßt sich durch einfaches Klicken auf das „Make Disc“-Icon in der Menüleiste auf wahlweise VCD, SVCD oder DVD brennen. Für Kenner stehen selbstverständlich auch individuelle Einstellungen zur Verfügung. Damit eignet sich Studio 8 als leicht zu bedienende Schnittsoftware mit umfangreicher Funktionalität nicht nur für Einsteiger, sondern bietet auch bereits versierteren Hobby-Cuttern die Möglichkeit, ihre Filme noch professioneller zu gestalten und im Handumdrehen auf hochwertigen Medien ohne Qualitätsverlust zu speichern. Auch Aufnahmen von TV-Karten im platzsparenden MPEG2-Format

lassen sich mit Studio 8 bearbeiten und beispielsweise von Werbeblöcken befreien. So kann beispielsweise das Topspiel der Woche zusammengeschnitten werden, mit animierten Menüs und Kapitel-Markern versehen und auf DVD oder CD gebrannt für die Ewigkeit archiviert werden. Erstmals lassen sich mit der Pinnacle-Software auch Videokassetten, die mit den neuen Sony MicroMV-Camcordern aufgezeichnet worden sind, bearbeiten und auf professionellen Speichermedien archivieren. Denn die winzigen MicroMV-Kassetten nehmen nur noch MPEG-Daten auf. „Wir freuen uns, mit Pinnacle Studio 8 ein Produkt auf den Markt zu bringen, das die Erwartungen der Anwender an eine leistungsfähige, einfach zu bedienende und dabei erschwingliche Schnittsoftware

kompromißlos erfüllt,“ sagt Armin Fendrich, Regional Manager bei Pinnacle Systems in Deutschland. „Mit Studio 8 gehen wir einen weiteren Schritt in Richtung einer komplexen Multimedia-Lösung, die neue Zeichen setzt und bei aller Komplexität der Funktionen den Anforderungen von Einsteigern und Fortgeschrittenen gleichermaßen gerecht wird. Insbesondere MPEG-Verarbeitung und Brennfunktion wurden von den Nutzern häufig nachgefragt, und mit Studio 8 ist nun endlich auch die verlustfreie Verarbeitung und Archivierung der Videos in dieser Qualität möglich.“ Sony als Marktführer der deutschen Consumer Electronics bietet ähnlich wie JVC keine separate Stand-alone-Schnittsoftware an. Sony-Presseman Olaf Pempel: „Abgesehen von eventuellen

der von Aufschwung. Was Wunder, wenn so Eigengewächse wie das vor Jahren hoffnungsvoll gestartete Vaio-Notebook mit knapp 7 Prozent Marktanteil und natürlich die breite Palette der digitalen Camcorder mit einer Größenordnung von knapp 50 Prozent Marktanteil das ohnehin nicht unterentwickelte Selbstbewußtsein stärken. Canopus bietet mit seiner Schnittkarte DV Raptor RT eine preis-

sowie fortschrittliches MPEG-Encoding zur CD, DVD-Erstellung und zum Web-Streaming.

Zu guter Letzt

Es gilt zu bedenken: Kein Schnittprogramm kann sowohl den blutigen Anfänger als auch den gewieften Profi gleichermaßen gut bedienen. Da steckt manchmal schon bei den Videoschnitt-Programmen unter dem Limit von 100 Euro der Teufel



Erstmals lassen sich mit der Pinnacle-Software auch Videokassetten, die mit den neuen Sony MicroMV-Camcordern aufgezeichnet worden sind, bearbeiten und auf professionellen Speichermedien archivieren. Denn die winzigen MicroMV-Kassetten nehmen nur noch MPEG-Daten auf.

Sonderaktionen bieten wir neben den Camcordern beispielsweise auch unser erfolgreiches Vaio-Notebook immer als Paket mit Schnittsoftware an“. Einige digitale Sony-Camcorder werden mit dem Programm „Movie-Shaker“ ausgeliefert. Da kann man im wahrsten Sinne des Wortes nur sagen: Sony hat's nicht nötig, auch dieses Feld nebenher noch zu beackern. Denn der Erfolg ist bei den Japanern wieder zurückgekehrt. Da spricht der Vorsitzende der Geschäftsführung, Leopold Bonengl, sogar wie-

Canopus bietet mit seiner Schnittkarte DV Raptor RT eine preisgünstige Echtzeit DV Capture- und Videoschnittlösung für den erfahrenen Hobby-nachbearbeiter an. Um dem Anwender ein ausgereiftes nonlineares Videoschnittsystem anzubieten, bundelt Canopus den DV Raptor RT mit Adobe Premiere 6.0.



Panasonic bietet eigene Software für den Videoschnitt am PC an. Sie heißt Motion DV Studio 3.0 und ist zum empfohlenen Endverkaufspreis von 129,- Euro (für den Betrieb mit dem Notebook-PC 159,- Euro) auch ohne Kauf eines Camcorders erhältlich.

günstige Echtzeit DV Capture- und Videoschnittlösung für den erfahrenen Hobby-nachbearbeiter an. Um dem Anwender ein ausgereiftes nonlineares Videoschnittsystem anzubieten, bundelt Canopus den DV Raptor RT mit Adobe Premiere 6.0, „der derzeitigen Nummer eins der Schnittprogramme“ (laut Fachzeitschrift „videoaktivDIGITAL“). DV Raptor RT beinhaltet umfangreiches Editing und Effekt-Zubehör und bietet ein noch nie da gewesenes Niveau an fachmännischen Features wie z.B. Echtzeit-Capturing, Effekte, Titel und Filter

im Detail, die doch an sich für den Einsteiger gedacht sind. Kostengünstig steht also hier nicht für einfache Bedienung. Auch veraltete Bedienkonzepte, womöglich noch mit englischsprachiger Gebrauchsanleitung, sind leider nicht die Ausnahme. Aber gehen wir noch einige Schritte weiter: Wer jedoch mit viel Erfahrung, Geschick und Ausdauer sein Videohobby zum Beruf machen will, ist mit den heutzutage angebotenen Nachbearbeitungsprogrammen sogar dazu in der Lage...
Ulrich Vielmuth



PoS Aktuell

Urheberrechtsabgabe für CD-Brenner auf sechs Euro pro Stück festgelegt

Auf eine Urheberrechtsabgabe von sechs Euro auf jeden CD-Brenner haben sich nach monatelangen Verhandlungen der Verband Bitkom und die Verwertungs-Gesellschaften geeinigt. Hersteller oder Importeure müssen zukünftig und rückwirkend ab Juli 2001 pro verkauftes Gerät pauschal sechs Euro an die Verwertungs-Gesellschaften abführen. Wie Bitkom mitteilt, werden durchschnittliche Preiserhöhungen von zehn Prozent die Folge sein. Die getroffene Vereinbarung berücksichtigt die Bestimmungen des geänderten Urheberrechts und den Vergütungsbericht des amtierenden Regierungskabinetts, in dem die Einführung einer ganzen Reihe pauschalierter Abgaben für diverse digitale Geräte gefordert wird.

Wie der Verbandspräsident der Bitkom, Jörg Menno Harms, ausdrücklich betont, sind die vom Käufer über den Kaufpreis erhobenen Urheberrechts-Abgaben keinesfalls ein „Freibrief für Schwarzbrenner und Software-Piraten“, sondern sollen der Kompensation von Verlusten durch gesetzlich erlaubtes Kopieren dienen.

Energieeinsparung bei TV- und Videogeräten

Freiwillig hat sich die UE-Industrie bereits im Jahr 1996 dazu verpflichtet, die Leistungsaufnahme von Fernsehgeräten und Videorecordern zu reduzieren. Dabei sank, laut Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu), der Verbrauch allein im Standby-Betrieb von durchschnittlich 6,18 auf 3,38 Watt für TV-Geräte und von 6,64 auf 3,53 Watt für Videorecorder. Die gfu geht davon aus, daß sich der Verbrauch in den nächsten Jahren weiter reduzieren wird. Nur noch rund 15 Euro geben die Haushalte heute durchschnittlich für



Anton Schalkamp seit 1977 bei Bose

Anton Schalkamp, Geschäftsführer der Bose GmbH und Regional Manager Bose Europe, hat im August sein fünfundzwanzigstes Dienstjubiläum bei Bose gefeiert. Er begann seine Karriere bei dem Unternehmen am 8. August 1977.

den Gesamtbetrieb (Fernsehen und Standby) eines TV-Gerätes aus, das sind gerade zwei Prozent des gesamten Stromverbrauchs, der sich jährlich auf etwa 4000 Kilowatt-Stunden beläuft. An der Selbstverpflichtung beteiligen sich insgesamt 15 Unternehmen, darunter alle maßgeblichen Hersteller von Fernsehgeräten und Videorecordern. Ihr Marktanteil dürfte in Deutschland die 90 Prozent-Marke übersteigen.

Toshiba ist überall in Europa erfolgreich

Auch im europäischen Notebook-Gesamtmarkt nimmt Toshiba mit einem Marktanteil von 13,9 Prozent die Spitzenposition ein. Mit 16,0 Prozent Marktanteil in Frankreich, 18,2 Prozent in Großbritannien sowie 19,5 Prozent in Spanien ist Toshiba neben Deutschland in diesen Ländern jeweils Marktführer.

Jens Cullmann arbeitet jetzt bei Cullmann

Jens Cullmann hat seine Tätigkeit als neuer Assistent der Geschäftsführung der Cullmann GmbH angetreten. Der Experte in Sachen Marketing und Vertrieb wird sich im

väterlichen Unternehmen um nationales und internationales Marketing kümmern. Jens Cullmann begann seine Karriere 1997 bei der Otto Bock Health Care in Duderstadt. Dort entwickelte er Strategien für neue Märkte und baute eine Vertriebsniederlassung in der Türkei auf. 2001 wechselte er zu Linde Gas nach München, wo er in der strategischen Unternehmensplanung tätig war. Der 33jährige Betriebswirt hat in Landshut und Oxford studiert und Praktika in Südostasien absolviert.

Samsung in schwierigem Markt erfolgreich

Samsung, einer der führenden Hersteller von Speicherchips für PCs, konnte seinen Gewinn im Vergleich zum Vorjahr auf 1,92 Billionen südkoreanische Won (1,6 Milliarden Euro) mehr als verdoppeln. Trotz des Anstiegs des Netto-Gewinns um 119 Prozent fällt jedoch der operative Gewinn zurück. Das angesichts der angespannten Marktsituation erstaunlich positive Ergebnis erklärt Samsung mit dem Abschöpfen der Gewinnmargen in allen Bereichen. Den größten Erfolg erzielte Samsung in seinem Halbleiter-Segment, wogegen der Umsatz in der Mobiltelefon-Sparte deutlich nachgelassen hat, obwohl Samsung auch hier im Vergleich zur Konkurrenz recht gut aussieht. Der Umsatz im laufenden Geschäftsjahr stieg von 8,02 Billionen Won (6,8 Milliarden Euro) im zweiten Quartal 2001 auf nunmehr 9,94 Billionen Won (8,4 Milliarden Euro) an. Nach der abgeschlossenen Restrukturierung sei Samsung mit seinen 64.000 Mitarbeitern in 47 Ländern auf der Produktseite hervorragend aufgestellt, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens.

Panasonic senkt Preis für DVD-Brenner

Panasonic Deutschland hat den Preis für den DVD-Brenner LF-D321E RB und für das beigefügte Softwarepaket auf 449 Euro gesenkt. Der LF-D321E RB-Brenner bietet umfassende Anwendungsmöglichkeiten. Die Nutzung des DVD-R Standards, der bereits für DVD-Videofilme verwendet wird,

gewährleistet die maximal mögliche Kompatibilität zu allen Abspielgeräten. Mittels seines wahlfreien Datenzugriffs verhält sich das DVD-RAM Format wie eine Wechselspeicherfestplatte. Die Daten können geschrieben, gelöscht und verschoben werden.

Laut Panasonic konnten sich auf dem DVD-RAM-Format basierende Videorecorder auf dem japanischen und nordamerikanischen Markt erfolgreich gegen alle anderen wiederbeschreibbaren DVD-Formate durchsetzen (Marktanteil ca. 72 Prozent bzw. ca. 77 Prozent). In Europa zeichne sich eine ähnliche Entwicklung ab (Marktanteil ca. 55 Prozent). Panasonic sieht das DVD-RAM Format als bedeutende Schnittstelle zwischen PC und Unterhaltungselektronik im Bereich Audio- und Videobearbeitung.

Schnittstelle Serial ATA gewinnt an Bedeutung

Obwohl zur Zeit noch nicht, wie geplant, in den aktuellen Mainboard Chip-Sets integriert, gewinnt die neue Serial-ATA Schnittstelle für Festplatten und optische Laufwerke schneller als erwartet am Markt Bedeutung. Eine steigende Anzahl von Mainboard-Herstellern integriert Serial-ATA mittels Zusatz-Chips in ihre Top-Modelle. Mit Serial-ATA erhältlich sind z. B. schon das Soyo P41 Dragon Ultra mit Intel 845E Chip Set, das Epox EP-4G4A2+ mit dem Intel 845G und das Iwill KK333 (Epox 8K5A5+). Es ist abzusehen, daß sich Serial-ATA bis zum Jahresende bei den Mainboards als Standard etablieren wird. Die Festplattenhersteller stehen schon mit entsprechenden Laufwerken in den Startlöchern.

TePax GmbH übernimmt Arcus Audio GmbH

Das traditionsreiche Berliner Unternehmen Arcus Audio GmbH ist von der TePax GmbH übernommen worden und stellt in Kürze ein neues Lautsprecherprogramm vor, das weiterhin unter der Bezeichnung Arcus läuft. Traditionelles Know-how und innovative Techniken kennzeichnen das neue Konzept und sollen dem Namen Arcus auch in Zukunft gerecht werden. TePax ist insbesondere mit neuen Technologien wie beispielsweise der NXT-Flachlautsprecher-technik vertraut und hat mit dieser, als einer der ersten Hersteller, zwei Produkte im Markt präsent. TePax pflegt, nach eigenen Aussagen, eine starke Bindung zum Handel und sieht sich als ein zuverlässiger Partner im heiß umkämpften Markt.

Neu bei debitel: Verbindungs-Checker

Als Nachfolgeprodukt des Tele-Info-Pakets hat debitel den „Verbindungs-Checker“ eingeführt. Im Vergleich zu seinem Vorgänger bietet er detailliertere Informationen. Mit seinen zusätzlichen Grafiken und statistischen Darstellungen ermöglicht der Verbindungs-Checker eine optimale Auswertung des Telefonie-Verhaltens. Eine Grafik stellt die Verbindungskosten der letzten zwölf Monate dar, eine weitere zeigt die durchschnittliche Verteilung der Verbindungen nach Uhrzeit sowie Haupt- und Nebenzeit an. Auch die Gesprächsdauer wird genauer unter die Lupe genommen: Eine Übersicht unterteilt die Gespräche bis zehn Sekunden, sechzig Sekunden und länger. Anhand dieser Liste läßt sich feststellen, ob es sich eventuell lohnt, auf eine andere Taktung umzusteigen. Neben der reinen Sprachtelefonie berücksichtigt der Verbindungs-Checker die Nutzung von WAP und GPRS, indem er die Kosten nach den verschiedenen Verbindungsarten trennt. Auch die SMS-Dienste der debitel MessageLine werden separat berücksichtigt. Bis Ende des Jahres bietet debitel den Verbindungs-Checker für 2,50 Euro im Monat an, danach kostet er 2,94 Euro. Kunden, die bereits das Tele-Info-Paket abonniert haben, werden automatisch auf den Verbindungs-Checker umgestellt.

Zweitkarte mit freier Netzwahl bei debitel

debitel Kunden haben ab sofort die Möglichkeit, eine Zusatzkarte (nur in Verbindung mit Abschluß eines Mobilfunkvertrags mit 24monatiger Laufzeit in den folgenden Tarifen: TellySmile, Sunline und Privat) mit eigener Mobilfunknummer zu erwerben. Wer bei Vertragsverlängerung ein neues Handy erhält oder bereits zwei Handys hat, dem bietet der neue Tarif die Möglichkeit, das übrige Mobiltelefon an den Partner, an Kinder oder einen guten Freund weiterzugeben. Neukunden, die bei Vertragsabschluß einer Hauptkarte bereits über ein Handy verfügen oder sich für ein zusätzliches Gerät entscheiden, können ebenfalls als weiteren Tarif die Zusatzkarte wählen. Die Karte gibt es ohne zusätzlichen Anschluß- und Monatsgrundpreis, es gilt ein Mindestgesprächsumsatz von fünf Euro in Verbindung mit den Basistarifen TellySmile, Sunline und Privat. Der Kunde kann – unabhängig von der Hauptkarte – frei zwischen dem T-D1-, Vodafone D2- oder dem E-Plus-Netz wählen.

Sony Deutschland für individuelle Abrechnungssysteme

Sony Deutschland setzt sich weiterhin für die Einführung individueller nutzungsbezogener Abgaben ein. In einer aktuellen Pressemitteilung nimmt Sony dazu wie folgt Stellung: „Die deutsche Urheberrechtsgesetzgebung orientiert sich im Kabinettsentwurf nach wie vor an gesetzlichen Vorgaben von 1965 und schreibt diese für das 21. Jahrhundert fest. Die Sony Deutschland GmbH unterstützt einen Kurs der Erneuerung im Abrechnungsverfahren der Urheberrechtsvergütungen, der von involvierten Herstellern in Deutschland seit einiger Zeit

gefordert wird“, so Udo Freialdenhofen, Leiter Corporate Communications der Sony Deutschland GmbH, zum Standpunkt des Unternehmens. Gegen Piraterie müsse vorgegangen werden. Mit pauschalen Geräteabgaben kann dies aus Sicht der Sony Deutschland GmbH jedoch nicht erfolgreich geschehen. „Der Verbraucher kann nicht zweimal zur Kasse gebeten werden. Der Kabinettsentwurf gibt aber genau diese Richtung vor. Das ist ein wirtschaftlicher Nachteil für den IT-Standort Deutschland“, so Freialdenhofen weiter.

www.truck.de

Mobile Messen aus Essen ...

SPECIALS, TRUCKS & MORE

CONCEPT BUCKING

W · E · R · B · E · A · G · E · N · T · U · R · G · M · B · H



Bitte fordern Sie unseren Gesamtkatalog per Fax an:

Firma: _____

z.Hd.: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Tel.: _____

Telefax +49 (0)2 01 4 18 89

Wir passen unsere Fahr -
zeuge Ihren Aktionen an.

CONCEPT BUCKING

W · E · R · B · E · A · G · E · N · T · U · R · G · M · B · H

Frankenstr. 359, 45133 Essen

Tel. +49 (0)2 01 4 18 80

eMail: info@buecking.de

Internet: www.truck.de

Pos Aktuell

Neue Tarifoptionen bei T-Mobile Deutschland

Für Kunden von T-Mobile Deutschland stehen ab sofort neue Wunschoptionen bereit: Mit „T-D1 More Talk“, „T-D1 More Weekend“, „T-D1 More Friends“ und „T-D1 More SMS“ werden Telefonate und der Versand von Kurzmitteilungen (SMS) preiswerter. Die entsprechenden Angebote stehen Nutzern der Tarife TellySmile, TellyActive und TellyProfi zur Verfügung und werden zusätzlich zu den bestehenden Optionen City, Local und International angeboten. Vieltelefonierer sollen von T-D1 More Talk und T-D1 More Weekend profitieren. So richtet sich T-D1 More Talk an TellyActive- und TellyProfi-Nutzer, die vor allem in der Woche – von Montag 0 Uhr bis Freitag 20 Uhr – im Inland vom T-Mobile Handy ins deutsche Festnetz telefonieren. Sie erhalten für einen zusätzlichen monatlichen Preis von 9,95 Euro ein monatliches Budget von 100 Gesprächsminuten. T-Mobile Kunden, die überwiegend am Wochenende – von Freitag 20 Uhr bis Sonntag 24 Uhr – im Inland ins deutsche Festnetz telefonieren, sparen in den Tarifen TellySmile, TellyActive und TellyProfi mit T-D1 More Weekend. Im monatlichen Optionspreis von 4,95 Euro sind ebenfalls 100 Gesprächsminuten enthalten. Das entspricht einem Preis pro Verbindungsminute von 0,05 Euro statt 0,09 Euro. Für SMS-Fans bietet T-Mobile T-D1 More SMS an: Für einen zusätzlichen monatlichen Betrag von 2,50 Euro verschicken T-Mobile Kunden in den Tarifen TellyActive und TellyProfi beliebig viele Kurznachrichten vom T-D1-Handy zu T-D1-Handy für jeweils nur 0,09 Euro statt 0,19 Euro pro SMS. Wer mit dem Handy nicht nur gern Textbotschaften verschickt, sondern

auch häufig mit Freunden und Bekannten im T-Mobile Netz telefoniert, sollte als Kunde in den Tarifen TellyActive und TellyProfi die Option T-D1 More Friends nutzen. Für 9,95 Euro im Monat erhält der Kunde ein Budget von 40 SMS und zusätzlich 20 Gesprächsminuten für nationale Verbindungen von T-D1 zu T-D1. Alle Wunschoptionen sind einzeln oder in Kombination buchbar, sofern die Optionen im gewählten Tarif verfügbar sind. Die Einrichtung der Option ist über den T-Mobile Servicemanager unter der Kurzwahl 2020, über das T-Mobile Service-Center, im T-Punkt oder bei den Vertriebspartnern von T-Mobile Deutschland möglich.

Online Schulungcenter bei Dangaard Telecom

Ab sofort können sich Dangaard Telecom Kunden online schulen lassen. Im neuen Online-Trainingscenter bietet das Unternehmen seinen Kunden kostenlose Schulungen zu Produktneuheiten. In gut strukturierten Kursen werden dem Kunden Kenntnisse zu aktuellen Produkten und Technologien übermittelt, die er bei Beratungsgesprächen am PoS einsetzen kann. Am Ende des Kurses erfolgt ein Abschlußtest, bei dem die erworbenen Kenntnisse geprüft werden können. „Dan Prix“ Kunden profitieren doppelt. Sie erzielen nicht nur einen Wissensvorsprung, sondern sammeln auch noch Punkte im „Dan Prix“, die sie gegen attraktive Prämien einlösen können. Dangaard Telecom will dem Handel mit dem Online-Trainingscenter ein Tool zur Verfügung stellen, mit dem Produktneuheiten bis ins Detail studiert werden können. In einem virtuellen Rundkurs wird der Anwender über Features und Funktionen, Verkaufsargumente, die Zielgruppe und das passende Zubehör informiert. Des weiteren erhält er in einem Produktvergleich einen Überblick über die wesentlichen technischen Unterschiede. Wenn

er alle Details zum Produkt verinnerlicht hat, gelangt er in das Ressourcen-Center. Dort findet er nochmals alle Informationen als Druckversion, Datenblätter, Flash-Animationen usw.

Quam stoppt operatives Geschäft in Deutschland

Quam hat das aktuelle operative Geschäft im Bereich GSM/GPRS eingestellt. Grundlage hierfür war nach einer Mitteilung des Münchner Netzbetreibers die Entscheidung der Gesellschafter des Unternehmens, Telefónica Móviles und Sonera, die kurz- und mittelfristige Strategie in Deutschland neu auszurichten. Diese Entscheidung wurde vor dem Hintergrund der Entwicklung auf dem deutschen Mobilfunkmarkt getroffen. Quam wird keine neuen Kunden mehr akquirieren. Für Kunden, die die Dienstleistungen des Unternehmens aktuell in Anspruch nehmen, gibt es keine Veränderungen: Das Unternehmen hält seinen Netzbetrieb aufrecht. Quam wird seine Bestandskunden über die weitere Entwicklung informieren. Der Mobilfunkanbieter hält an seiner UMTS-Lizenz fest und wird den weiteren UMTS-Aufbau den Marktgegebenheiten anpassen.

BI-LOG AG übernimmt ServiceCenter von Talkline

Die Bamberger BI-LOG AG übernimmt das Service- und Reparatur-Center Elmshorn, das bisher zur Talkline GmbH & Co. KG gehörte. Zu der künftigen gemeinsamen Arbeit steuert BI-LOG seine Kompetenz in Logistik, Hardware-Management und Kundenbetreuung bei, das ServiceCenter bringt seine Kernkompetenz im Bereich Reparatur ein. Das Elmshorner ServiceCenter gehört einer Pressemitteilung zufolge zu den Top 3 der deutschen Reparatur-Dienstleister für Mobilfunk-Endgeräte. Die Geschäftsführung der neuen BI-LOG-Tochter bleibt in den Händen des



Siemens stattet Schulen mit DSL-Modems aus

Siemens IC Networks wird dazu beitragen, mehr als 30.000 Schulen in Deutschland mit einem schnellen, breitbandigen Zugang zum Internet auszustatten. Dafür stellt IC Networks der Deutschen Telekom kostenlos 15.000 DSL-Modems für das Projekt T@School zur Verfügung. Mit T@School bietet die Deutsche Telekom allen Schulen in Deutschland einen dauerhaften kostenlosen T-ISDN- oder T-DSL-Anschluß und T-Online-Zugang an. Das Engagement von Siemens und DTAG hebt die Quote von Breitband-Internetzugängen an deutschen Schulen bis Jahresende auf etwa 75 Prozent.

bisherigen Führungsteams Hans-Peter Kummerfeldt und Jens Peters, die zugleich Mitgesellschafter sind. Das Unternehmen wird künftig unter dem Namen „Quips“ am Markt agieren und unter anderem die bereits eingeführten Handydoc-Services der BI-LOG AG anbieten. Das Elmshorner ServiceCenter beschäftigt derzeit rund hundert Mitarbeiter. Für sie ergeben sich durch die Übernahme keine Veränderungen. Quips plant im nächsten Geschäftsjahr einen Umsatz von 14,1 Millionen Euro.

MobilCom stellt den PC-Handel ein

Im Rahmen der konzernweiten Konzentration auf das Kerngeschäft Mobilfunk stellt MobilCom den Betrieb im Geschäftsfeld PC-Hard- und Software-Handel in allen 62 Filialen der bundesweiten Computer-Handelskette comtech ein. Die Hauptgesellschaften der comtech Computersysteme GmbH wurden zum 1. August an die mittelständische Wolfsburger trend-e-pak-Gruppe verkauft, die alle 62 Filialen und die über 300 Mitarbeiter von comtech übernahm.

tesion auch 2002 wieder erfolgreich auditiert

Der Stuttgarter Telekommunikationsanbieter tesion ist im Rahmen der Rezertifizierung seines Qualitätsmanagements auch in diesem Jahr wieder erfolgreich auditiert worden. Dabei wurde bei tesion zum ersten Mal die neue Norm nach DIN EN ISO 9001:2000 angewandt. Die Zertifizierungsgesellschaft, wie in den vergangenen drei Jahren die Dekra Certification Services, überprüft hierbei die In-

strumente des Qualitätsmanagements auf ihre Wirksamkeit und Einhaltung in einem Unternehmen. Trotz Vereinfachungen im Ablauf gewährleistet die neue Norm eine größere Prüftiefe und ist nun um den wesentlichen Faktor „Kundenzufriedenheit“ erweitert worden. Im Rahmen der Zertifizierung wurde auch geprüft, ob die vom Regulator gesetzlich vorgeschriebene Genauigkeit im Erfassen der Verbindungsdaten und in der Abrechnung eingehalten wird. Die Überprüfung des dafür verantwortlichen tesion Bereichs Billing ergab keinerlei Beanstandungen.

Plantronics steigert den Gewinn um 31 Prozent

Der Headset-Hersteller Plantronics Inc. hat im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2003 (1.4.02 bis 31.6.02) nach eigenen Angaben den Gewinn um 31 Prozent im Vergleich zum Referenzquartal 2002 gesteigert. Pro Aktie konnte ein Ertrag von 0,21 US-Dollar (Vorjahr 0,16 US-Dollar) erwirtschaftet werden. Insgesamt stiegen der Gewinn auf 10,2 Millionen US-Dollar (8,1 Millionen US-Dollar) und der Umsatz auf 80,3 Millionen US-Dollar (77,8 Millionen US-Dollar). Während der Umsatz den am 23. April 2002 bekanntgegebenen Prognosen entspricht, wurde der Gewinn pro Aktie übertroffen. Das Unternehmen ging in den Schätzungen von zwischen 0,16 und 0,19 US-Dollar pro Aktie aus. Grund dafür sind laut Unternehmensangaben die Senkung der Produktionskosten und die erholte Nachfrage für Mobilkommunikationssysteme. Die Erträge im Kerngeschäft für Call Center- und Bürosysteme waren erwartungsgemäß stabil.

AVM Distri-Cup 2002 sucht Distributor mit der höchsten Umsatzsteigerung

„20.000 Meilen – drei Etappen – ein Team“ heißt das Motto des AVM Distri-Cups 2002. Unter sechs Distributoren sucht AVM derzeit den Distributor mit der höchsten Umsatzsteigerung. Dabei sollen in drei Runden die Verkaufszahlen ausgewählter AVM-Produkte gesteigert werden. Das beste Team wird mit einem Segeltörn in Spanien für 20 Personen belohnt. Mit dem Distri-Cup schafft AVM einen zusätzlichen Anreiz zur Umsatzsteigerung in den Ferienmonaten August und September. In jeder der drei Runden sollen die beteiligten Distributoren den Absatz der AVM-Produkte Fritz!Card DSL, Ken! und Ken! DSL, BlueFritz! Startpaket, BlueFritz! USB und der Fritz!Card USB steigern.



Mittels Punktesystem werden nach Abschluß jeder Etappe der Sieger ermittelt und die aktuelle Platzierung veröffentlicht. Als Vergleichswert beim Punktesammeln gelten die durchschnittlichen Verkaufszahlen des ersten Halbjahres 2002. Die letzte Etappe endet mit dem „Auf-tauchen“ am Berliner Wannsee und anschließender Siegerehrung. Die drei Hauptpreise bleiben dem maritimen Motto treu: 1. Preis ist ein Segeltörn vor der Küste Spaniens, 2. Preis ein Tauchkurs im größten künstlichen Tauchgewässer Europas, dem Duisburger Tauchgasometer, und der Drittplazierte geht per Schnorchelset auf eigene Faust unter Wasser. Alle Preise gelten für jeweils 20 Personen.

Ein weiteres Beispiel für die Konvergenz der Medien und Technologien und dafür, wie aus neuen technischen Möglichkeiten auch neue kaufmännische Möglichkeiten entstehen, liefert derzeit die Deutsche Telekom: Mit Digital Imaging und Home Entertainment bieten deren T-Punkte Komplettpakete, die die Welt der digitalen Fotografie erlebbar machen, der Kreativität der Nutzer freien Lauf lassen und die vielfältigen Möglichkeiten des digitalen Bilder-machens mit ISDN- und DSL-Angeboten verknüpfen.



In den T-Punkten der Deutschen Telekom gibt es derzeit Angebote rund um die digitale Fotografie.

T-Punkte schnüren Paket rund um Foto und Telekommunikation

Die angebotenen Produkte repräsentieren den jeweils neuesten Stand der Technik. In den mehr als 500 T-Punkten der Telekom werden dem Kunden die Möglichkei-

ten der digitalen Bildbearbeitung und Unterhaltungselektronik für den privaten Gebrauch gezeigt. Die Angebote eröffnen Einsteigern die Möglichkeit, die digitale Bilderwelt

mit einer kompletten Geräte- und Softwarelösung zu betreten; Fortgeschrittene können ihr bestehendes Equipment um das ein oder andere noch fehlende Pro-

dukt ergänzen. Dabei werden von der Digitalkamera als Aufnahme-gesamt bis zum Internetzugang für das Verschicken der Digitalfotos alle Produkte und Dienstleistungen aus einer Hand angeboten. Das Angebot verbindet die attraktiven Anwendungsmöglichkeiten der digitalen Fotografie und eine anspruchsvolle Home-Entertainment-Ausstattung auf Wunsch mit dem Hochleistungs-Kommunikationsnetz T-ISDN und dem Highspeed-Internetzugang T-DSL. Aufgrund der hochwertigen Komponenten ist es außerdem möglich, dieselben Bestandteile als Basis für eine leistungsfähige Spieleplattform im Online-Angebot zu nutzen.

Alle Geräte und Dienste, die im Rahmen der Aktion angeboten werden, sind einzeln zu haben, so daß der Kunde aus dem gesamten Sortiment exakt die auf seine Bedürfnisse zugeschnittenen Angebote auswählen kann. Herzstück des Angebots sind Rechner und Monitore aus dem Hause Fujitsu-Siemens, Digitalkameras, Scanner und Tintenstrahldrucker des US-amerikanischen Herstellers Hewlett-Packard sowie die ISDN- und DSL-Angebote der Deutschen Telekom.

Als Desktop-PC steht der Fujitsu-Siemens Scaleo 600i bereit. Er besitzt unter anderem einen Intel 4-Prozessor mit 2,2 Gigahertz, 256 MB DDR-Ram, eine interne 60 GB-Festplatte, DVD-Brenner 16/48, CD-RW-Brenner 32/10/40, Grafikkarte ATI Radion, Lan-Karte (Netzwerkkarte), 16-Bit-Stereosound und TV-Out. Als Programme sind bereits installiert Windows XP (als OEM-Version), Microsoft Work-

Bei der DTAG ist jetzt auch ein USB-Modem für T-DSL erhältlich

Die Deutsche Telekom AG (DTAG) hat ab sofort mit dem Teledat 300 USB auch ein externes Breitbandmodem mit USB-Schnittstelle zum (empfohlenen) Verkaufspreis von 139,99 Euro im Angebot. Damit stehen T-DSL Kunden insgesamt vier verschiedene Breitbandmodems für unterschiedliche Nutzerinteressen zur Verfügung. Das Teledat 300 USB eignet sich vor allem für Kunden, die keinen internen PCI-Steckplatz im PC mehr frei haben, oder die ihren PC nicht öffnen wollen. Das neue Breitbandmodem kann problemlos mit einem USB-Kabel an einen USB-Port am Computer angeschlossen werden. Dadurch ist keine externe Stromversorgung erforderlich. Das Modem unterstützt die Betriebssysteme Windows 98, Me, 2000 und XP.

Suite, Microsoft PictureIt, Microsoft Encarta Weltatlas und Microsoft Autoroute Express. Als einzelnes Gerät ist der PC für 1.049 Euro* zu haben, mit T-ISDN xxl- oder T-DSL-Vertrag kostet er 999 Euro* und mit zusätzlichem T-ISDN xxl oder T-DSL-Vertrag 899 Euro*.

Als Handwerkszeug für den mobilen Einsatz bietet das DTAG-Angebot das Fujitsu-Siemens Notebook Amilo M. Preise: 1.449 Euro* (Gerät alleine), in Verbindung mit einem T-ISDN xxl- oder T-DSL-Vertrag 1.399 Euro*, mit zusätzlichem T-ISDN xxl oder T-DSL-Vertrag 1.299 Euro*. Von Fujitsu-Siemens stammen schließlich auch die Bildschirme. Neben einem herkömmlichen 15"-Monitor (179 Euro*) halten die T-Punkte zwei TFT-Flachbildschirme mit 15" (479 Euro*) bzw. 17" (729 Euro*) bereit.

Als Digitalkamera steht die HP PhotoSmart 318 (249 Euro*) bereit, analoge Vorlagen können mit dem HP Scanjet 4400 (119 Euro*) digitalisiert werden, und für das Homeprinting ist der Tintenstrahldrucker HP Deskjet 940c (129 Euro*) geeignet. Komplettiert wird das Angebot durch das Multifunktionsfaxgerät T-Fax 7960.

Die mitgelieferte Software ermöglicht die problemlose Bildbearbeitung zu Hause und, sofern ein T-ISDN xxl oder ein Internet-Breitbandzugang T-DSL bereits vorhanden sind, den schnellen Versand der Digitalbilder über den Internetdienst T-Online. Dort können auch echte Bilder von Digitalfotos bestellt werden.

* alle Preisangaben sind unverbindliche Preisempfehlungen

Interview mit Telekom Pressesprecher Walter Genz zum derzeitigen „Foto“-Angebot in den T-Punkten

PoS-MAIL: Betrachtet man das Thema Telekommunikation und Fotografie, so wird derzeit die Aufmerksamkeit durch die Einführung von MMS eher auf den Mobilfunk gerichtet. Wie schätzen Sie grundsätzlich die derzeitige und zukünftige Bedeutung der Fotografie für die Festnetz-Telefonie ein?

Walter Genz: Digitale Kameras, sowohl für Foto- als auch für Videografie, sind mittlerweile stark verbreitet und bilden den neuen Standard. Das Versenden von MMS und Fotos über Mobilfunkgeräte spiegelt nur einen kleinen, wenn auch hochinteressanten Teil dieses wachsenden Marktes wider. Der Festnetzanschluß ist wegen seiner hohen Bandbreite und der wachsenden T-DSL-Verbreitung bestens für neue Fotodienste vorbereitet. Als Beispiele seien nur die Versendung von E-Mails mit Foto-/Video-anhängen oder die Online-Kommunikation mit digitalen Bilderdiensten genannt.

PoS-MAIL: Welche Fotodienste werden Ihrer Ansicht nach im speziellen für die Tk-Branche wichtig werden?

Walter Genz: Bereits heute gibt es viele Online-Services rund um die Fotografie. Digitale Bilder werden zur Entwicklung an Internet-Bilderdienste gesendet; Homepages mit Digitalbildern angereichert; Fotoalben und -sammlungen in Internetdatenbanken online verwaltet.

E-Mails, sowohl private, als auch geschäftliche, werden mit Foto-, Video- und Voice-Sequenzen angereichert. All diese Dienste werden von den ver-



Walter Genz, Pressesprecher Deutsche Telekom AG.

schiedenen Telekommunikationsanschlüssen, fest oder mobil, genutzt werden.

PoS-MAIL: Das Dienstangebot von T-Online umfaßt auch einen Photo Service, mit dem Digitalbilder auf echtem Fotopapier geprintet werden. Welche Bedeutung werden Ihrer Ansicht nach diese „Online-Fotolabore“ zukünftig haben?

Walter Genz: Mit dem immer größer werdenden Angebot an Digitalkameras und dem qualitativ immer besser werdenden Bildmaterial wird der Bedarf nach Online-Fotolaboren immer größer. Die einfache und zeitsparende Übermittlung der Bilddaten mit dem

turboschnellen T-DSL sowie der Vorteil, die Bilddaten vorher zu verändern und eine persönliche Auswahl von Bildern zu entwickeln, sprechen für sich.

PoS-MAIL: Mit den derzeitigen Angeboten in den T-Punkten haben Sie ein für den Verbraucher interessantes Produktportfolio zusammengestellt. Wird es diese Angebote exklusiv in den T-Punkten geben oder stehen die Geräte und Dienste auch ihren freien Handelspartnern zur Verfügung?

Walter Genz: Zur Zeit wird das erweiterte Produktportfolio exklusiv im T-Punkt angeboten.

PoS-MAIL: Bleibt diese Aktion ein einmaliges Angebot oder wird es demnächst weitere Foto-Tk-Pakete geben, vielleicht auch mit den Geräten anderer Hersteller?

Walter Genz: Mit der Erweiterung des Sortiments in den T-Punkten reagiert die Deutsche Telekom AG auf die Veränderungen im Markt – insbesondere auf das Zusammenwachsen von Telekommunikation und Informationstechnologie. So werden in den T-Punkten, zum Beispiel zum Start der photokina, attraktive Produkte von namhaften Herstellern angeboten. Unter dem Stichwort „Lösungsangebote“ wird die Deutsche Telekom AG in den T-Punkten künftig das Sortiment zielgruppengerecht ausbauen.

Pos Aktuell

BinTec und DeTeLine intensivieren Kooperation

Die BinTec Communications AG und die Deutsche Telekom Kommunikationsnetze GmbH (DeTeLine) haben die seit Anfang 2000 bestehende Vertriebskooperation intensiviert und eine Drei-Sterne-Partnerschaft vereinbart. Als einer der umsatzstärksten Partner erhält die Telekom-Tochter somit den höchsten Status im Rahmen des BinTec Partner Programms. Neben Projekten im Bereich der Standleitungstechnik und der klassischen Dial-In-Szenarien werden sich die beiden Unternehmen schwerpunktmäßig auf die Realisierung von Projekten mit DSL-Routern der X-Generation konzentrieren. Desweiteren verstärkt BinTec die Zusammenarbeit mit dem Produktmanagement der DeTeLine, um gemeinsam neue Lösungen im DSL-Umfeld anzubieten. Im Rahmen der Drei-Sterne-Partnerschaft sind auch gemeinsame Marketingaktivitäten geplant. Gemeinsame Schulungs- und Qualifizierungsmaßnahmen runden die Partnerschaft ab. Das BinTec Reseller Partnerprogramm ist modular aufgebaut und klassifiziert die BinTec-Partner in vier Stufen: gelistete Partner, Ein-Sterne-, Zwei-Sterne- und Drei-Sterne Partner. Der Umfang der Betreuung und Unterstützung hängt vom jeweiligen Partnerstatus ab. BinTec bietet seinen Partnern – je nach Status – maßgeschneiderte Schulungspakete, ein Qualifizierungs- und Zertifizierungsprogramm sowie eine professionelle Vertriebs- und Marketingunterstützung. Ziel der Kooperationen ist die aktive und erfolgreiche Vermarktung von BinTec Produkten.

Autoindustrie beauftragt Funkwerk Dabendorf

Die Funkwerk Dabendorf GmbH, Mobilfunkzubehörspezialist für Lösungen im Nachrüstmarkt und



Mobilfunklösungen aus dem Hause Funkwerk Dabendorf wird es bald auch in Fahrzeugen des Typs smart geben.



Siemens mobile ist Hauptsponsor bei Real Madrid

Die Weltstars des spanischen Fußball-Erstligisten Real Madrid werden in Zukunft für Siemens mobile werben. Das sieht der Sponsoring-Vertrag vor, der im Juli von Siemens-Vorstandsmitglied Rudi Lamprecht und Eduardo Montes, Landessprecher von Siemens Spanien, sowie Florentino Pérez, Präsident von Real Madrid, unterzeichnet wurde. Die Siemens-Mobilfunksparte (IC Mobile) ist damit für die nächsten drei Jahre offizieller Hauptsponsor des spanischen Erstligaclubs und amtierenden Champions-League-Siegers. Ab sofort wird die Mannschaft von Real Madrid das Logo von Siemens mobile auf ihrem Trikot tragen. Zusätzlich zum Trikotsponsoring wurde eine Technologiepartnerschaft vereinbart. Danach werden Siemens IC Mobile und Real Madrid gemeinsam multimediale Fußballinhalte vermarkten.

in der Automobilindustrie, ist von der Micro Compact Car smart GmbH mit der Lieferung von universellen Freisprechanlagen für die Fahrzeuge smart City Coupé und Cabrio sowie smart Roadster beauftragt worden. Das auf der Entwicklungsplattform Audio 2000 aufbauende Produkt wird speziell auf die spezifischen Anforderungen des Fahrzeugherstellers aus Renningen angepasst und ab Herbst als Original smart Zubehör in den smart Centern erhältlich sein. Somit können smart Fahrer Original Zubehör und damit vom Hersteller verbriefte Qualität

für ihr Fahrzeug erwerben und die von der Stiftung Warentest bestätigten hervorragenden Eigenschaften der Audio 2000 nutzen. Neben der Lieferung von Originalzubehör für Automobilhersteller wie Volkswagen, Skoda, Toyota und DAF fertigt Funkwerk Dabendorf auch Lösungen, die speziell im Auftrag und nach den Kundenwünschen des Herstellers entwickelt werden. So entstand neben der universellen Freisprechanlage für den Serieneinsatz im Vaneo und in der Lkw- und Nutzfahrzeugsparte des DaimlerChrysler Konzerns auch eine universelle Freisprechanlage für den Bereich Teile/Zubehör bei BMW, die in diesen Tagen in Serie geht. Gemeinsam mit dem Systemintegrator Visteon wird zur Zeit die Serieneinführung einer universellen Freisprechanlage bei einem weiteren namhaften deutschen Automobilhersteller vorbereitet.

In dieser Kooperation wird auch das nächste Projekt, die Integration einer Kommunikationsplattform basierend auf optischen Fahrzeugbussystemen, realisiert. Mit einer Markteinführung des Systems wird Ende 2003 gerechnet.

O₂ meldet auch für Q1 Anstieg der Kundenzahl

Auch im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres hat O₂ Germany zahlreiche neue Kunden für sich gewonnen. Die Gesamtzahl erhöhte sich einer Pressemitteilung zufolge von 3,891 Millionen am 31. März um fünf Prozent auf 4,086 Millionen am 30. Juni. Damit setzt sich das starke Wachstum fort. 53 Prozent der Neukunden von O₂ haben einen Vertrag abgeschlossen. Ein Großteil dieser neuen Postpaid-Kunden, nämlich 82 Prozent, hat sich für das Produkt O₂ Genion entschieden, das in der Homezone Telefonate zu Festnetzтарifen ermöglicht. Mittlerweile nutzen 52 Prozent aller Vertragskunden O₂ Genion. Insgesamt liegt der Anteil der Postpaid-Kunden bei 51, der Anteil der Prepaid-Kunden bei 49 Prozent.

Neun Farb-Downloads im T-Mobile Wap-Portal

Zum Marktstart des Samsung SGH-S100 hat T-Mobile Deutschland neun farbige Download-Applikationen eingeführt, die für die Nutzung mit dem großen Farbdisplay des SGH-S100 optimiert sind. Die Spiele „Bandit“, „Bowling“, „BooZoo“, „BusinessMan“, „Fussball Fun“, „Glider“, „Rebel Pebble“ und „Reversi“ sowie das Business-Programm „Travelbuddy“ lassen sich über den Download-Bereich im WAP-Portal T-Mobile online herunterladen, die

Spiele auch über die T-Zone „T-Games“. Nutzer des Samsung SGH-S100 erhalten beim mobilen Herunterladen automatisch die neue Farbversion. Für den einmaligen Download werden zusätzlich zum inländischen WAP-Verbindungspreis von 0,19 Euro pro Minute in den Tarifen TellySmile, TellyActive und TellyProfi pro Download 1,99 Euro berechnet, wenn der Download über den T-Mobile Datenservice CSD (Circuit Switched Data) erfolgt. Beim Herunterladen der Anwendungen via GPRS (General Packet Radio Service) entfällt dieser Aufpreis bis auf weiteres.

Handyportal Jamba! hat über zwei Mio. Nutzer

Das Handyportal Jamba! hat in weniger als zwei Jahren nach dem Online-Start die Schwelle von zwei Millionen registrierten Nutzern überschritten. Die Jamba! AG in Berlin ist damit der mit Abstand führende netzübergreifende Anbieter von mobilen Internetdiensten in Europa. Der Erfolg bestätigt die Vision der Gründer, Marc, Oliver und Alexander Samwer, Jamba! als Tor zum mobilen Internet zu etablieren, das überall und jederzeit Entertainment, Information und Shopping bietet. Der Erfolg des Portals beruht zweifelsohne auch darauf, daß sich die debitel AG, die Media-Markt/Saturn Holding, und EP:ElectronicPartner von Anfang an aktiv für Jamba! engagiert haben.

Personelle Veränderungen bei Motorola

Ralf Gerbershagen hat Anfang Juli die Nachfolge von Walter Hühn als Geschäftsbereichsleiter des Personal Communications Sectors (Mobiltelefone) bei der Motorola GmbH angetreten. Gerbershagen arbeitet bereits seit sieben Jahren für Motorola. In dieser Zeit bekleidete er die Position des Vertriebsdirektors Paging für die Regionen Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA), verantwortete den Geschäftsbereich Mobiltelefone für Zentral- und Osteuropa und war als Geschäftsbereichsleiter der Consumer Business Group tätig, die für die Vermarktung von Applikationen und Zubehör sowie für den Internetauftritt verantwortlich zeichnet. Während der zuletzt genannten Tätigkeit gelang es Gerbershagen nach Angaben des Unternehmens, eine starke, verbraucherorientierte Organisation aufzubauen. Er entwickelte den

europaweiten Online-Auftritt, der sowohl den Verkauf als auch die Distribution digitaler und physischer Produkte umfaßt.

Bereits seit Juni verantwortet Nicole Fink die Marketingaktivitäten für den Motorola Geschäftsbereich Mobiltelefone. Zu ihren Aufgaben zählt die Stärkung der Marke sowie die Vermarktung von Mobiltelefonen, Zubehör und Applikationen. Fink arbeitet seit 1995 für das Wiesbadener Unternehmen. Zuletzt hatte sie die Position des Managers Brand Communications & Key Account Marketing inne. Hier zeichnete sie für die Bereiche Markenkommunikation, Händlermarketing und Kundenbetreuung verantwortlich. Erfahrung in der

Umsetzung strategischer und kommerzieller Ziele des Personal Communications Sectors brachte die 39jährige aus ihrer Position als Manager Operator Marketing mit.



Siemens Initiative macht Händler „Fit for mobile“

Vor dem Hintergrund eines sich langsam erholenden Handygeschäfts hat der Siemens Bereich Information and Communication Mobile (IC Mobile) die Initiative „Fit for mobile“ gestartet. Sie soll Handelspartnern Wissen um neue Technologien und Möglichkeiten liefern und mit umfassenden Serviceangeboten und stimmigen, zielgruppenorientierten Marketingkonzepten für Geschäftserfolg des Handels sorgen. Als Fitneßstudio, in dem der

Interessent trainieren kann, dient das neu geschaffene „house of mobile competence“, das von vier Säulen getragen wird (siehe Kästen unten). Als Kommunikationszentrum, das stets aktuelle Informationen und Services bereithält, fungiert das Siemens-Händler-Extranet unter www.siemens-mobile-partnerinfo.de. Auf einer Pressekonferenz in München stellten Vertreter von Siemens IC Mobile der Fachpresse die Initiative „Fit for mobile“ vor.

„Vom Kistenschieben zur Mehrwertschöpfung“

„Wir verstehen ‚Fit for mobile‘ als Initiative zur Optimierung des Informationsaustausches mit den Tk-Händlern“, erläuterte Helga Vater vom Siemens Vertriebsmarketing Deutschland. „Das ‚house of mobile competence‘ repräsentiert dabei ein partnerschaftliches Wis-

senskonzept, in und mit dem sich jeder unserer Kunden wohlfühlen soll.“ Die Initiative sei so aufgebaut, daß Siemens flexibel auf Marktveränderungen reagieren könne und somit die Aktualität der Informationen in allen Bereichen stets gewährleistet sei. „In keinem

Markt geht die Entwicklung so schnell wie in der Telekommunikation. Qualifikation und Weiterbildung sind deshalb die Schlüsselwörter für den zukünftigen beruflichen Erfolg des einzelnen ebenso wie für das gesamte Unternehmen“, stellte Vater fest. Mit ihrem modularen Aufbau aus webbasierter und Face-to-face-Wissensvermittlung Sorge die „Fit for mobile“-Initiative für das notwendige Rüstzeug für das alltägliche Mobilfunkgeschäft.

Bevor Helga Vater sich den Details und Hintergründen der neuen Initiative widmete, hatte Hans-Joachim Winzeck, Leiter Marketing, Siemens Mobile Phones Deutschland, neben den verschiedenen Motiven kommender Anzeigenkampagnen den Status und die Visionen des Siemens Bereichs IC Mobile vorgestellt. Er betonte unter anderem, daß Siemens führend in Informationskommunikation und Entertainment-Lösungen für die mobile Welt sei, daß Siemens Menschen ermögliche, ihr Wissen und ihre Emotionen zu jeder Zeit und an jedem Platz zu nutzen und weiterzugeben, daß Siemens die Bedürfnisse der Menschen in ex-



Vier Motive, die sich unter anderem in den Anzeigen und Infomaterialien wiederfinden, repräsentieren die vier Säulen des „house of mobile competence“: mobile academy (oben links), mobile communication (oben rechts), mobile services (unten links) und mobile marketing (unten rechts).



Im paßwortgeschützten Siemens-Händler-Extranet (www.siemens-mobile-partnerinfo.de) finden Handelspartner umfassende Informationen zu allen Themen und Bereichen der Siemens Initiative.

trem unterschiedlichen Märkten und Kulturen in einer zunehmend mobilen Welt verstehe und daß Siemens durch technologische Fähigkeiten und weltweite Präsenz mit umfassenden Anwendungs-lösungen für Zufriedenheit und Erfolg Sorge.

Katrin Braun, Leiterin Vertrieb Mobile Phones, Siemens Deutschland, präsentierte aktuelle Marktzahlen. Sie zeigte sich optimistisch, daß die Talsohle der vergangenen Monate durchschritten sei und man nach der gegenwärtigen Stagnation bereits wieder einen

langsamen Aufwärtstrend erkennen könne. Als zufriedenstellend bezeichnete Braun auch die Entwicklung der Markenbekanntheit. „Vor allem durch eine Reihe wettbewerbsfähiger Produkte für den Massenmarkt, die wir in jüngster Zeit eingeführt haben, ist uns eine deutliche Steigerung der Markenbekanntheit gelungen – vor allem in ausländischen Märkten“, führte Braun aus. Dementsprechend habe sich auch der Siemens Marktanteil bei Handys in den vergangenen Jahren stetig nach oben bewegt. *hepä*

Vier Säulen tragen Siemens' neues „house of mobile competence“

Das neue Fitneß-Center des Siemens Geschäftsbereichs Mobile Phones für Handelspartner trägt den Namen „house of mobile competence“. Es wird von den vier Säulen mobile academy, mobile communication, mobile services und mobile marketing getragen.

Die mobile academy spricht das gesamte Verkaufspersonal an, vom Auszubildenden bis zum Geschäftsführer. Sie können sich Wissen mit Hilfe unterschiedlicher Trainingsbausteine aneignen und

immer weiter ausbauen. „Basic“- „Advanced“- und „Professional“-Kurse stehen online im Siemens-Händler-Extranet bereit, sie können aber auch am PoS oder in Form von Seminaren an ausgewählten Orten stattfinden.

Das Partner-Extranet stellt die Informationsdrehscheibe der Säule mobile communication dar. Dort stehen ständig Neuheiten, Datenblätter und weiterführende technische Beschreibungen zu Produkten von Siemens IC Mobile zum Download bereit. Aktuelle Neuerungen werden

hier über einen regelmäßigen Newsletter zugestellt. Darüber hinaus sind Pressenews und wichtige Veröffentlichungen abrufbar.

Die Säule mobile services repräsentiert ein umfassendes und ebenfalls modulares Servicekonzept. Hier dienen die bundesweit vertretenen sogenannten Walk-in-Centers als direkte Anlaufstellen für Kundenprobleme. Darüber hinaus können sich Händler zu Siemens-Softwarepartnern qualifizieren und das Angebot des Software-Updates als Möglichkeit zur Steigerung ihrer Kundenzahl einsetzen.

Weiterer Baustein ist die mehrstufige Telefon-Hotline, die aus einer preiswerten 01805-Nummer (zum Beispiel für Garantieleistungen), aus einer teureren 0190-Nummer für die individuelle Beratung und einer speziellen Hotline für Handelspartner besteht. Abgerundet wird diese Säule von umfassenden Service-Informationen im Internet. Dort sind beispielsweise Bedienungsanleitungen und Technikinfos zu den einzelnen Produkten zu finden.

mobile marketing sorgt schließlich für zielgruppengerechtes Marketing zu den einzelnen Produkten. Hier

können die Handelspartner Broschüren, Dekomaterialien und Give aways ordern, die die unterstützenden Medienkampagnen und Sponsoringaktivitäten zur Förderung der Markenbekanntheit und zur Steigerung der Bekanntheit neuer Siemens Produkte am PoS aufgreifen. Zusätzlich können Händler auf eine Siemens Bild-datenbank zurückgreifen, um aus einer Vielzahl von Lifestyle- und Produktfotos die richtigen Motive für eigene Werbeaktivitäten auszuwählen.

POS Neuheiten

Handytaschen von Samsonite lassen sich im Querformat tragen

Mobil Mehr Bewegungsfreiheit durch ihr modernes Querformat sollen die neuen Handytaschen „Samsonite Stylish Quer“ bieten, die Hama neu im Sortiment hat. Hergestellt aus



hochwertigen Materialien und mit ebensolcher Verarbeitung in Samsonite-Markenqualität, kommen die Handytaschen in zwei Größen (5,5 x 11,2 x 2,5 cm und 6,5 x 12,8 x 3 cm) auf den Markt. Der Air-mesh-Stoff sorgt für einen sportlichen und trendigen Look, das Nylex-Material ist strapazierfähig, schmutz- und wasserabweisend. Trotz Polsterung tragen die Taschen nicht auf. Sowohl im Hoch- wie auch im Querformat werden Handys in den „TwistLine“-Taschen geschützt, die ebenfalls neu bei Hama sind. Der Gürtelclip der schwarzen Echtledertaschen läßt sich drehen, dadurch kann die Trageweise individuell verändert werden. Über der Tastatur und dem Display sorgt ein transparentes Sichtfeld für optimale Bedienbarkeit des Mobiltelefons. Eine Ausparung für die Stromversorgung gewährleistet, daß das Handy auch zum Aufladen nicht aus der Tasche genommen werden muß.

Hama vertreibt neues Plantronics Headset mit Bluetooth Technologie

Mobil Zuhörerspezialist Hama vertreibt ab sofort das neue Ohrbügel-Headset Plantronics M 1000. In dem kleinen HighTech-Gerät steckt modernste Bluetooth-Technologie, die eine drahtlose Verbindung zwi-



schen Freisprechanlage und Mobiltelefon per Funk ermöglicht. Konzipiert wurde das Headset für den professionellen, mobilen Einsatz von Vieltelefonierern, die Wert auf hohen Tragekomfort und klaren Ton legen. Drahtlose Funkverbindung und Leichtbauweise des Plantronics M 1000 mit 26 Gramm Gewicht sollen einen neuen Maßstab für „Sprechfreiheit“ setzen. Der Komfort wird durch den einstellbaren Mikrofonarm und biegsamen Ohrbügel sichergestellt, das Headset kann sowohl am linken wie auch am rechten Ohr getragen werden. Über eine im Headset integrierte Rufannahmetaste und den Lautstärkeregler läßt sich das Headset unkompliziert

bedienen. Der Sende- und Empfangsradius des Headsets beträgt bis zu zehn Meter. Für die hohe Tonqualität sorgt ein geräuschkompensierender Mikrofonarm, der Wind- und Hintergrundgeräusche dämpft. Der Akku des Headsets reicht für eine Sprechzeit von bis zu 3,5 Stunden, die maximale Stand-By-Zeit endet erst nach 75

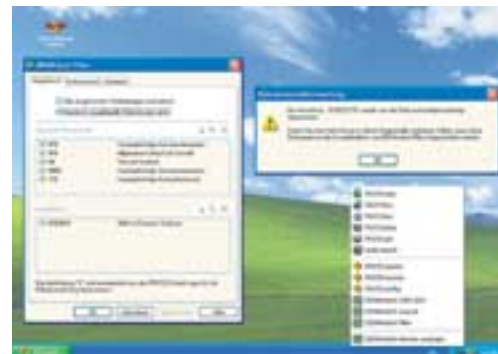
Stunden. Das Plantronics M 1000 ist kompatibel zu Handys mit integriertem Bluetooth-Chip gemäß Version 1.1 und Headset-Profil-Unterstützung.

Neue Version der AVM Sicherheitssoftware ISDNWatch steht bereit



AVM hat die neue Version der Sicherheitssoftware ISDNWatch vorgestellt, die PC-Nutzer noch besser vor bösen Überraschungen schützen soll. Durch eine detaillierte Rufnummernüberwachung und individuelle Filterfunktionen wird die PC-Kommunikation sicherer. Zusammen mit neuen CAPI-Treibern bietet ISDNWatch auch einen weitreichenden Schutz vor 0190-Dialern. ISDNWatch und CAPI-Treiber stehen ab sofort unter www.avm.de zum kostenlosen Download bereit. Die Version 2.00.03 von ISDNWatch erfüllt mit dem Rufnummernfilter ein wichtiges Anliegen vieler Kunden. Mit der neuen Software lassen sich Anwahl und Rufannahme sowohl einzelner Telefonnummern als auch ganzer

Rufnummerngruppen verhindern. Denkbar sind hier beispielsweise Rufnummern ins Ausland, Ferngespräche und kostenpflichtige Service-Rufnummern. Über die Standardeinstellungen hinaus können Anwender weitere zu sperrende Rufnummern einrichten. Auf Systemen mit einer sicheren Benutzerverwaltung wie Windows XP oder Windows 2000 können nur



Anwender mit Administratorrechten die Einstellungen ändern. So lassen sich gesperrte Rufnummern nicht von anderen PC-Nutzern freischalten. Über ISDNWatch erfolgt die Konfiguration der Rufnummern, deren Anwahl der CAPI-Treiber anschließend verhindert. Schon beim Rechnerstart unterbindet die neue Version des CAPI-Treibers

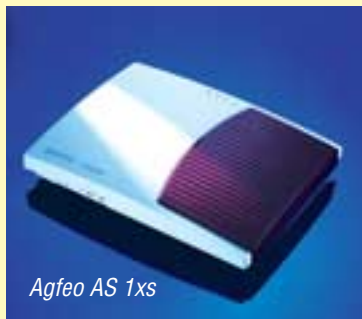
mögliche Anwahlversuche. Im laufenden Betrieb wirkt dieser Filter anwendungsunabhängig. ISDNWatch informiert mit einem Pop-up-Fenster über abgelehnte Anwahlversuche. PC-Nutzer erhalten so auch einen direkten Hinweis, falls ein Dialer-Programm den Anwender mit teuren 0190-Nummern schädigen will. Die Rufnummernsperre ist nur im PC aktiv und

wirkt sich nicht auf andere Endgeräte wie Telefon oder Fax aus, auch wenn diese über den PC konfiguriert werden. So sind beispielsweise weiterhin Telefonanrufe über Call-by-Call-Anbieter möglich. Über CAPI-Treiber funktioniert die Kommunikation zwischen der ISDN-Karte und der jeweiligen Anwendung. Für den Einsatz von ISDNWatch 2.00.03 sind die CAPI-Treiber Version 3.10.02 erforderlich. Diese stehen ab sofort für die Fritz!Card PCI, Fritz!Card USB und Fritz!Card PCMCIA und die Betriebssysteme Windows XP/2000/ME/98 bereit. In Kürze folgen CAPI-Treiber für weitere AVM ISDN-Controller.

Agfeo Neuheiten für die ISDN-Telefonie stehen dem Handel ab sofort zur Verfügung



Die beiden variablen Komfort-ISDN-Tk-Systeme Agfeo AS 1x und AS 2x sind ab sofort im Handel erhältlich. Die beiden Anlagen verfügen in der Grundausstattung neben Agfeos zahlreichen Standardfunktionen, der Fernbedien- und Fernwartbarkeit und dem vielseitigen Tk-Softwarepaket über folgenden



Agfeo AS 1xs

Ausbau: ein S₀ extern, ein S₀ intern/extern schaltbar, vier analoge Anschlüsse (AS 1x) bzw. acht analoge Anschlüsse (AS 2x), ein Audio-Eingang für MoH bzw. Eingaben für AIS, eine USB-Schnittstelle, eine serielle Schnittstelle, eine TFE Schnittstelle, zwei Eingangskontakte, ein Steckplatz für ein optionales AIS Modul, ein Steckplatz für S₀-Modul 220 oder T-Modul 204. Beide Tk-Anlagen können durch ein Vier-sa/b-Modul (T-Modul 204) oder ein Zwei-S₀-Modul (S₀-Modul 220) variabel erweitert werden.

Ebenfalls lieferbar ist ab sofort Agfeo AIS (Audio – Informations – System), ein optional erhältliches Steckmodul für die neuen AS 1x, AS 2x und AS 3x ISDN TK-Anlagen. Das AIS-Modul ermöglicht indivi-

duelle Musik und Textansagen in der Warteschleife und außerdem Weck- oder Alarmmeldungen über die Kontakt- und Sensoreingänge der Tk-Anlage. Diese Meldungen können auf eine beliebige Rufnummer im Fest- oder Mobilfunk-Netz gesendet werden. Auf Grund des einfachen und preiswerten Handlings ist diese Art der telefonischen Ansage (Informationen, Werbung und Musik innerhalb der Warteschleife) und Überwachungsmeldungen (wecken und melden), gerade für kleine Unternehmen und private Anwendungen ein interessantes Leistungsmerkmal.

Zu haben sind außerdem ab sofort mit den Modellen Agfeo AS 3x, AS 40 P und AS 4000 ISDN-Telefonanlagen, die insbesondere für den Einsatz als Vermittlungssysteme in Hotels konzipiert wurden und dort die tägliche Arbeit am Empfangstresen erleichtern sollen. Eine klare Bedienung, leichtverständliche Menüs und die volle Tk-Anlagen-Kontrolle sind die wichtigsten Kennzeichen des Agfeo ST 30 Systemtelefons, das sich mit einer oder mehreren Tastenfelderweiterungen STE 30 ergänzen und den individuellen Notwendigkeiten anpassen läßt. Frei programmierbare Funktionstasten ermöglichen das Ein- und Auschecken der Gäste, dienen zur Gesprächsvermittlung und signalisieren über das Telefondisplay bzw. LEDs, auf welchen Zimmern telefoniert wird. Über ein schnurloses Agfeo DECT 30 SystemHandy können wesentliche Funktionen der Telefonanlage auch unabhängig von der Rezeption bedient werden. Hohen Komfort für die Hotelgäste bei gleichzeitiger Entla-

stung der Rezeption ermöglicht der Betrieb der Agfeo TK-Anlage am sogenannten Anlagenanschluß des Netzbetreibers. Hierbei sind die Hotelgäste per Direktwahl auch von extern erreichbar, und die Gespräche müssen nicht über den Empfang vermittelt werden. Interne Telefonate von



Agfeo AS 4000 Vernetzungsset

Zimmer zu Zimmer oder in Bar oder Restaurant werden ebenfalls „personalschonend“ direkt geführt. Weckfunktionen für die einzelnen Hotelzimmer können entweder über die Zentrale oder direkt vom Gast über das Zimmertelefon aktiviert werden. Ist eine AS 3x ISDN TK-Anlage mit AIS-Modul installiert, kann die eingegebene Weckzeit sogar vom Gast jederzeit durch eine Ansage vom Zimmertelefon überprüft bzw. geändert werden. An der seriellen Schnittstelle der Telefonanlage kann die Gebühreninformation direkt über einen Drucker gedruckt und weiterverarbeitet werden.

Agfeo Telekommunikation empfiehlt für Pensionen und Hotels, je nach Größe, die modulare TK-Anlage AS 3x mit max. 22 Ports, AS 40 P mit max. 39 Ports oder die AS 4000 mit max. 78 Ports. Für die Rezeption eignet sich besonders das Systemtelefon ST 30 und als Schnurlosgerät das DECT 30. Beide Telefone lassen sich durch die Systemtelefonerweiterung STE 30 ausbauen.

Ab sofort verfügbar ist schließlich auch Agfeo TK-Suite, das netzwerkfähige TK-Anlagen-Kommunikations-Paket. Dabei handelt es sich um eine plattformübergreifende Lösung, die zur Markteinführung unter Windows Betriebssystemen arbeitet, später aber auch mit Linux und Mac OS X einsetzbar sein wird. Agfeo Tk-Suite Basic ist netzwerk- und multiuserfähig und ermöglicht die Programmierung entsprechend kompatibler Agfeo Tk-Anlagen, das Auswerten von Verbindungskosten und computerunterstütztes Telefonieren (CTI). Über die integrierte Kontaktverwaltung werden Anrufe getätigt, Notizen verwaltet und über die Wiedervorlage-Funktion wird auf noch zu führende Anrufe hingewiesen.

Arbeitserleichterung bietet Agfeo Tk-Suite Basic auch für den Administrator. Mit ihr können unter anderem Berechtigungen innerhalb der Tk-Anlage individuell, für jeden einzelnen Benutzer vergeben werden, wie z. B. Einstellungen des eigenen Telefons oder Änderungen innerhalb des Telefonbuchs.

TO (P)roducts

... Photo • Digital ...

Pentax Optio 230



289,00 €

Der Einsteiger in die Digitalfotografie mit 2.0 Megapixeln und 1,6 inch LSD Monitor – 180° schwenkbar

- Moviefunktion für bis zu 30 Sekunden Filmsequenzen
- Stromversorgung über handelsübliche 1,5 V Batterien
- Interessante Funktionen für die 3-D-Fotografie

Pentax Optio 330RS



449,00 €

Kleinste und leichteste 3,34 Megapixel-Kamera mit großem optischen 3-fach Zoombereich und eingebautem Blitzgerät

- Brennweite entspricht 37–111 mm bei Kleinbild
- Makrofunktion
- 1,6 inch LCD Monitor, 180° schwenkbar
- Videosequenzen (max. 30 Sek.)
- Interessante Funktionen für 3-D-Fotografie

Große Pixel zu kleinen Preisen

Pentax Optio 430RS



519,00 €

Kleinste und leichteste 4 Megapixel-Kamera dieser Klasse mit großem optischen 3-fach Zoombereich und eingebautem Blitzgerät

- Brennweite entspricht 37–111 mm bei Kleinbild
- Makrofunktion
- 1,6 inch LCD Monitor, 180° schwenkbar
- Videosequenzen (max. 30 Sek.)
- Interessante Funktionen für 3-D-Fotografie
- Einfache Bedienung über Vierwege-Regler
- Kamera wird per USB Verbindung vom Rechner als Laufwerk erkannt

Wir sind für Sie da: Telefon: 02 11 - 30 12 864 Fax: 02 11 - 30 12 865 Ansprechpartner: Gregor Dierdorf / Monika Streuff
Volmerswerther Strasse 26 · 40221 Düsseldorf

So geht's am schnellsten:

Senden Sie Ihre Bestellung per Fax

Fax: 0 21 03/91 07 89

Stück	Artikel	Preis/Euro
.....	Pentax Optio 230	289,00
.....	Pentax Optio 330RS	449,00
.....	Pentax Optio 430RS	519,00
	Zubehör	
.....	Tasche O-CC2	15,90
.....	Li-Ionen Akku D-LI2	31,90
.....	Netzanschluß Kit K-AC2E	37,90
.....	Batterie-Lade Kit K-BC2E	37,90

ABSENDER:

Firma:
 Besteller-Name:
 Straße/Nr.:
 PLZ/Ort:
 Telefon:
 Telefax:

Datum / Stempel / Unterschrift

POS Aktuell

Kundenbetreuung Online erweitert bei E-Plus den Vertragskunden-Service

Über die Kundenbetreuung Online haben E-Plus Vertragskunden ab sofort Zugang zu noch mehr Services im Internet. Zu dem erweiterten Angebot gehören der integrierte Tarifrechner und eine umfangreiche Palette an individuell

auswählbaren Services. Die Liste der neuen Auswahlmöglichkeiten für Kunden ist breit gefächert. So können Rechnungen und Tarife nicht nur eingesehen, sondern Änderungen direkt online vorgenommen werden. Zusätzlich können mit der Kundenbetreuung Online auch noch weitere Dienste wie die Comfort Mailbox, die Unified Mailbox oder das Konferenzgespräch ausgewählt werden. Die Änderung des Einzelverbindungs nachweises in eine vollständige oder verkürzte Darstellung oder die Aktivierung

der Datendienste HSCSD und GPRS sind ebenfalls jederzeit online möglich. Daneben stehen dem E-Plus Kunden weiterhin die bereits bekannten Möglichkeiten zur Anzeige der Rechnungen und Einzelverbindungs nachweise, Cost Control sowie die Gesprächsdatenanalyse zur Verfügung. Businesskunden profitieren ebenfalls vom Angebot der Kundenbetreuung Online. Bei bis zu 40 Kartenverträgen pro Kundennummer können sie nun über einen „Master Key“ alle Karten bequem und effi-

zient verwalten. Auch Rahmenvertragskunden stehen die wichtigsten Services zur Verfügung. Darüber hinaus kann auch jeder Nutzer (z. B. Mitarbeiter) seine persönlichen Daten überprüfen und wichtige Dienste, wie etwa die Comfort Mailbox, selbst nach seinen Bedürfnissen einrichten. Bei den neuen Professional-Tarifen sorgt die Tarifautomatik dafür, daß der Kunde automatisch im besten Professional-Tarif abgerechnet wird. Für Kunden mit anderen E-Plus Tarifen erfüllt online der integrierte Tarifrechner diese Funktion. Mit seiner Hilfe kann der jeweils günstigste Tarif ermittelt und gleich aktiviert werden. Er analysiert das aktuelle Gesprächsverhalten und empfiehlt daraufhin dem Kunden den für ihn günstigsten E-Plus Tarif. Der Zugang zum neuen Angebot erfolgt über die E-Plus Homepage (www.eplus.de). Dort wird im Bereich „Kundenservice“ die „E-Plus Mobilfunk Kundenbetreuung“ ausgewählt. Hier kann sich der Kunde mit seiner Kunden- und Rufnummer registrieren lassen und seinen individuellen Zugangscode per SMS erhalten. In dem mit Kundenkennung und Service-Passwort geschützten Bereich kann er in übersichtlichen Menüs die gewünschten Leistungen auswählen und die entsprechenden Informationen einsehen.

Bundesinnenministeriums, hat einen Katalog an Vorschriften und Auflagen entwickelt, den der geforderte Sicherheitsstandard erfüllen muß. Wichtigste Punkte: Das System muß den Gruppenruf ermöglichen, auch in Notsituationen Funkkanäle bereitstellen, Abhörsicherheit garantieren und geschlossene Benutzergruppen möglich machen. „Diese Kriterien kann GSM-BOS durchaus erfüllen“, erklärte Hoffmann. Technisch realisierbar wird GSM-BOS durch so genannte ASCII-Features (Advanced Speech Call Items), die im klassischen GSM-Netz nicht verfügbar sind. Via ASCII wird es Sicherheits- und Rettungskräften möglich, Teilnehmer zu priorisieren. Für das BOS-Projekt richtet Vodafone im Netz zusätzliche Sprachkanäle ein. Zudem ist GSM-BOS abhörsicher. Die GSM-Luftschnittstelle ist generell verschlüsselt und vor dem Zugriff von Scannern geschützt.

CallYa-Kunden können in fünf weiteren Ländern Guthabekarten kaufen

Ab sofort können CallYa-Kunden von Vodafone zusätzlich auch während ihres Urlaubs in Irland, Malta, den Niederlanden, Schweden und Ungarn die Guthabekarten der dortigen Vodafone-Töchter kaufen und damit ihr heimisches Guthabekonto aufladen. Zuvor konnten bereits Urlauber in Spanien, Italien, Portugal, Griechenland und Großbritannien diesen Service nutzen. Das Aufbuchen des Guthabens ist gewohnt einfach: Der CallYa-Kunde ruft aus dem Ausland über sein Handy unter 22922 den CallYa-KontoServer an. Ein Mitarbeiter der Kundenbetreuung nimmt dann die freigegebene Geheimzahl entgegen und schreibt den entsprechenden Betrag gut. Für die Aufbuchung einer ausländischen Guthabekarte werden pauschal zwei Euro berechnet. Ausnahme Italien: Hier variieren die Kosten je nach Wert der Guthabekarte zwischen zwei und fünf Euro. Diese werden bereits beim Verkauf der Guthabekarte berechnet.

Flottenmanagement mit Vodafone wird um bis zu 43 Prozent günstiger

Mit Vodafone-CorporateFleetManagement bietet das Düsseldorfer Unternehmen ein einfaches Flottenmanagementsystem. Nun hat Vodafone die Preise für die Nutzung um bis zu 43 Prozent gesenkt. So kostet eine Lokalisierungsmeldung via SMS nur noch 29 Cent. Der monatliche Basispreis wurde auf 49,95 Euro reduziert (beide Preise netto).

Vodafone-Händler erleben Formel 1-Rennen hautnah

Eine exklusive Reise zum Formel 1-Rennen auf dem Nürburgring hatten 50 begeisterte Vodafone-Fachhändler und Partneragenturen angetreten, und besser hätte der große Preis von Europa für sie nicht verlaufen können: Zusammen mit 150.000 Formel 1-Fans feierten sie bei schönstem Sonnenschein einen überlegenen Ferrari-Doppelsieg. Gewonnen hatten die Handelspartner den Aufenthalt in der Eifel beim großen Verkaufs-Wettbewerb von Vodafone D2.

Die Händler genossen ein spannendes Wochenende im Paddock Club der Scuderia Ferrari mit einem attraktiven Formel 1-Rahmenprogramm: Bereits am Vortag des Rennens konnten sie beim Pit-Walk in der Boxengasse mit den Formel 1-Stars auf Tuchfühlung gehen und die Formel 1-Boliden im Fahrerlager aus nächster Nähe besichtigen.

„Vodafone sponsert mit Ferrari den erfolgreichsten Formel-1 Renn-

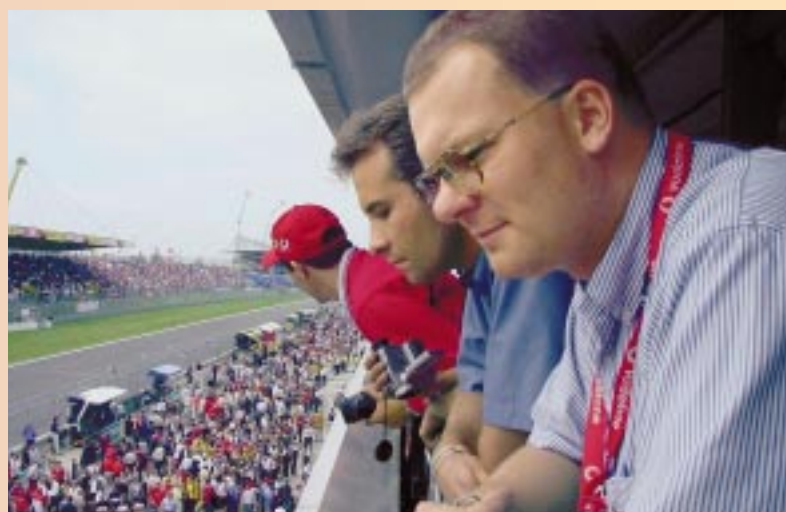
agenturen in den Gebieten der acht Vodafone-Niederlassungen. Dabei ausgezeichnet wurden jeweils die drei besten Teilnehmer mit den höchsten, absoluten Steigerungen sowie die drei besten Teilnehmer mit den höchsten prozentualen Steigerungen an aktivierten Vodafone-Karten. Die Teilnehmer traten nur in ihrer Region an und mußten



sich nicht bundesweit mit allen Händlern messen. Auch für weitere erfolgreiche Vodafone-Fachhändler und Partneragenturen stand der Sommer 2002 ganz im Zeichen von Ferrari: Sie erlebten Ende Juli im Paddock Club den Grand Prix auf dem Hockenheimring mit, und die Besten starteten zu einer Traumreise nach Maranello. Dort konnten sie im Ferrari-Werk einen Blick hinter die Kulissen werfen: Sie besichtigten das berühmte Museum „Galleria Ferrari“. Die Übernachtung in einem Fünf-Sterne-Hotel und italienische Spezialitäten waren dabei natürlich inklusive.

stall, der weltweit für Erfolg, Spitzentechnologie und Innovation steht – Attribute, die perfekt zu den Markenzielen von Vodafone passen“, erklärte Matthias Thieme, Vertriebsleiter Fachhandel, am Rande der Veranstaltung. „Mit attraktiven Incentives wie diesen bedanken wir uns bei unseren engagierten Fachhändlern und Partneragenturen für die außerordentlichen Leistungen.“

Ausgeschrieben war der Ferrari-Wettbewerb 2002 unter allen Vodafone-Fachhändlern und Partner-



Neuheiten


Funkwerk Dabendorf stellt Bluetooth Adapter für Audio 2000 vor

Mobil Der auf der CeBIT 2002 in Hannover vorgestellte Adapter Audio 2000 blue vom Funkwerk Dabendorf steht dem Handel ab sofort zur Verfügung. Er wird genauso wie ein Halter an das Universalkabel der Audio 2000 gesteckt und ermöglicht so die drahtlose Verbindung zwischen Freisprechanlage und Bluetooth-Handy. Damit wird die Nutzung von Bluetooth-Handys mit der Audio 2000 ohne zusätzlichen Installationsaufwand möglich. Ankommende Gespräche werden direkt auf die Freisprechanlage aufgeschaltet. Das Bluetooth-Handy kann dabei z. B. in der Jacke oder in der Tasche verbleiben. Weiterhin ist eine Nutzung anderer Handytypen bei der Audio 2000 blue durch Wechsel auf




gespeichert, mit Namen an (sofern der Anrufer die CLIP-Funktion freigeschaltet hat). Der integrierte Nummernspeicher bietet Platz für bis zu 80 Nummern und Namen. Weitere Ausstattungsmerkmale sind die beleuchtete Tastatur, die Gesprächsdaueranzeige und das Merken von bis zu 20 in Abwesenheit eingegangenen Anrufen. Die Wahlwiederholungsfunktion speichert die letzten zehn gewählten Nummern. Das nebenstellentaugliche Gerät erlaubt den gleichzeitigen Betrieb von sechs Handsets und vier Basisstationen.

128 MB MultiMedia-Card von Kingston

 Die Kingston Technology GmbH liefert jetzt eine 128 MB-Version seiner MultiMedia-Card (MMC) aus. Zur Erhöhung der Speicherkapazität von digitalen Kameras, MP3-Playern, Diktiergeräten und anderen digitalen Geräten steht nun eine komplette Palette von 32 MB, 64 MB und 128 MB MultiMedia Cards zur Verfügung. Das kleine wechselbare Speichermedium ist nicht größer als eine normale Briefmarke (32 x 24 x 1,4 mm), wiegt lediglich 2 Gramm und verfügt über eine hohe Speicherkapazität. Mit einer Schreib-/Lesegeschwindigkeit von 1,7 MB/1,6 MB pro Sekunde können Musiktitel, Audiofiles, digitale Bilder und andere digitale Daten schnell gespeichert und abgerufen werden. Die Einsatzgebiete sind vielfältig: digitale Videokameras, MP3 Player, mobile Telekommunikationsgeräte inklusive Pager und GPS, Diktiergeräte, PDAs usw. Abhängig von der allgemeinen Preisentwicklung wird die 128 MB Version zum empfohlenen Endkundenpreis von 127 Euro (ohne MwSt.) angeboten. Die Garantie beträgt fünf Jahre. Während dieser Zeit besteht ein kostenloser technischer Support. Ausführliche Informationen zu den digitalen Media-Produkten sind über den Link www.kingston.com/flash erhältlich.

Panasonic mit neuem Display für das Toughbook CF-07

 Mit einem noch helleren Bildschirm präsentiert Panasonic eine neue Variante für das Toughbook CF-07. 280 Candela hell ist das transmissive Display. Bei dem Mini-PC mit getrenntem Bildschirm kommunizieren das Display und der Rechner



dank der Wireless LAN-Technologie über eine Entfernung von bis zu 50 m drahtlos miteinander. Zusätzlich erlaubt eine Sonderfunktion das Speichern von bis zu 100 Bildschirmseiten auf dem Display, die auch ohne bestehende Funkverbindung wiedergegeben werden können. Eingaben erfolgen direkt per Stift oder Finger auf die emulierte Tastatur des Touchscreens. Ausgestattet mit einem optional erhältlichen Wide Range Wireless-Modul läßt der CF-07 Mini-PC auch den Datentransfer über das Mobilfunknetz zu. Über die serielle Schnittstelle des Displays können auch weitere Geräte mit serieller Schnittstelle mittels des Displays bedient werden.

Das Toughbook CF-07 ist ab sofort lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 2.100,- Euro für das Display und 3.490,- Euro für den Mini-PC.

Kartenleser von Hama für unterwegs

Mobil Im neuen „Traveller“ für Multi-mediaCard- und SecureDigital-Karten kombiniert Hama ein Lesegerät mit einem USB-Speicher. Der Traveller mißt rund 8 x 4 x 2 Zentimeter und wird ohne Kabel direkt an die USB-Schnittstelle angesteckt. Während des Transportes schützen zwei abnehmbare Kappen den Speicherkarten-Slot und USB-Stecker vor Beschädigung. Die Karte kann im Gerät transportiert und unkompliziert auch an anderen Computern oder Notebooks ausgelesen werden. Der Traveller ist inklusive eines separaten USB-Verlängerungskabels lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 50,- Euro.

Zwei neue Flat-TVs von Philips

 Philips erweitert seine Flat-TV-Reihe um zwei neue, großformatige Plasma-Fernseher: Der 42PF9964 besitzt eine Bildschirmdiagonale von 107 cm, der 50PF9964 kommt sogar auf 127 cm. Dank der hohen Bildauflösung stehen die neuen Geräte für das TV-Erlebnis in Home Cinema-Qualität und ermöglichen aktuelle Video- und Multimedia-Anwendungen wie DVD oder digitales Fernsehen. Die neuen TVs sind ab sofort lieferbar.

Samsung bietet neues DECT-Telefon im Handyformat

 Samsung hat in seinem DECT-Programm ein weiteres Modell vorgestellt, das aktuelle Handytrends mit Festnetzkomfort verbindet. Sowohl das 86 Gramm schwere Handset als auch die Basisstation des neuen SP-R7000 besitzen ein komplett chromschimmerndes Gehäuse. Durch seine leicht taillierte Form soll das 115 mm große Mobilteil besonders gut in der Hand liegen. Eine gesprächsaktive Klappe sorgt für den Handylook und schützt die beleuchtete Tastatur. Die bedienerfreundliche Menüstruktur läßt sich intuitiv erfassen. Das beleuchtete, hochwertige Grafikdisplay zeigt jeden eingehenden Telefonanruf mit Rufnummer oder, sofern im Telefonbuch

AUDIO

Wir sichern Ihre mobile Kommunikation

3000

Telefonieren war gestern ...



... heute wird kommuniziert!

Universal Car Communicator AUDIO 3000

Ab September im Handel erhältlich.



Ein Unternehmen der Funkwerk AG

Funkwerk Dabendorf GmbH

www.funkwerkdabendorf.de
Telefon 03377 / 31 62 85

Concept Bücking: Mobile Messen aus Essen

„Visionen müssen gelebt werden“

Die Bücking Concept GmbH ist eine Essener Spezialagentur für mobile Kommunikationslösungen. Nach 15-jähriger kontinuierlicher Entwicklung konnte sich das Unternehmen als Vorreiter für die Vermietung außergewöhnlicher Fahrzeuge zu Werbezwecken etablieren.

Über 60 zugelassene Fahrzeuge, von der Mini-Stretch-Limousine bis zur mobilen Traglufthalle, decken das gesamte Spektrum mobiler Werbemaßnahmen der Bücking Concept GmbH ab. „Wir sind ständig auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, die Botschaft unserer Kunden ziel-sicher und aufmerksamkeits-wirksam zu kommunizieren. Hierfür ist keine Idee zu ausgefallen. Visionen müssen gelebt werden, und bei uns werden Ideen nicht nur produziert, sondern auch in die Realität umgesetzt“, so Firmengründer und Geschäftsführer Werner Bücking. Die Realisierung wird durch ein enges Netz an Partnerunternehmen gesichert. Von der Konstruktion, über den Bau, bis zur Beschriftung und Inneneinrichtung der Fahrzeuge wird das gesamte Konzept am Unternehmens-Standort in Essen abgewickelt.

Individuelle Marketingmaßnahmen

Die außergewöhnlichen Werbefahrzeuge der Bücking Concept GmbH werden individuell an die

Anforderungen des Kunden angepaßt. Dabei können alle Showfahrzeuge mit verschiedenen europäischen oder US-amerikanischen Zugmaschinen kombiniert werden. Ein europaweites Netzwerk von Handelspartnern, Ersatzteilbeschaffern und Werkstätten garantiert den reibungslosen Ablauf der Werbeaktion.

Neben der maßgeschneiderten Konzeption der Fahrzeuge berät die Bücking Concept GmbH auch bei der Planung und Durchführung von Marketingmaßnahmen. So werden die Kunden beispielsweise bei der Tourenplanung beraten und bei der Organisation der Standplätze unterstützt.

Die Fahrer der Trucks verfügen über internationale Erfahrungen, sprechen verschiedene Fremdsprachen und werden auf jeden nationalen und internationalen Einsatz in Absprache mit dem Kunden sorgfältig vorbereitet. Zudem sind die Fahrer gleichzeitig auch Fahrzeugtechniker und für die einwandfreie Funktionsfähigkeit der gesamten Fahrzeuge und Bühnentechnik verantwortlich.

Die Fahrzeuge können in den unterschiedlichsten Varianten



Die außergewöhnlichen Werbefahrzeuge der Bücking Concept GmbH werden individuell an die Anforderungen der Kunden angepaßt. Neben der maßgeschneiderten Konzeption der Fahrzeuge berät die Bücking Concept GmbH auch bei der Planung und Durchführung der Marketingmaßnahmen.

und ganz nach Bedarf konstruiert werden. So können die Trucks beispielsweise zu einer kompletten Showbühne ausgebaut werden. Dabei bieten sich zahlreiche Möglichkeiten. So kann die Bühne als offener oder aber auch als geschlossener Raum mit rundherum Verglasung genutzt werden. Auch Traglufthallkonstruktionen sind möglich. Die Basis hierfür bildet ein zu beiden Seiten hydraulisch ausklappbarer Auflieger.

Das Fahrzeug ist mit einer futuristischen Hülle ausgerüstet, die je nach Kundenwunsch gegen indi-

viduelle Sonderanfertigungen ausgetauscht werden kann. So sind verschiedene Figuren und Motive dreidimensional realisierbar.

Dies sind jedoch nur einige wenige Beispiele für die mobilen Möglichkeiten, die die Bücking Concept GmbH bietet.

Die individuelle Konzeption ist das A und O des Essener Unternehmens.

miz



Die Fahrzeuge können in den unterschiedlichsten Varianten und ganz nach Bedarf konstruiert werden. So können die Trucks beispielsweise zu einer kompletten Showbühne ausgebaut werden. Dabei bieten sich zahlreiche Varianten. Auch Traglufthallkonstruktionen sind möglich.

POS Aktuell

Loewe übernimmt Sorep/Import in Frankreich

Die Loewe AG hat 100 Prozent der Anteile an ihrem Vertriebspartner in Frankreich, der Sorep Import SA/Strasbourg, übernommen. Sorep verkauft seit fünf Jahren das Loewe Sortiment in Frankreich. „Die erfolgreiche und profitable Aufbauarbeit in diesem wichtigen Markt wird jetzt in direkter Verantwortung von Loewe weiter ausgebaut“, so der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Dr. Rainer Hecker. „Gerade für das Loewe Sortiment aus hochwertigen Fernsehern, DVD-Playern, HiFi-Anlagen und Heimkino-

Anlagen, die in Technik und Design perfekt harmonieren, bestehen am französischen Markt große Chancen. Mit der Übernahme unseres Distributionspartners haben wir einen wichtigen Schritt zur Erschließung dieses Potentials gemacht“, so Hecker weiter.

Plantronics bietet Check- und Reparatur-Sonderaktion

Bis zum 30. September 2002 bietet Plantronics seinen Kunden einen besonderen Check- und Reparaturservice für Headsets. Für 15,- Euro zzgl. MwSt pro Gerät inklusive Verpackung und Versand überholt das Unternehmen das Produkt komplett. Die Überholung schließt den Ersatz von Ohrkissen, Sprachröhrchen und allen anderen

Konsumteilen mit Originalkomponenten von Plantronics mit ein.

Weitere Informationen und Details zu Plantronics „Headset Holiday“ gibt es unter der Hotline 0800/93 23 400 oder unter www.plantronics.com.

Philips Promotion-Aktion noch bis Ende September

Von Mitte August bis Ende September liegt jedem Philips-Videorecorder VR 630 eine Karte bei, mit der das neue BMG-Video „Asterix und Obelix: Mission Cleopatra“ kostenlos bereitgestellt werden kann. Die Aktion wird durch eine Asterix-Banderole kenntlich gemacht, die inklusive Bestellkarte am Philips Video-

recorder VR 630 befestigt ist. Die Asterix & Obelix-Promotion realisiert Philips gemeinsam mit BMG Video, die zeitgleich eine große Kampagne anlässlich des Verleih- und Verkaufsstarts von VHS und DVD in Deutschland durchführen.

Zusammenschluß von Varta und Rayovac

Die Varta AG, Hannover, und die Rayovac Corporation, Madison, USA, haben die Vereinbarung über einen Zusammenschluß der beiden Unternehmen im Geschäftsbereich Gerätebatterien unterzeichnet. Rayovac zählt zu einem der führenden Unternehmen im Bereich Gerätebatterien. Laut Presseinformation ist das

Unternehmen in den USA Marktführer bei wiederaufladbaren Batterien und Weltmarktführer bei Hörgerätebatterien. Rayovac ist in 60 Ländern vertreten und erzielte im Geschäftsjahr 2001 einen Umsatz von 616 Mio. US-Dollar.

Vartas Unternehmensbereich Gerätebatterien erzielte im Jahr 2001 einen Umsatz von 398 Millionen Euro. Die Transaktion betrifft nicht Vartas Joint-venture in Brasilien und den Unternehmensbereich Microbatterien.

Der geplante Zusammenschluß soll im Herbst 2002 abgeschlossen sein. Das Volumen der Transaktion beträgt 262 Millionen Euro. Der Abschluß steht unter dem Finanzierungsvorbehalt seitens Rayovac sowie der Zustimmung durch Aufsichtsrat und Aktionäre der Varta AG.



Pünktlichkeit statt Blumen.

Wohin geht MP3?

Ganz sicher würden es eine Menge Leute begrüßen, wenn dem MP3 Musikformat das letzte Stündlein geschlagen hätte. Aber alle Zeichen sprechen für einen weiteren Siegeszug des weltweit beliebten Audio Codec. Ein Nachfolger oder Konkurrent mit ernstzunehmenden Chancen ist nicht in Sicht.

Er müsste kompatibel sein zu den Hunderten von Millionen mobiler MP3 Audio-Player, zu den Car Stereos und DVD-Playern, die MP3 unterstützen, und zu den mit Sicherheit schon mehr als einer Milliarde auf Festplatten, CDs und Flash Cards gespeicherten MP3 Musiktiteln rund um den Globus. Allein diese gewaltige Musikbibliothek besitzt eine derartige Eigendynamik, daß es klug wäre, sich mit MP3 zu arrangieren. MP3 ist ein de facto-Standard, und ein durchgesetzter Standard war schon immer auch eine gute Basis für Geschäfte. Es ist unbestritten, daß digitale komprimierte Audio-Formate die überkommenen Produktions- und Verteilungsstrukturen für Tonträger in Frage stellen und auf Dauer deren Ende bedeuten. Nicht wenige Kritiker der Vorgehensweisen der großen Musikkonzerne vermuten, daß es bei deren Kampf



Es geht auch anders: „Cleane“ MP3 Titel vom größten Musikkonzern, der Universal Music Group, über www.emusic.com; in Deutschland bei www.popfile.de

gegen MP3 vorrangig um die Kontrolle über den Musik-Trend, die Charts und die durch Verträge an die Konzerne fest gebundenen Künstler geht. Nur so ist es zu verstehen, daß man nicht die fantastischen Eigenschaften des digitalen Musikformats nutzt, um Musiktitel nahezu ohne Kosten und Risiko der Fehl- und Überproduktion, „just in time“ der Nachfrage folgend, zu vervielfältigen und zum Niedrigpreis, aber dadurch in riesigen Stückzahlen, unter die Konsumenten zu bringen. Bei durchaus realisierbaren Bezugspreisen von wenigen Cents pro Titel in makelloser Tonqualität würde dem ganzen Pear to Pear-Tauschmarkt mit seinen Mühen und Risiken nach und nach die Luft ausgehen. Das

gewinnträchtige Zeitalter des Automobils begann schließlich auch erst mit Fords Tiny Lizzy zum Discountpreis und nicht mit einem Maybach für 25.000 Goldmark.

Die Fake-Fluter

Seit dem Erscheinen des ersten MP3 Players der US Firma Rio im Jahr 1998 sind fast vier Jahre vergangen, in denen die Musikindustrie gegenüber MP3 keine andere Reaktion gezeigt hat, als Hersteller von portablen MP3 Abspielgeräten (Rio), Betreiber von MP3 CD-Services im Internet (MP3.com) und File-Tauschbörsen (Napster) mit Monsterprozessen zu überziehen und damit finanziell zur Strecke zu bringen. Am eigentlichen Problem wurde dadurch nichts verändert. Die Tauschdienste haben sich auf anonyme P2P (Peer to Peer) Netzwerke verlagert. Die Anzahl der Tauschwilligen ist größer als jemals zu Napsters Zeiten: Bis zu zwei Millionen Nutzer sind meistens gleichzeitig in den P2P Netzwerken Kazaa, Grokster und Morpheus eingeloggt, und das monatlich ausgetauschte Datenvolumen wird nur noch nach „Petabyte“ gemessen (1 Petabyte = 1,05 Mio. Gigabyte). In den

letzten Wochen zeichnet sich nun eine andere Strategie des Kampfes gegen die Tauschdienste ab: Immer öfter kursieren manipulierte, unbrauchbar gemachte Musiktitel, die nur Störgeräusche oder Endlos-Loops enthalten und offensichtlich zu dem Zweck in Umlauf gebracht werden, die Tauschbörsen-Benutzer zu verunsichern und ihnen das Tauschen zu verleiden. Als sogenannte „Fake Fluter“ (Fake = Fälschung) wurden ein koreanisches Unternehmen und die US Firma Overpeer Inc. geortet, die wahrscheinlich von der Musikindustrie zu diesem Vorgehen beauftragt worden. Doch auch dagegen wurde bereits ein Mittel entwickelt: In der Datenbank www.bitzi.com sind schon 440.000 Titel mit ihrer typischen Datei-Prüfsumme gespeichert, dem „Hash“-Wert, und dieser



Ab sofort zum Download unter http://download.nullsoft.com/winamp/client/winamp3_0_full.exe; die neueste Version des MP3 Kult-Players WinAmp

wird von der P2P Client-Software vor dem Beginn eines Downloads erst abgefragt, um auf diese Weise ein „Echtheitszertifikat“ für den gesuchten MP3 Titel zu empfangen.

**Es geht auch anders:
www.emusic.com**

Doch nun könnte Bewegung in die starren Fronten der Musikindustrie kommen: Für Aufsehen sorgte die Entscheidung des weltgrößten Musikkonzerns, der Universal Music Group, zehn Prozent ihres gesamten Musikkatalogs über den Internet-Service eMusic anzubieten: Für 9,99 Dollar monatlich darf man sich dort aus den ca. 1.000 angebotenen Alben eine unbegrenzte Anzahl der mit einem digitalen Wasserzeichen unverwechselbar dem Empfänger zugeordneten MP3-Musiktitel herunterladen, die man zwar nicht weitergeben darf, aber auf seinem Rechner abspielen und völlig legal auch auf CD brennen kann. In Deutschland bietet die Universal Music Group seit dem 9. August über ihr Internet-Portal www.popfile.de einen ähnlichen Service an, der bei positiven Erfahrungen ausgebaut werden soll. Da kommt zum Anhören und Organisieren der MP3 Musiktitel die neueste Version 3.0 des beliebtesten MP3 Players WinAmp genau zur richtigen Zeit. *evo*



Das neue MS 5000 von VDO Dayton. Navigationssystem mit TMC-Staumfahrung und 99,9 % Straßenabdeckung.

Stehen Sie nicht länger in der Gegend rum. Fahren Sie lieber mit dem neuen MS 5000 von VDO Dayton. Und das völlig staufrei, dank der dynamischen Routenführung auf Basis von TMC-Verkehrsinformationen. Die ausgezeichnete Karten-CD-ROM zeigt Ihnen dabei fast jede Straße in allen Orten Deutschlands und führt Sie sogar durch Europa. Und das alles auf einem brillanten 5,8" Color-Monitor. Weitere Informationen unter www.vdodayton.de

Car Multimedia Systems.



VDO Dayton. The Car Brand.



vier sowie eine Passiv-Tiefton-Membran – müssen auch perfekt zusammenspielen, damit Musik unverfärbt und dynamisch korrekt erklingen kann. Dafür zuständig ist die Frequenzweiche, bei der die Entwickler einen extrem hohen Aufwand trieben. Nur ausgesuchte Materialien mit bestmöglichen Eigenschaften fanden Gnade vor den Ohren von Göbl und seinen Mitarbeitern.

In einem Gehäuse untergebracht werden müssen Chassis und Frequenzweiche schließlich auch noch. Dessen Eigenschaften beeinflussen die Klangqualität auch noch sehr nachhaltig. Vor allem resonierende Gehäusewände, aber auch ungünstige Abmessungen können zu schweren Einbußen im Klang führen. Die Entwickler wählten eine an der Front schmale, sich nach hinten verbreitende Behausung. Das vermeidet parallele Wände, die zu Resonanzen führen können. Die Wände sind zudem in Sandwich-

bauweise hergestellt und somit sehr stabil und immun gegen Mitschwingen. Bei der Preisgestaltung hielt sich Canton im übrigen angenehm zurück: 7.900 Euro pro Paar sind zwar kein Pappentier, wenn man sich aber das Umfeld anschaut, in dem

Wer weiß, ohne Enrico Caruso hätte es vielleicht kein HiFi gegeben. Denn obwohl die Schallplatte schon 1897 erfunden wurde, kam ihr Durchbruch doch erst im Jahre 1902, also vor genau 100 Jahren, durch die unvergleichliche Popularität von Caruso, den die Menschen auf der ganzen Welt hören wollten – und nun auch konnten. Dieser Anschub reichte aus, um der Schallplatte als Tonträger zum Durchbruch zu verhelfen.

Tonwiedergabe ist auch heute noch ungebrochen eines der wichtigsten Themen der Unterhaltungselektronik, auch wenn sich die Tonträger geändert haben. Die Schallplatte wurde von der CD fast vollständig abgelöst und deren Nachfolger – so denken sich das zumindest die Entwickler-Konzerne – stehen mit DVD Audio und SACD auch schon in den Startlöchern.

Um all die schöne Musik – und seit einigen Jahren auch die Filmsoundtracks von DVD – auch wiedergeben zu können, müssen natürlich entsprechende Geräte auf dem Markt sein. Und die gibt es immer noch in Hülle und Fülle.

Dabei wird es aber zunehmend schwieriger, die Bereiche „Audio“ und „Heimkino“ noch vernünftig voneinander zu trennen, erst recht, wenn es um Mehrkanal-Audio wie die DVD Audio oder SACD geht. Kaum jemand kann und will sich zwei getrennte Anlagen für Musik und Filmtone hinstellen. Dazu kommt noch, das spezielle Verstärker für die Wiedergabe von Mehrkanal-Musik kaum erhältlich sind. Also muß sich der Musikkann hier bei entsprechenden Heimkino-Geräten bedienen, die es wiederum reichlich gibt. Deshalb hat POS-Mail auch Heimkino-Verstärker und -Receiver in die folgende Neuheiten-Übersicht aufgenommen.

Die Notwendigkeit zur Kaufberatung hat durch diese Entwicklung nicht gerade abgenommen, denn die meisten Kunden finden sich in diesem komplizierten Markt nicht zurecht. Hier kann sich der Händler profilieren, der

neben einem breiten Angebot auch mit fundierter, sachkundiger Beratung dienen kann. Die ist hier kein zusätzlicher Kostenfaktor, sondern Umsatz-Motor, denn die zufriedensten Kunden sind immer die, die genau das bekommen haben, was sie wollten (auch wenn sie das vorher noch nicht so genau wußten).

Canton

Nach dem großen Erfolg von Canton der letzten Jahre im unteren und mittleren Preissegment, wo Canton-Lautsprecher an vorderster Front – sowohl bei der Klangqualität als auch beim Verkaufserfolg – mitspielen, will der Hersteller aus dem hessischen Weilrod zeigen, daß er nicht nur dort den Ton angibt. Und zwar mit dem neuen Lautsprecher-Flaggschiff, der Karat Reference 2 DC. Bei dieser Box konnten die Entwickler einmal wieder alle Register ziehen und zeigen, was im Lautsprecherbau heutzutage möglich ist. Zum Beispiel bei den Chassis, die in der Perfektion vor zwei



Der Technische Leiter Bernd Karl (links) und Entwicklungsleiter Frank Göbl bei der Diskussion über die extrem hochwertige Frequenzweiche der Karat Reference 2.

Jahren noch nicht möglich gewesen wären: Die Simulations-Software, die ihnen zu ihrer Leistung erst verholfen hat, gab es damals noch nicht.

sich die Karat Reference 2 bewegt, dann muß man sie als sehr preiswert bezeichnen, vor allem in Anbetracht des Aufwands an Material und Entwicklungszeit, der in ihr steckt. Zu erwarten ist, daß ihre Qualitäten auch auf die nächsten Serien der preiswerteren „Cantöner“ hinüberschwappen.

Auf- und Einstellen von Mehrkanal-Musikanlagen

Jeder, der schon einmal eine gute Mehrkanal-Musikaufnahme über eine adäquate (das heißt nicht unbedingt teure) Anlage gehört hat, bemerkt sofort die größere Faszination und Authentizität der Wiedergabe gegenüber normalem Stereo. Letzteres wirkt im direkten Vergleich regelrecht flach und zweidimensional. Hier liegt eine große Chance für den Handel, der über diese Faszination einen deutlichen Mehrumsatz generieren kann. Aber nur unter einer Voraussetzung: Die Vorführ-Anlage muß sauber aufgestellt und penibel justiert sein.

Zunächst sollte man sich dem Thema Aufstellung der Lautsprecher widmen. Da es den meisten Kunden nicht möglich sein wird, die Lautsprecher optimal – nämlich im Kreis mit dem Hörplatz in der Mitte – aufzustellen, sollte man sich an dem orientieren, was meist möglich ist: einer Heimkino-ähnlichen Aufstellung mit Front- und Centerlautsprechern auf einer Linie und den hinteren Lautsprechern seitlich. Das geht allerdings nur, wenn der verwendete SACD- oder DVD-Audio-Player über ein Lautsprecher-Management verfügt, nur dann läßt sich die Wiedergabe optimieren. Bei weitem nicht alle Player am Markt haben dieses Feature. Die Einstellungen im Lautsprecher-Management des Players lassen sich am schnellsten mit den richtigen Meßgeräten durchführen, einem Pegel-Meßgerät (zum Beispiel das Voltcraft Sound Level Meter von Conrad, kostet nur 26 Euro) und einem Zollstock. Mit diesem mißt man die exakten Abstände der Boxen zum Hörplatz aus und trägt sie im Player-Menü ein. Anschließend lassen sie sich mit dem Schallpegel-Meßgerät – bitte in Betriebsart „C-Weighting“ – schnell und einfach einregeln. Man befestigt es am besten auf einem Stativ – eins für Fotoapparate reicht – und stellt es an den Hörplatz. Das ganze dauert mit ein wenig Übung eine Viertelstunde, die gut investiert ist, weil man so den Kunden viel überzeugender die Vorteile von Mehrkanal-Audio vorführen kann.



Trotz der stattlichen Größe wirkt die Karat Reference 2 keineswegs wuchtig. Die schlanke Front und das sich nach hinten verbreitende Gehäuse wirken im Gegenteil höchst elegant.

Perfekte Lautsprecher-Chassis allein aber genügen natürlich noch nicht. Die einzelnen Chassis einer Box – bei der Karat Reference 2 sind es deren

Dabringhaus und Grimm

Eine pfiffige Lösung hat die kleine Klassik-Plattenfirma Dabringhaus und Grimm gefunden, um hochwertige Mehrkanal-Aufnahmen nicht nur via DVD Audio, sondern auch mittels normalem DVD-Spieler mit Sechskanal-Ausgang hörbar zu machen: Sie spielen einfach eine DVD Audio-Spur und eine weitere mit PCM-Ton nach DVD Video-Norm auf die Scheiben. Der erreicht sogar eine höhere Qualität als CD, weil Bit-Tiefe und Samplingfrequenz höher liegen.

Als erste Scheibe bringt Dabringhaus und Grimm eine Aufnahme aus der Beethovenhalle Bonn, bei der Marc Soustrot jeweils zwei Orchesterwerke von Claude Debussy und Maurice Ravel dirigiert. Die Aufnahme wurde zudem im selbstentwickelten 2+2+2-Verfahren durchgeführt, daß eine vom Hörplatz unabhängige drei-

Kombiplayer SACD+DVD Audio

Sowohl SACD als auch DVD Audio – beide nach Bekunden der Entwickler-Konzerne die Nachfolger der CD – dümpeln so vor sich hin. Richtig Schwung kommt nicht in diesen Markt, dem Kunden ist nicht klar zu machen, daß er, um wirklich auf dem neuesten Stand zu sein und alle Formate genießen zu können, zwei Geräte benötigt. Also, liebe Sonys, Panasonics, Philips, Toshiba, gebt Euch einen Ruck. Baut Player, die alles abspielen können, die Technik dazu beherrscht Ihr ja aus dem Effeff. Sonst machen es Euch No-Name Firmen vor, wie das geht und schnappen Euch die begehrten Kunden vor der Nase weg. Erste Ansätze dafür sind schon zu sehen, in den USA gibt es schon Geräte, die das können und nicht teurer als 300 Dollar sind.

dimensionale Klangabbildung ermöglicht. Allerdings ist dazu eine vom normalen abweichende Lautsprecher-Aufstellung nötig: Subwoofer und Center werden nicht eingesetzt,



aber dafür zwei zusätzliche Lautsprecher oberhalb des normalen Stereo-Paares. Der Klang dieser Anordnung ist mit den entsprechenden Aufnahmen sehr beeindruckend.

KEF

Ein überaus umfangreiches Programm hat der englische Anbieter KEF hierzulande zu bieten: Über 40 Lautsprecher in neun verschiedenen Baureihen haben nicht viele andere Hersteller in ihrer Produktpalette. Bei jeder Lautsprecher-Reihe ist auch eine Center-Box mit dabei, so daß sowohl für Stereo-Liebhaber als auch für Heimkino-Fans die passende dabei ist.

KEF setzt als einer der wenigen Hersteller bei den meisten Boxen auf ein Koaxiallautsprecher-Konzept und nennt diese Technologie Uni-Q. Das Flaggschiff des KEF-Programms ist das Modell 207 (7.499 Euro/Stück) aus der Reference-Serie und verwendet Uni-Q. Es ist „handmade in England“ und ein echter Traumlautsprecher.

Aber auch für deutlich weniger Geld ist die Koax-Technologie erhältlich:



Das KEF-Flaggschiff: die Fünf-Wege Box Modell 207

Zum Beispiel mit dem Heimkino-Lautsprecherset KHT 2005 (1.249 Euro), das aus fünf mit solchen Chassis

bestückten kleinen Boxen und einem kräftigen Subwoofer besteht. Außerdem im KEF-Programm sind noch ein THX-Ultra-Lautsprecherset für die Extremisten unter den Heimkino-Freaks, spezielle Einbaulautsprecher für In-Wall-Lösungen und Festinstallationen, eine Reihe aktiver Subwoofer (der größte von ihnen hat ein Kilowatt Verstärkerleistung!) und, und und...

Insgesamt bietet KEF also ein extrem vielseitiges Programm, aus dem der



Klein aber fein: Das Heimkino-Set KHT 2005

Fachhändler sich das für seine Kundschaft geeignete herausuchen kann, aber auch die Flexibilität besitzt, auf außergewöhnliche Wünsche reagieren zu können.

Kenwood

Wichtigstes Thema im Heimkino-Bereich sind die neuen Receiver der unteren und mittleren Preisklassen. Bei ihnen hat sich Kenwood endlich gegen das eher gewöhnungsbedürftige bisherige Design entschieden und klassische, klar gegliederte Fronten gestylt, die zudem auch noch übersichtlicher sind. Alle fünf neuen Geräte verfügen über Dolby Digital, DTS und ProLogic II. Ein Highlight ist der KRF-9060D, der für ganze 729 Euro sogar nach der THX Select-Norm zertifiziert ist.



Kenwood hat auch noch etwas ganz besonderes auf Lager: den MusicKeg. Das ist im Prinzip eine Festplatte fürs Auto mit 10 Gigabyte Datenvolumen, auf die man Musiktitel aufspielen kann. Insgesamt passen etwa 2.500 Titel auf die Festplatte. Angeschlossen werden kann der MusicKeg an alle aktuellen Kenwood-Autoradios mit CD-Wechslersteuerung. Er weist deutlich geringere Abmessungen auf als ein herkömmlicher CD-Wechsler, ist also einfacher im Auto unterzubringen. Zum Bespielen der Festplatte kann diese aus dem Auto-

gerät herausgezogen und in eine „Cradle“ am heimischen PC eingesteckt werden.

Marantz

Stereo ist tot. Aber da Totgesagte bekanntlich länger leben, hören viele Kunden nicht auf solche immer wieder gebetsmühlenartig wiederholten Sprüche, sondern interessieren sich immer noch für „altmodische“ Musikwiedergabe mit nur zwei Kanälen. Denn die kann immer noch immensen Spaß machen. Teuer muß es deshalb noch lange nicht werden:

Eine Gerätekombination von Marantz zeigt, wie das geht: Der Verstärker PM8200 (799 Euro), der CD-Spieler CD6000 OSE KI (749 Euro) und die Lautsprecher Mordaunt Short MS914 (249 Euro pro Stück) kombinieren elegantes Äußeres, vollen Bedienkomfort und edelste Technik mit reinem, dynamischem und transparentem Klang. Auf der technischen Seite bestechen bei Verstärker und CD-Spieler Ringkerntrafos, verkupferte Gehäuse, aufwendige Netzteilkonzeption, selektier-



Edel verpackt und gar nicht mal teuer sind Verstärker und CD-Spieler von Marantz

te Bauteile und ausgeklügelte Signalführung. Die Standlautsprecher der englischen Firma Mordaunt Short (ebenfalls im Vertrieb von Marantz Deutschland) sind mit einem 18 cm Aluminium-Tieftonchassis und einem Kalottenhochtoner mit Neodymium-Magnet bestückt. Die Frequenzweiche ist ebenfalls mit hochwertigen Bauteilen aufgebaut, damit das vorher so

gepflegte Signal nicht auf der Strecke bleibt. Die Gehäusekonstruktion besteht aus MDF mit Innenverstreibungen und separater Füllkammer zur Gewichtserhöhung und für einen stabileren Stand.

Hier hat der Händler die Chance, interessierte Kunden für eine kleine, feine HiFi-Anlage zu begeistern, die ihm zu-



Für den günstigen Preis erstaunlich ist die wertige Verarbeitung der kleinen Standbox von Mordaunt Short.

Panasonic

Runderneuert präsentiert sich das Audio-Programm des Unterhaltungselektronik-Riesen Panasonic. Ist auch durchaus nachvollziehbar, denn als Mitentwickler und Unterstützer der DVD Audio sollte man schon hochwertige Geräte im Programm haben, die damit auch etwas anfangen können.

Beispiele dafür sind die neuen Mehrkanal-Receiver SA-HE200 (749 Euro) und SA-HE100 (449 Euro). Beide bieten neben unverfälschter Wiedergabe bis 100 kHz und einer Verstärkerleistung von 100 Watt pro Kanal natürlich auch noch Heimkino-Wiedergabe in Perfektion. Dafür ist sogar noch eine sechste Endstufe eingebaut, so daß beide Geräte auch DTS ES und Dolby Digital EX mit der nochmals verbesserten räumlichen Darstellung



Flacher geht's nimmer: Mit seinen Digitalendstufen konnte der Heimkino-Receiver SA-XR10 extrem flach ausfallen.

wiedergeben können (was gerade in der Preisklasse des SA-HE100 absolut einzigartig ist).

Ein weiterer neuer Mehrkanal-Receiver, der SA-XR10 (699 Euro), trumpft mit digitalen Verstärkern auf, die einen besonders hohen Wirkungsgrad besitzen und deshalb nicht viel Platz für Kühlung benötigen: Fünf mal 100 Watt haben die Entwickler in 5,2 Zentimeter Gerätehöhe untergebracht. Dazu noch Dolby Digital, DTS, ProLogic II und einen Rauschabstand von 100 dB. Das halb verspiegelte Design paßt zudem sehr gut in modern eingerichtete Wohnungen und zu dem DVD-Spieler DVD-XV10. Auch für Stereo-Liebhaber mit Platzproblemen hat Panasonic was Neues: die Mikro-Anlagen SC-PM27 (299 Euro) und SC-PM17 (259 Euro) nämlich. Sie sind mit Radioempfänger, Cassettenlaufwerk und Fünffach-CD-Wechsler ausgestattet. Die mitgelieferten Lautsprecher werden



Schnucklig und klangstark: die Mikroanlage SC-PM27 von Panasonic.

im Biamping-Verfahren betrieben, Tieftöner und Mittel-Hochtöner haben je einen eigenen Verstärker. So bleiben die Verstärker von den Einflüssen des jeweils anderen Bereichs frei und können so unverzerrter und freier ausspielen.

Philips

Als erster Hersteller integriert Philips einen Heimkino-Receiver und einen SACD/Video-DVD-Player zu dem kompakten Heimkino-System LX8000SA (ca. 1.000,- Euro). Neben SACD und Video-DVD kann die Anlage auch noch selbst bespielte CD-Rs und CD-RWs wiedergeben, auch mit MP3-Dateien.

Das 5.1-Kanal-Lautsprechersystem der Anlage besteht aus vier schlanken 2-Wege-Satellitenlautsprechern mit breitem Frequenzspektrum für je zwei Stereokanäle vorne und hinten, einem 3-Wege-Lautsprecher als Center und einem separaten 100 Watt-Subwoofer.

Die Satelliten- sowie der Center-Lautsprecher warten mit außergewöhnlicher Technik auf: Sie sind jeweils mit



Schick und praktisch: Die neue Heimkino-Kompletanlage TH-V70R von JVC

JVC

Ein ganz neues Design-Konzept für Heimkino-Kompletanlagen präsentierte JVC: Die TH-V70R läßt sich wahlweise stehend oder liegend aufstellen und sogar an der Wand montieren. Das sogenannte Flip-Display läßt sich für jede Position passend drehen. Dolby Digital und DTS sind selbstverständlich mit an Bord, ProLogic II ebenfalls. MP3-CDs sowie CD-Rs und CD-RWs kann das integrierte DVD-Laufwerk auch abspielen. Die Anlage wird komplett mit fünf kleinen Lautsprechern und Subwoofer geliefert und kostet 1.099 Euro.

Einen mit 619 Euro besonders günstigen Heimkino-Receiver für DTS ES und Dolby Digital EX hat JVC ab sofort im Programm: den RX-8022R. Sein sechster Kanal ist als Vorverstärker-Ausgang ausgeführt.



Mit Sechskanal: der Heimkino-Receiver JVC RX-8022R



Mit edlen Bändchen-Hochtönern sind die Lautsprecher der Philips-Anlage LX8000SA bestückt. Sie kann neben Video-DVDs auch SACDs wiedergeben.

einem Bändchen-Hochtöner ausgestattet, der durch seine besonders leichte Membran hohe Töne extrem verzerrungsarm abstrahlen kann. Das Resultat ist ein offener, realistischer und sehr räumlicher Klang.

Zwei neue SACD-Player mit Abspielmöglichkeit für DVD-Video bringt



Mit 8-cm-CDs arbeitet der MP3-Player Pocket expansion 431.

Philips ebenfalls neu auf den Markt: Den DVD763SA (399 Euro) und den DVD 962SA (599 Euro). Beide bieten ein Bassmanagement auch für SACD und besitzen Decoder für die Heimkino-Tonnormen Dolby Digital und DTS. Der DVD962SA ist mit sehr hochwertigen Bauteilen bestückt und weist getrennte Audio- und Video-Baugruppen auf, damit die empfindlichen Tonsignale nicht durch hochfrequente Störungen aus dem Bildteil beeinträchtigt werden.



Für Klangbewußte mit wenig Platz bietet sich die Sharp-Micro-Stereo-Anlage XL-T300H an.

Sharp

Sowohl für Stereo-Musik als auch für den Heimkino-Ton hat Sharp was Neues in Petto: Erstere Zielgruppe bedient Sharp mit einer schnuckligen kleinen Micro-Anlage, der XL-T300H (299 Euro). Mit ihrem pultförmigen, wenig aufdringlichen Design paßt sie sich sowohl in moderne Wohnzimmer-Einrichtungen ein als auch in gediegenere Möblierungen.



Die Ein-Bit-Technik setzt die Heimkino-Komplettanlage SD-SH111 mit verdoppelter Abtastfrequenz und dadurch präziserer Wiedergabe fort.

Sie verfügt über die bewährte Dreier-Kombi aus Tuner, CD-Player und Cassettenlaufwerk und hat somit alles, was man zur Musikwiedergabe in Stereo braucht. Die Töne der silbernen Zentrale des Stereo-Systems machen zwei mit Holz verkleidete

Onkyo

Der DR-S2.2, ein DVD-Heimkino-Receiver, ist mit 1.299 Euro durchaus im oberen Preisbereich angesiedelt. Man sollte ihn aber nicht mit den üblichen DVD-Receiver in einen Topf werfen, denn Onkyo hat bei ihm in puncto Qualität keine Kompromisse gemacht. Er zeichnet sich durch eine besonders einfache Bedienung aus – gerade bei Heimkino-Anlagen ein nicht zu unterschätzender Vorteil. Der Einsatz von hochwertigen D/A-Wandlern mit 24 Bit und 96 kHz dokumentiert den Qualitätsanspruch ebenso wie die fünf hochwertigen Endstufen mit je 35 Watt.

Heimkino mit einem Gerät: DVD-Receiver DR-S2.2



Ähnliches gilt für den neuen Mini-CD-Receiver CR-305X (409 Euro). Mit seinen beiden diskret aufgebauten Endstufen zu je 20 Watt, die auch Vier-Ohm-Lautsprecher treiben können, seinem Subwoofer-Ausgang und der hochwertigen Verarbeitung wirbt er um die Aufmerksamkeit der Kunden.

Auch die Heimkino-Receiver von Onkyo sind auf einfache Bedienbarkeit getrimmt. Drei neue hat Onkyo im Programm: TX-SR700E (1.149 Euro), TX-SR600E (799 Euro) und TX-SR500E (549 Euro). Allen drei gemeinsam ist die stabile, wertige Metallfront und Dolby ProLogic II. Die beiden größeren Geräte haben sogar eine sechste Endstufe und können somit Dolby Digital EX und DTS ES wiedergeben, letzteres sogar in Discrete-Version.



Die neuen Heimkino-Receiver überzeugen mit hochwertiger Verarbeitung und einfacher Bedienung. Hier der TX-SR600E.

Pioneer



Zweimal Slimline: Pioneers VSX-C100 und DV-454 bilden ein schlankes Heimkino-Duo.

Pioneer brachte eine neue Receiver-Serie mit zur HighEnd: VSX-D511 (um 289 Euro), VSX-D711 (um 429 Euro) und VSX-D811 (um 649 Euro) unterscheiden sich technisch nicht sehr von ihren Vorgängern mit der 0 hinten in der Typenbezeichnung. Eine wichtige Ausnahme dafür gibt es allerdings: Alle Geräte besitzen jetzt ProLogic II. Grundsätzlich anders als bei der letzten Gerätegeneration ist das Frontplatten-Design, das jetzt viel glattflächiger und mit leichtem Knick daherkommt. Auch ein neuer Slim-Line-Heimkino-Receiver, der VSX-C100 (um 379 Euro), weist dieses Design-Element auf. Er kommt mit fünfmal 30 Watt sowie ProLogic II. Ein optisch passender DVD-Spieler ist mit dem DV-454 (um 269 Euro) ebenfalls im Programm.

Zwei-Wege-Boxen im Retro-Look hörbar.

In der Heimkino-Anlage SD-SH111 (1.500 Euro) wird Sharps 1-Bit-Technik eingesetzt, und zwar in nochmals überarbeiteter Form: Die Abtastrate des Verstärkers wurde verdoppelt und beträgt nun 5,6448 Megahertz. Damit erhöhen sich Genauigkeit der Wiedergabe und Rauschabstand nochmals. Sechs dieser Endstufen mit je 25 Watt Sinusleistung sind in das Heimkinosystem eingebaut. Ihre Signale reichen sie über stabile Schraubklemmen an die Lautsprecher weiter. ProLogic II, Dolby Digital, DTS und MPEG Multichannel sind auch mit an Bord.

Sony

Auf eine Verdopplung des Marktes bei SACD hofft der Branchenriese Sony und versucht, dieses Ziel mit niedrigeren Preisen für die SACD-Player zu



Edles Heimkino bietet der Receiver STR-VA555ES von Sony.

erreichen. Bis zu 40 Prozent wurden die UVPs von SCD-XE670 (300 Euro), SCD-XB770QS (400 Euro) und SCD-XB780QS (550 Euro) gesenkt. Das sind übrigens allesamt Mehrkanal-SACD-Spieler. Damit ist für die Endverbraucher der erhöhte Klanggenuß von SACD so günstig wie nie. Allerdings kann keiner dieser Player Video-DVDs wiedergeben. Und das ist sicher nicht mehr up to date.

Alle drei neuen Heimkino-Receiver von Sony, nämlich STR-VA555ES



Um 200 Euro wurde der Preis des SCD-XB780QS gesenkt und beträgt jetzt 550 Euro.

(1.890 Euro), STR-VA333ES (1.400 Euro) und STR-DB1080QS (900 Euro) besitzen sechs Endstufenkanäle und können DTS ES sowie Dolby Digital EX decodieren. Die Verstärkerleistung ist bei allen drei Geräten mit sechsmal 100 Watt gleich, die beiden teureren Geräte der ES-Serie sind aber mit höherwertigen Bauteilen, einem wertigeren Outfit und einer

erheblich umfangreicheren Ausstattung versehen.

Yamaha

Als einer der ganz wenigen Hersteller auf dem Markt hält Yamaha ein Stereo-Gerätesortiment aufrecht, daß diesen Namen auch verdient. Das kommt nicht von ungefähr, denn Yamaha hat sich gerade hier über die Jahre mit tollen Produkten einen Namen gemacht, der auch heute noch etwas zu bedeuten hat.

Ist es bei vielen Mitbewerbern die Regel, Verstärker und Receiver nur noch in Mehrkanal-Version anzubieten – die ja schließlich auch Stereo wiedergeben können – glänzt Yamaha mit zwei Receivern und vier Vollverstärkern in Zweikanal-Technik. Besonders interessant ist der Verstärker AX-596 (412 Euro) mit zweimal 155 Watt Leistung sowie hochwertigen Bauteilen. Auch eine Palette von insgesamt sechs CD-Spielern hat kaum noch ein Mitbewerber.

Es ist keineswegs so, daß Yamaha für das Stereo-Programm etwa die Heimkino-Geräte vernachlässigt, im Gegenteil, hier geht der Hersteller richtig in die Offensive: Zum Beispiel mit einem neuen Verstärker-Flaggschiff, daß auf den Namen DSP-AZ1 hört und 2.886 Euro kostet. Alle Tonnormen sind in dem mit acht Endstufen versehenen Gerät eingebaut. Anschlüsse gibt's überreichlich. In Sachen Klangqualität hat er gegenüber seinem Vorgänger noch mal einen deutlichen Sprung nach vorn gemacht. Eine ganze Reihe neuer Heimkino-Receiver ist jetzt gerade auf den Markt gekommen. Sie besteht aus vier Geräten zwischen 360 Euro (RX-V430RDS) und 845 Euro (RX-V730RDS). Allen gemeinsam ist der für Yamaha typische Einsatz von DSP-Klangfeldern, mit denen man den Heimkino- und HiFi-Ton optimieren kann.



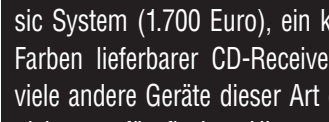
Das Heimkino-Flaggschiff DSP-AZ1 überzeugt mit überbordender Ausstattung und fantastischem Klang.

Yamaha ist einer der wenigen Hersteller am Markt, die den Begriff „Vollsortimenter“ noch ernst nehmen, über das hier Dargestellte hinaus ist noch vieles mehr im Programm. Händlern und Kunden wird eine reiche Auswahl an Geräten geboten, aus der jeder das für ihn Passende finden kann.

Linn

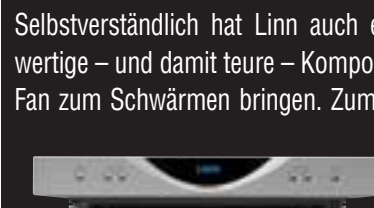


Der schottische Hersteller Linn ist sicher kein Massenhersteller mit Schwerpunkt Consumer-Markt, hat dafür aber interessante Geräte mit eigenständigem Charakter, ausgefeiltem Design und anerkanntermaßen hervorragendem Klang zu bieten. Zum Beispiel das Classic Music System (1.700 Euro), ein kleiner, in fünf Farben lieferbarer CD-Receiver. Anders als viele andere Geräte dieser Art eignet er sich nicht nur für flaches Hintergrund-Gedudel, sondern macht richtig schön Musik. Die Fortführung dieser Linie fürs Heimkino bildet das Classic Movie System (3.422 Euro), ein DVD-Receiver mit allem, was man für den Filmgenuß zu Hause benötigt.



Ein dazu perfekt passendes Lautsprecher-Set haben die Schotten ebenfalls im Programm: Classic Unik (210 Euro) heißt die Zweiweg-Box für den Mittel-Hochton-Bereich, Classic Afekt (1.131 Euro) der Subwoofer. Als Heimkino Set mit fünfmal Unik und einmal Afekt kostet das Ganze dann nur noch 2.175 Euro.

Selbstverständlich hat Linn auch extrem hochwertige – und damit teure – Komponenten im Programm, die jeden High-End-Fan zum Schwärmen bringen. Zum Beispiel den Lautsprecher Kamri (41.000 Euro pro Paar), der seinen Preis durch den kompromißlosen Einsatz edelster Materialien und durch einen süchtig machenden Klang rechtfertigt, der auch in seiner Preisklasse seinesgleichen sucht. Brandneu ist die Stereo-Vorstufe Klimax Control (9.900 Euro). Auch sie ist mit allem bestückt, was gut und teuer ist. Zudem beeindruckt ihr klares, attraktives Design.



Das meistverkaufte Home Cinema System in den USA.



Eine einzigartige, neue Geschäftschance für Sie.

Das neue Bose® 3-2-1 System war schon nach drei Monaten das meistverkaufte Home Cinema System in den USA. Jetzt starten wir in Deutschland. Sind Sie dabei?

Das neue DVD-gestützte Bose 3-2-1 Digital Home Entertainment System bietet Ihren Kunden, worauf viele bis jetzt noch gewartet haben: auf das große Kino-Erlebnis zu Hause mit nur zwei Lautsprechern – im Handumdrehen installiert, überall platzierbar, ganz einfach zu bedienen und für jeden bezahlbar.

3, 2, 1 – der Countdown in eine neue Ära läuft!
Sind Sie startbereit für eine neue Erfolgsdimension Ihres Home Cinema-Geschäfts?

BOSE®
Better sound through research®

Bitte den Coupon ausfüllen und an Bose® schicken. Oder rufen Sie einfach an!

Bose GmbH
Max-Planck-Str. 36
61381 Friedrichsdorf
Tel.: 06172-71040
Fax: 06172-710419
Internet: www.bose.de



Ja!

*Ich will haben, was meine Kunden wollen!
Der Bose-Außendienstmitarbeiter soll mich anrufen
und einen Besuchstermin mit mir vereinbaren.*

POS9/2002

Firma

Ansprechpartner

Straße

PLZ/Ort

Telefon

Durchwahl



Mit neuer Vertriebsstruktur auf Wachstumskurs: Canon Consumer Imaging

Die Canon Deutschland GmbH setzt mit einer neuen Organisations- und Vertriebsstruktur auf Wachstum. Der neu geschaffene Bereich Canon Consumer Imaging unter Leitung von Harald Horn unterstützt den Fachhandel mit dem Vollsortiment analoger und digitaler Consumer Produkte aus dem globalen Technologiekonzern Canon.

Vor einem Jahr wurden die rechtlich selbstständigen Unternehmen Canon Deutschland GmbH und Canon Euro-Photo GmbH in die Canon Deutschland GmbH zusammengelegt. Das Unternehmen, das weiterhin von Dr. Roderich Stomm geleitet wird, ist in zwei große Geschäftsbereiche unterteilt: Die Division Canon Business Solutions ist für das klassische Sortiment von Produkten zur Büroorganisation verantwortlich. Zum Portfolio von Canon Consumer Imaging gehören dagegen alle Produkte, die über den Einzelhandel verkauft werden: digitale und analoge Kameras, Camcorder, Ferngläser, Inkjet-Drucker und -Verbrauchsmaterialien, Scanner, Laserprinter, Fax- und Multifunktionsgeräte, Tischkopierer und Taschenrechner. „Damit sind wir in der Lage, unseren Fachhandelspartnern ein komplettes Imagingsortiment in einer einmaligen Vollständigkeit anzubieten“, so Harald Horn, Leiter des Geschäftsbereiches Canon Consumer Imaging, im Rahmen eines Pressegesprächs. „Gleichzeitig stellen wir mit einer vertriebskanal-orientierten Struktur in Verkauf und Marketing sicher, daß wir bei unserem Handelspartner 'mit einem Gesicht' auftreten – unser Außendienst kann unsere Kunden über

die gesamte Consumer Imaging Palette von Canon beraten.“

Umfangreiche Unterstützung

Im Marketingbereich wird Canon nicht nur durch umfassende

rund um das Thema Digitalfotografie an. Eine besonders starke Präsenz der Marke Canon bietet nach wie vor das Canon Shop System, das sich seit Jahren im Fotohandel bewährt hat. Das jetzt deutlich erweiterte Produktsortiment bietet für dieses Konzept nach Einschätzung der Canon Verantwortlichen eine besondere Zukunftsperspektive.

Intensive Betreuung der Vertriebskanäle

Das Imaging Vollsortiment von Canon wird ab sofort durch eine

stellt der Bereich Consumables, mit dem wir uns auf die besonderen Marketingbegebenheiten bei Verbrauchsmaterialien einstellen, diese Produkte den entsprechenden Vertriebsbereichen zur Verfügung.“ Die Koordination der Aktivitäten in den unterschiedlichen Vertriebskanälen sieht Riediger dabei als zentrale Aufgabe, um sicherzustellen, daß Reibungsverluste vermieden werden und Canon am Markt als kompetenter Partner wahrgenommen wird.

Fachhandel im Fokus

Der Vertriebskanal „Special Retail“ ist bei Canon Consumer Imaging nochmals in unterschiedliche Schwerpunkte gegliedert, für die jeweils spezielle Teams unter kompetenter Leitung verantwortlich sind. So soll sichergestellt werden, daß der Fotohandel, der UE-Fachhandel und Unternehmen, die in beiden Segmenten aktiv sind, optimal betreut werden. Auch wenn ein Hersteller wie Canon auf die Zusammenarbeit mit Großvertriebsformen nicht verzichten kann, liegt der Schwerpunkt von Canon nach Aussage von Stephan Riediger nach wie vor auf der Zusammenarbeit mit dem Fachhandel. „Die unterschiedlichen Fachhandelsformen stehen bei Canon Consumer Imaging für 58,5 Prozent des Umsatzes“, betonte Riediger. „Mit unserer neuen Vertriebsstruktur sind wir in der Lage, unseren Fachhandelspartnern das gesamte Produktportfolio aus einer Hand anzubieten und damit in

diesem Segment weiter zu wachsen.“

Dabei stellt sich Canon natürlich auf die speziellen Produktschwerpunkte in den einzelnen Vertriebskanälen ein. Das erweiterte Sortiment bietet den Handelspartnern dabei die Möglichkeit, gemeinsam mit dem bewährten Lieferanten auch in neue Produktsegmente hinein zu wachsen.

„So können wir zum Beispiel den Foto- oder UE-Fachhandel dabei unterstützen, auch Fotodrucker und Verbrauchsmaterialien wie Tinte und Papiere ins Sortiment aufzunehmen und dabei mit einem bewährten Partner zusammenzuarbeiten“, erklärte Riediger.

„Durch das umfassende Angebot von Canon im gesamten Bereich Imaging können unsere Fachhandelspartner auch in den neuen Segmenten der Marke Canon und ihrer hohen Akzeptanz bei den Verbrauchern profitieren.“

Optimistische Perspektiven

Mit der Neuorganisation hat Canon den veränderten Marktgegebenheiten und dem Technologiewandel gleichermaßen Rechnung getragen. „Mit unserer neuen Organisation nach der Verschmelzung von Canon Deutschland und Canon Euro-Photo haben wir die Voraussetzungen für eine verbesserte Kunden- und Marktorientierung bei gleichzeitiger Steigerung unserer Wettbewerbsfähigkeit geschaffen“, erklärte Harald Horn. Durch die Konzentrierung aller Consumer Produkte auf eine Vertriebsorganisation ist es für unsere Handelspartner leichter geworden, mit uns Geschäfte zu machen und gemeinsam mit dem Technologieunternehmen Canon zu wachsen.“

Bereits in diesem Jahr will Canon im Geschäftsbereich Consumer Imaging ein Umsatzvolumen von 650 Mio. Euro in Deutschland erzielen. Das erste Halbjahr liegt dabei mit einer Wachstumsrate von knapp zehn Prozent gut im Plan.



In der neuen Deutschland-Organisation von Canon Consumer Imaging unter Leitung von Harald Horn (Mitte) trägt Stephan Riediger (links) die Verantwortung für den Verkauf und Jürgen Schmitz leitet das Marketing.

Publikumswerbung dafür sorgen, daß die Produkte des Unternehmens in hohem Maße vorverkauft sind, sondern die Partner im Einzelhandel auch durch spezielle Maßnahmen unterstützen, die optimal auf den jeweiligen Vertriebskanal zugeschnitten sind. „Neben der klassischen Verkaufsunterstützung durch ein breites Angebot an PoS-Materialien sehen wir unsere Aufgabe vor allem in einer umfassenden Information unserer Partner im Fachhandel über neue Produkte, Technologien und Verkaufsstrategien und in der Ausbildung des Verkaufspersonals“, erklärte Jürgen Schmitz, General Manager Marketing bei Canon Consumer Imaging. „Dazu gehören zum Beispiel die Canon Academy, in der wir dem Fachhandel und auch den Verbrauchern unsere neuesten Technologien nahebringen, der Einsatz von Promotenteams vor Ort und das umfangreiche HIS-Händlerinformationssystem über das Internet.“ Zudem bietet Canon auf der Internetseite www.power-shot.de aktuelle Informationen

vertriebskanal-orientierte Verkaufsorganisation vermarktet, für die Stephan Riediger als General Manager Sales verantwortlich ist. „Diese Organisation ist in die Segmente Special Retail (Fachhandel), Mass Retail (Großvertriebsformen) und Distribution unterteilt“, erläutert Riediger. „Zusätzlich

Canon Organisationsstruktur



Canon Deutschland nach der Neuorganisation: Der Geschäftsbereich Canon Business Solutions CBS umfaßt das klassische Office-Segment mit dem Schwerpunkt Kopiersysteme. Im Canon Consumer Imaging CCI sind alle Produkte konzentriert, die über den Einzelhandel verkauft werden.

Leise und hell – die neuen Projektoren von Canon

Mit den Modellen LV-7350 und LV-7355 präsentiert Canon zwei neue Projektoren in der XGA-Klasse. Die Geräte zeichnen sich insbesondere durch ihre hohe Lichtleistung und einen niedrigen Geräuschpegel aus. Der LV-7350 verfügt über eine Lichtleistung von 1.800 ANSI-Lumen und eignet sich insbesondere für Business-Anwendungen. Mit 2.200 ANSI-Lumen ist der größere Bruder LV-7355 für Präsentationen vor einem großen Publikum geeignet. Mit einem nochmals gesenkten Geräuschpegel von weniger als 36 dB sind die Projektoren besonders leise. Darüber hinaus sind die Geräte mit zahlreichen technischen Features ausgestattet, die eine unkomplizierte Bedienführung erlauben. Beide Modelle sind ab September für den Fachhandel lieferbar.



POS-MAIL

Guide

Der
Wegweiser
für den
High-Tech-Fachhandel

photokina

world of imaging
25. - 30. september 2002



Die photokina 2002 mit deutlichem Flächenzuwachs und neuem Konzept

Konvergenz von Bild- und Informationstechnik

Am 25. September 2002 öffnet die photokina ihre Pforten. Die Weltmesse des Bildes präsentiert sich in diesem Jahr mit einem neuen Konzept. Neben der höheren Ausstellerzahl sind zum Teil beträchtliche Standvergrößerungen führender Unternehmen der Foto- und Imagingindustrie und der Unterhaltungselektronik der Grund für die zweistellige Zuwachsrate.

Seitens der Organisatoren wird die Beteiligung von über 1.600 Ausstellern aus 45 Ländern erwartet. Davon kommen rund 60 Prozent aus dem Ausland. Zum ersten Mal beteiligen sich Anbieter aus Kroatien, Lettland, Nordkorea und der Ukraine an der photokina. Das größte Kontingent stellen erneut die USA mit 160 Unternehmen, gefolgt von Großbritannien (140), Italien (ca. 75) und Japan (70). Aus

den Niederlanden werden etwa 45 Anbieter erwartet, aus der Schweiz ca. 35. Belgien wird mit rund 20 Ausstellern vertreten sein, und aus Osteuropa haben sich über 30 Aussteller angekündigt, darunter allein knapp zehn Aussteller aus Polen. Aus Ungarn und Kroatien ist bislang je ein Aussteller gemeldet. Das erweiterte Angebotsspektrum der Hersteller machte deutliche Änderungen des bisherigen Erscheinungsbildes der photokina notwendig. Die Besucher werden sich an neue Standplätze für mehrere bekannte Unternehmen gewöhnen müssen. So belegt Kodak die Halle 4, in der freigeordneten Halle 8.2 finden Sony und Hewlett-Packard Platz (und PoS-MAIL). Casio, Fuji und Polaroid werden in Halle 5 ausstellen. Hersteller weiterer Consumer Produkte sind im Obergeschoß der Hallen 1 bis 3 zu finden. Zubehör-Hersteller wie Hama, Henzo, Walther oder Becker+Hach in Halle 11 ebenso wie Tetenal.

Home Cinema auf der photokina

In der Passage zwischen Halle 1.2 und Halle 3.2 gibt es in diesem Jahr eine Premiere: Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung der Bildtechnik und -kommunikation widmet sich ein Bereich der photokina dem Segment Home Cinema. Damit wird die Weltmesse des Bildes um einen Wachstumssektor bereichert, dessen Marktvolumen allein in Deutschland 7,2 Mrd. Euro beträgt.

Einen besonderen Blickfang werden im Rahmen des „Home Cinema Center“ Plasmabildschirme und LCD-TVs mit stattlichen Bildgrößen von mittlerweile mehr als 60 Zoll bieten. Ebenfalls interessant für Home-Cinema-Begeisterte sind die Projektionsgeräte und Heimkinoprojektoren, die mit immer perfekterem Bildwirklichkeitsnahe Bilder in das heimische Kino zaubern.

Raumfüllend und authentisch kommt der Sound in bester Qualität aus AV-Receiver und Verstärkern in digitaler Mehrkanal-Technik. Die Spitze der Tontechnologie markieren dabei die Geräte mit fünf bis sechs Rücklautsprechern und „THX Ultra“-Zertifizierung, die den hohen Ansprüchen zur Signalübertragung von Dolby Digital oder DTS (Digital Theater Sound) entsprechen. „Virtuelle“ Raumklanglösungen, elektronisch erzeugt, bringen jedoch auch ohne zusätzliche Rücklautsprecher beachtliche Klangresultate. Unsichtbare Lautsprecher und die kabellose Signalübertragung per Funk setzen Standards für den Komfort im Bereich Home Cinema.

Als absolutes Highlight können auch die neuen DVD-Player bezeichnet werden, die bereits auf der IFA 2001 für Furore sorgten. Auch die neuen DVD-Player werden immer mehr zu Multitalenten. Sie spielen überwiegend alle gängigen DVD-Formate ab. DVD-Audio entwickelt sich zudem zum Standard bei den Playern. In Deutschland sind mittlerweile 4.000 Titel aller Genres auf DVD er-

hältlich. Der Bundesverband Video prognostizierte für 2001 einen Absatz von gut 15 Millionen DVDs und einen Umsatz von rund 300 Millionen Euro. Im Jahr 2000 waren es zum Vergleich erst 170 Millionen Euro.

Wachsendes Angebot für Profianwender

Auch professionellen Anwendern wird auf der photokina ein breites Produktspektrum geboten – so insbesondere in den Bereichen Digital Imaging, Large Format Printing und PrePress. „Führende Unternehmen der Druckindustrie haben die photokina als geeignete Absatzplattform für ihre Digitaldruck-Produkte erkannt. Sie präsentieren sich in wachsender Zahl im Zentrum Professional Photo und Imaging, das erstmals die gesamten Hallen 9 und 10 belegt. Für sie ist die photokina die richtige Messe zur richtigen Zeit, die kleinere nationale Veranstaltungen verzichtbar macht“, so Bernd Aufderheide, Geschäftsführer der KölnMesse.

In Halle 14 werden die professionelle Präsentation, Produktions- und Projektionstechnik sowie die AV-Kommunikation das Pendant zu den verbrauchernahen Produkten im Home Cinema Center darstellen.

Umfassendes Rahmenprogramm

Das Rahmenprogramm der diesjährigen photokina wird ebenfalls den Einfluß der Digitaltechnik widerspiegeln und der Erweiterung des Marktes Rechnung tragen. Den Auftakt der Messe bildet eine internationale Podiumsdiskussion mit Top-Repräsentanten führender Unternehmen des Imaging-, UE-, IT- und TK-Marktes. Medienproduzenten und Dienstleistern sowie Meinungsbildnern aus Medien, Wissenschaft und Wirtschaftspresse am 25. September um 10.00 Uhr im Kristallsaal. Unter der Headline „Imaging Convergence. Market Convergence:

Advances in imaging are reshaping world markets“ werden hochkarätige Experten die Auswirkung der Konvergenz der Bild- und Informationstechnologien und ihre Chancen für die Weltmärkte erläutern. Auch Einzelhändler, Finanzanalysten und Berater werden zu Wort kommen.

Zu den vielen Attraktionen, die sich vor allem auf das Wochenende, 28.– 29. September, konzentrieren, zählen die Photo Factory mit digitalem Kameraverleih, Bildterminalen, Bearbeitungs- und Printstationen. Dazu gibt es am Wochenende ein Bühnenprogramm, das Information mit Unterhaltung verbinden soll. Moderiert wird dieses von dem besonders im Rheinland populären „Linus“. Er wird Prominente aus Industrie, Medien und Politik interviewen und in selbstinszenierten Game-Shows die aktuellen Themen der grenzenlosen Bilderwelt darstellen.

Der Öffnung der photokina für breitere Publikumsschichten wird insbesondere der Young Imaging Event in Halle 7 dienen. Hier sollen Hersteller und Händler eine Fülle attraktiver Anregungen bieten, um Jugendliche für die unerschöpflichen Möglichkeiten des Imaging zu begeistern. Eingebunden in den Young Imaging Event sind auch TV- und Rundfunksender sowie Jugend- und Special-Interest Magazine. Die Zielgruppe soll durch gezielte Werbung und PR-Maßnahmen angesprochen und preisgünstige Sonder- und Gruppentickets nach Köln gelockt werden. Auch in Sachen Kultur wird im Rahmen der photokina einiges geboten. Die Organisatoren haben den Verein zur Förderung des Bildes gegründet, dessen Aufgabe unter anderem in der Ausrichtung eines hochkarätigen Ausstellungsprogramms zur photokina besteht. Die deutliche Unterstützung durch die Aussteller und die Dynamik des Foto- und Imagemarktes sowie der Konvergenz von Bild- und Kommunikationstechnik machen die Verantwortlichen zuversichtlich, daß die photokina 2002 ein voller Erfolg wird.

Allgemeine Infos

Öffnungszeiten:

Für Besucher: 10.00 bis 18.00 Uhr
Für Aussteller: 9.00 bis 19.00 Uhr

Eintrittskarten:

	Vorkasse	Messekasse
Tageskarte	17,- Euro	17,- Euro
3-Tageskarte	38,- Euro	41,- Euro
Dauerkarte	49,- Euro	54,- Euro
Wochenend-Tageskarte	12,- Euro	12,- Euro
Gruppenkarte (6 Per.)	auf Anfrage	auf Anfrage




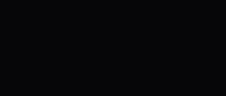
Vorverkaufsstellen:

In Deutschland erhalten Sie die Eintrittskarten zum Vorverkaufspreis bei den Industrie- und Handelskammern, den Fach- und Einzelhandelsverbänden, zum Vorverkaufspreis bei Köln Ticket sowie bei allen Reisebüros, die dem KART-System angeschlossen sind (zzgl. 1,- Euro Systemgebühr).

Kataloge:

Der Katalog ist im August erschienen und kostet 18,- Euro. Auf Wunsch schickt die KölnMesse den Katalog per Nachnahme zu. Er kann per Fax: 0221/8 21-37 29 oder via E-Mail: s.brauer@koelnmesse.de angefordert werden.

Termingerecht ist der Vorversand nur innerhalb Europas möglich.

-  **Ständig neue Nachrichten**
-  **Kostenlose Kleinanzeigen**
-  **Downloads**
-  **Heftarchiv**
-  **der grosse foto-katalog**
-  **Produktdatenbank**

www.cat-verlag.de

Willkommen beim C.A.T.-Verlag !



© Copyright C.A.T.-Verlag Bilmmer GmbH, 40678 Ratingen, Fredigstr. 18-20, Telefon (02102) 3021-0



www.cat-verlag.de • www.foto-contact.de
www.worldofphoto.de • www.pos-mail.de
www.prepressworld.de
www.worldofprint.de • www.worldofprint.com

Aussteller nach Produktgruppen

ANALOG FOTOGRAFIE

Kleinbildkameras

Canon Deutschland GmbH
Concord Camera GmbH
Ferrania Deutschland GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Konica Corporation
Leica Camera AG
Minolta Europe GmbH
Minox GmbH
Nikon GmbH
Olympus Optical Co. (Europa) GmbH
Pentacon GmbH
Pentax GmbH
Ricoh GmbH
Soligor GmbH
Yashica Kyocera GmbH

APS-Kameras

Canon Deutschland GmbH
Concord Camera GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Kodak GmbH
Minolta Europe GmbH
Soligor GmbH
Yashica Kyocera GmbH

Spiegelreflexkameras

B.I.G. GmbH
Canon Deutschland GmbH
Leica Camera AG
Minolta Europe GmbH
Nikon GmbH
Olympus Optical Co. (Europa) GmbH

Pentax GmbH
Yashica Kyocera GmbH

Mittelformatkameras

Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Mamiya OP. Co., Ltd.
Pentax GmbH
Yashica Kyocera GmbH

Filme

Agfa-Gevaert AG
B.I.G. GmbH
Ferrania Deutschland GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH

Kodak GmbH
Konica Corporation
Minox GmbH
Tura AG

Dia-Projektoren

Götschmann-Diaprojektoren
Kindermann & Co. GmbH
Leica Camera AG

Sonstiges

Agfa-Gevaert AG
Concord Camera GmbH
Cullmann Foto Audio Video GmbH
Ewa-Marine GmbH

GBB Handels GmbH
Gepe Produkte AG
Hama GmbH & Co. KG
Hedler Systemlicht
Jobo Labortechnik GmbH & Co. KG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Konica Corporation
Linhof GmbH
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Minolta Europe GmbH
Pentax GmbH
Photo + Medienforum Kiel
Plaubel Feinmechanik & Optik GmbH
Polaroid GmbH
Soligor GmbH
Tetenal GmbH & Co. KG

DIGITALFOTOGRAFIE

Digitalkameras

BenQ Deutschland GmbH
Canon Deutschland GmbH
Casio Europe GmbH
Concord Camera GmbH
Epson Deutschland GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Hewlett-Packard GmbH
Jobo Labortechnik GmbH & Co. KG
Jos. Schneider GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Kodak GmbH
Konica Corporation
Leica Camera AG
Minolta Europe GmbH
Minox GmbH
Nikon GmbH

Olympus Optical Co. (Europa) GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Pentacon GmbH
Pentax GmbH
Plaubel Feinmechanik & Optik GmbH
Ricoh GmbH
Sony Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH
Yashica Kyocera GmbH

Speichermedien

Casio Europe GmbH
Dazzle Europe GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
GBB Handels GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Jobo Labortechnik GmbH & Co. KG

Kodak GmbH
Minolta Europe GmbH
Olympus Optical Co. (Europa) GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH

Software

Canon Deutschland GmbH
Casio Europe GmbH
Dazzle Europe GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
GBB Handels GmbH
Mitsubishi Electric Europe B.V.
Olympus Optical Co. (Europa) GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

Ulead Systems GmbH

Zubehör

B+W Filter
Casio Europe GmbH
Epson Deutschland GmbH
Ewa-Marine GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Jobo Labortechnik GmbH & Co. KG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Minolta Europe GmbH
Nikon GmbH
Olympus Optical Co. (Europa) GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Pentacon GmbH

Pentax GmbH
Soligor GmbH
Toshiba Europe GmbH

Sonstiges

Casio Europe GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Hedler Systemlicht
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Linhof GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Photo + Medienforum Kiel e. V.
Plaubel Feinmechanik & Optik GmbH
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH

BILDBEARBEITUNG

Analoge Minilabs

Agfa-Gevaert AG
Konica Corporation
Noritsu (Deutschland) GmbH

Digitale Minilabs

Agfa-Gevaert AG
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Kodak GmbH
Konica Corporation
Noritsu (Deutschland) GmbH

Großlaborsysteme

Agfa-Gevaert AG

Fotodrucker

Canon Deutschland GmbH

ColorGate GmbH
Epson Deutschland GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Hewlett-Packard GmbH
Kodak GmbH
Lexmark Deutschland GmbH
Mitsubishi Electric Europe B.V.
Olympus Optical Co. (Europa) GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Polaroid GmbH
Sony Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH

Scanner

Canon Deutschland GmbH
Epson Deutschland GmbH

Fuji Photo Film (Europe) GmbH
GBB Handels GmbH
Hewlett-Packard GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Kodak GmbH
Lexmark Deutschland GmbH
Nikon GmbH

Fotopapier

Agfa-Gevaert AG
B.I.G. GmbH
Canon Deutschland GmbH
Epson Deutschland GmbH
Ferrania Deutschland GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
GBB Handels GmbH

Hama GmbH & Co. KG
Hewlett-Packard GmbH
Kodak GmbH
Konica Corporation
Panasonic Deutschland GmbH
Tetenal GmbH & Co. KG
Tura AG

Toner- und Tintenpatronen

Canon Deutschland GmbH
Epson Deutschland GmbH
Ferrania Deutschland GmbH
GBB Handels GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Hewlett-Packard GmbH
Lexmark Deutschland GmbH

Software

Adobe Systems GmbH
Canon Deutschland GmbH
ColorGate GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Olympus Optical Co. (Europa) GmbH
Ulead Systems GmbH

Sonstiges

Agfa-Gevaert AG
Canon Deutschland GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
GBB Handels GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Photo + Medienforum Kiel e. V.
Soligor GmbH

ZUBEHÖR

Objektive

B.I.G. GmbH
Canon Deutschland GmbH
Carl Zeiss Photoobjektive
Jos. Schneider GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Konica Corporation
Leica Camera AG
Linhof GmbH
Minolta Europe GmbH
Nikon GmbH
Pentacon GmbH
Pentax GmbH
Plaubel Feinmechanik und Optik GmbH
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH

Yashica Kyocera GmbH

Blitzgeräte

B.I.G. GmbH
Canon Deutschland GmbH
Cullmann Foto Audio Video GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Minox GmbH
Nikon GmbH
Olympus Optical Co. (Europa) GmbH
Pentacon GmbH
Pentax GmbH
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH
Yashica Kyocera GmbH

Bilderrahmen

b+h Picture Frames
Erno Warenvertriebs GmbH
Hama GmbH & Co. KG

Fotoalben

Cullmann Foto Audio Video GmbH
Erno Warenvertriebs GmbH
Hama GmbH & Co. KG

Taschen

Billingham
Canon Deutschland GmbH
Casio Europe GmbH
Cullmann Foto Audio Video GmbH
GBB Handels GmbH
Hama GmbH & Co. KG

Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Leica Camera AG
Loweepro
Minolta Europe GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Pentax GmbH
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH

Stative

B.I.G. GmbH
Cullmann Foto Audio Video GmbH
Erno Warenvertriebs GmbH
GBB Handels GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Linhof GmbH

Minox GmbH
Plaubel Feinmechanik & Optik GmbH
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH

Sonstiges

B+W Filter
Beyerdynamic GmbH & Co.
Hama GmbH & Co. KG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Linhof GmbH
Minolta Europe GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Photo + Medienforum Kiel e. V.
Plaubel Feinmechanik & Optik GmbH
Soligor GmbH
Toshiba Europe GmbH

HOME CINEMA

Audio-Anlagen

LG Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sony Deutschland GmbH

Projektoren

BenQ Deutschland GmbH
Canon Deutschland GmbH
Epson Deutschland GmbH
Fujitsu General (Euro) GmbH

Hewlett-Packard GmbH
Kindermann & Co. GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
NEC Deutschland GmbH
Sony Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH

DVD

LG Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

Sony Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH

Mehrfachlautspeichersysteme

Panasonic Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH

Leinwände

Hama GmbH & Co. KG
Kindermann & Co. GmbH

LG Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

Plasma- und LCD-Bildschirme

Fujitsu General (Euro) GmbH
Mitsubishi Electric Europe B.V.
LG Electronics Deutschland GmbH
NEC Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

Sony Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH

Sonstiges

Hama GmbH & Co. KG
LG Electronics Deutschland GmbH
NEC Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sony Deutschland GmbH

INTERNET

Online-Bilderdienste

Agfa-Gevaert AG
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Kodak GmbH

Sony Deutschland GmbH

Webcams

BenQ Deutschland GmbH

Canon Deutschland GmbH
Fuji Photo Film (Europe) GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Soligor GmbH

Sony Deutschland GmbH

Sonstiges

Agfa-Gevaert AG

Panasonic Deutschland GmbH
Photo + Medienforum Kiel e.V.
Soligor GmbH

TELEKOMMUNIKATION

Mobilfunk

Hama GmbH & Co. KG
LG Electronics Deutschland GmbH
Sony Ericsson GmbH

ISDN

Hama GmbH & Co. KG

MMS

Sony Ericsson GmbH

i-mode

Sony Ericsson GmbH

Sonstiges

Ewa-Marine GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Sony Ericsson GmbH

DSL

QSC AG

GPRS

Sony Ericsson GmbH

VIDEO

Camcorder

Canon Deutschland GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sony Deutschland GmbH

Video-Nachbearbeitung

Adobe Systems GmbH
Canon Deutschland GmbH
Dazzle Europe GmbH

GBB Handels GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Sony Deutschland GmbH

Sonstiges

Beyerdynamic GmbH & Co.
Ewa-Marine GmbH
Hama GmbH & Co. KG

Jobo Labortechnik GmbH & Co. KG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Photo + Medienforum Kiel e.V.

A

Adobe Systems GmbH 10.1 C10/D11
Agfa-Gevaert AG 6.1 A1

B

b+h Picture Frames 11.2 O20
B+W Filter 2.1 O21
BenQ Deutschland GmbH 14.2 L30
Beyerdynamic GmbH & Co. 14.2 P40
B.I.G. GmbH 1.1 B/C 38
Billingham
Bundesverband Technik d. Einzelhandels 3.1L/M40

C

Canon Deutschland GmbH 2.2 C21/D20; C10/18
Europapark Fichtenhain A 10
47807 Krefeld
Tel.: 02151/34 50 • Fax: 02151/34 51 20
www.canon.de
Casio Europe GmbH 5.1 J01
Bornbarch 10
22848 Norderstedt
Tel.: 040/52 86 50 • Fax: 040/52 86 5-100
www.world.casio.com
Carl Zeiss Photoobjektive 1.2 F30
ColorGate GmbH 10.1 J40/48
Concord Camera GmbH 1.1 A/B 29
Cullmann Foto Audio Video GmbH 3.2 A 58

D

Dazzle Europe GmbH 11.1 0 39

E

Erno Warenvertriebs GmbH 11.2 L 8
Dr.-Rudolf-Eberle-Str. 45
79774 Albrück
Tel.: 07753/ 92 05-0 • Fax: 07753/ 92 05-33
Epson Deutschland GmbH 3.2 A032; 10.1J10;
11.1B11/A20; 14.2 N9
europa-foto Fotoco GmbH & Co. KG 3.1 L/M10
Ewa-Marine GmbH 5.1 D9

F

Ferrania Deutschland GmbH 11.1 B10/C11
Hammfelddamm 10
41460 Neuss
Tel.: 02131/ 1 24 66 40 • Fax: 02131/1 24 66 66
www.ferraniait.com
Fuji Photo Film (Europe) GmbH 5.1 G12/J11
Fujitsu General (Euro) GmbH 14.2 L9/M8

G/H

GBB Handels GmbH 3.1 L/M30
Linsellesstr. 127-129
47877 Willich
Tel. 02154/95 94 0 • Fax: 02154/95 94 95
www.gbb-gmbh.de
Götschmann-Diaprojektoren 14.2 K31
Hama GmbH & Co. KG 11.2 J18

Die wichtigsten Aussteller von A-Z

Hedler Systemlicht 10.2 O49
Hewlett-Packard GmbH 8.2 A4

I

imaging+foto-contact 8.2 A6
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20
40878 Ratingen
Tel.: 0 21 02/20 27 0 • Fax: 0 21 02/20 27 90
www.worldofphoto.de

• imaging+foto-contact ist die größte Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche. Der Name imaging+foto-contact drückt deutlich das Konzept aus, das diese Zeitschrift schon immer umgesetzt hat: die wichtigsten Zielgruppen der gesamten Foto- und Imagingbranche abzudecken und sowohl dem Fotohandel und Großhandel als auch Minilabs, Fotostudios und Berufsfotografen, Groß- und Fachlabors und Dienstleistern im Bereich Digital Imaging ein breites Spektrum aktueller Informationen und Berichte anzubieten. Auch bei Distributoren, Handelsgesellschaften und in der Fotoindustrie ist das Magazin stark verbreitet.

INTERNATIONAL CONTACT 8.2A6

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20
40878 Ratingen
Tel.: 0 21 02/20 27 0 • Fax: 0 21 02/20 27 90
www.cat-verlag.de

• INTERNATIONAL CONTACT ist die führende unabhängige Fachzeitschrift für Entscheider im Bereich Fotografie und Imaging. Die Zeitschrift erscheint zweimonatig in englischer Sprache und erreicht rund 10.000 Leser in mehr als 100 Ländern.

J

Jobo Labortechnik GmbH & Co. KG 3.1 N/P20
Jos. Schneider GmbH 10.2V10/W11

K

Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG 3.1 M/N 51
Kindermann & Co. GmbH 14.2 +8.1/Q11/R10 + 15
Kodak GmbH Halle 4
Konica Corporation 1.2 F1/19

L

Leica Camera AG 2.2.C21
Lexmark Deutschland GmbH 1.2 G51
Max-Planck-Str. 12
63128 Dietzenbach
Tel.: 0180/5 64 56 44 • Fax: 06074/ 45 25 4
www.lexmark.de und www.print-fotos.com

• Lexmark präsentiert die leistungsstarken Präzisionsdrucker der Lexmark Z- und X-Serie. Als einer der ersten Hersteller hat das Unternehmen mit seiner innovativen 4.800 dpi Technologie neue Maßstäbe im Bereich der Fotoqualität gesetzt. Die Drucker der Lexmark Z- und X-Serie eröffnen im Zusammenhang mit modernen Digitalkameras neue Möglichkeiten in der Welt des Digital Imaging.

LG Electronics Deutschland GmbH 14.1H10/G11
Linhof GmbH 10.2 U8
Loweepro 3.1 L28/M30

M

Mamiya OP. Co. Ltd. 1.1 A/B41
Metz-Werke GmbH & Co. KG 1.1 A50/B51
Minolta Europe GmbH 1.2 G1/18
Minox GmbH 2.2D19
Mitsubishi Electric Europe B.V. 14.2 R80/Q81

N

NEC Deutschland GmbH 14.1E41/F40
Nikon GmbH 2.2 E20/D21
Noritsu (Deutschland) GmbH 9.2 K10/L11

O/P

Olympus Optical Co. (Europa) GmbH 3.2 B/C20
Wendenstr. 14-18
20097 Hamburg
Tel.: 040/23 77 30 • Fax:040/23 37 65
www.olympus-europa.de
Panasonic Deutschland GmbH 3.2 B31/14.1D10/C11
Pentacon GmbH 2.1 E20/F21
Pentax GmbH 1.2 F21/G20
Photo + Medienforum Kiel e.V. 3.1 L/M 40
Feldstr. 9 - 11
24105 Kiel

Tel.: 0431/ 57 97 00 • Fax: 0431/ 56 25 68
www.photomedienforum.de

Plaubel Feinmechanik & Optik GmbH 10.2 V 11
Polaroid GmbH 5.1 C12/D10

PoS-MAIL

8.2 A6
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20
40878 Ratingen
Tel.: 0 21 02/20 27 0 • Fax: 0 21 02/20 27 90
www.pos-mail.de

• Das erfolgreiche Medium für den High-Tech Markt. Jeden Monat informiert PoS-MAIL aktuell über die Innovationen in Unterhaltungselektronik, Foto, Informationstechnologie und Telekommunikation – ergänzt durch digitale Medien im Internet, auf CD und einen optionalen E-Mail-News-Service. PoS-MAIL transportiert die innovativen Konzepte der Hersteller direkt dorthin, wo der Markt gemacht wird: an den Point-of-Sale.

PrePress

8.2A6

C.A.T. Verlag Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen
Tel.: 0 21 02/20 27 0 • Fax: 0 21 02/20 27 90
www.PrePressWorld.de

• „PrePress – Zeitschrift für Publishing und Digitaldruck“ ist die führende monatlich erscheinende Fachzeitschrift für alle, die professionell Drucksachen mit dem Computer erstellen, also Verlage, Werbeagenturen, Druckereien, Satz- und Reprostudios, freie Grafiker und Fotografen sowie Werbe- und DTP-Abteilungen von Unternehmen und Behörden. PrePress wendet sich dort in erster Linie an die Personen, die für den Einkauf von Hard- und Software verantwortlich sind und darüber entscheiden, welche Werkzeuge auf welche Weise eingesetzt werden.

Q

QSC AG 8.2 A3

R/S

Ricoh Europe B.V. 1.2 G31
Soligor GmbH 2.2C1
Sony Deutschland GmbH 8.2 A3

T

Tetenal GmbH & Co. KG 1.2 G21 & 11.2; M11/N10
Terra Tec Electronic GmbH 19 C 32
Toshiba Europe GmbH 14.1 D/E11
Tura AG 5.1 E7/F11

An Gut Nazareth 20-24

52353 Düren
Tel.: 02421/ 80 07-0 • Fax: 02421/8 83 63
www.tura-film.de

U/V

Ulead Systems GmbH 3.1 L/M30

W

World of Print 8.2A6

C.A.T. Verlag Blömer GmbH
Freiligrathring 18-20
40878 Ratingen
Tel.: 0 21 02/20 27 0 • Fax: 0 21 02/20 27 90
www.PrePressWorld.de

• „World of Print – Zeitschrift für Print-Produktion“ als Fachzeitschrift ist die Ergänzung zum Internetportal WorldofPrint.de und .com und hat es sich zur Aufgabe gemacht, den modernen Produktionsprozeß von Druckerzeugnissen zu kommunizieren. Die Schwerpunkte liegen ganz klar auf Berichten, die das Hintergrundwissen vermitteln, das Entscheider benötigen, um ihre Printproduktion modern und zeitgemäß gestalten zu können.

XYZ

Yashica Kyocera GmbH 1.2 F29

photokina

world of imaging
25. - 30. september 2002

H A L L E P L A N

Hallenbelegung/Hall Layout

CONSUMER PHOTO • VIDEO • IMAGING

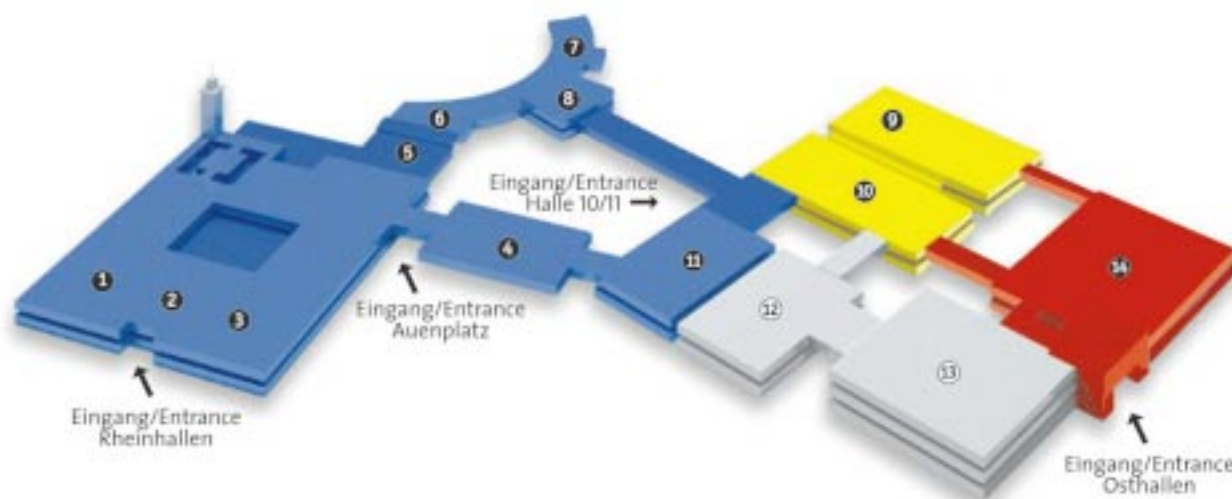
PROFESSIONAL PHOTO & IMAGING

PROFESSIONAL MEDIA/INFOCOMM EUROPE

Hallen 1–8, 11

Hallen 9, 10

Halle 14



Wichtige Aussteller nach Hallen

Halle 1

B.I.G. GmbH	1.B/C 38
Carl Zeiss Photoobjektive	2.F30
Concord Camera GmbH	1.A/B 29
Konica Corporation	2.F1/19
Lexmark Deutschland GmbH	1.G 51
Mamiya OP Co. Ltd.	1.A/B 41
Metz-Werke GmbH & Co. KG	1.A50/B51
Minolta Europe GmbH	2.G1/G18
Pentax GmbH	2.F21/G20
Ricoh Europe GmbH	2.G31
Tetental GmbH & Co. KG	2.G21

Halle 2

B+W Filter	1.021
Canon Deutschland GmbH	2.C21/D20; C10/18
Leica Camera AG	2.2C21
Minox GmbH	2.D19
Nikon GmbH	2.E20/D21
Pentacore GmbH	2.E20/F21
Soligor GmbH	2.C1

Halle 3

Billingham	1.L/M30
------------	---------

Bundesverb. Techn. d. Einzelhandels	1.L/M40
Cullmann Foto Audio Video GmbH	2.A58
Epson Deutschland GmbH	2.A22
europa-foto Fotoco GmbH & Co. KG	1.L/M10
GBB Handels GmbH	1.L/M30
Gepe Produkte GmbH	1.L/M30
Jobo Labortechnik GmbH & Co. KG	1.N/P20
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG	1.M/N51
Lowe pro	1.L28/M30
Olympus Optical Co. (Europa) GmbH	2.B/C20
Panasonic Deutschland GmbH	2.B31
Photo + Medienforum Kiel e.V.	1.L/M40
Ulead Systems GmbH	1.L/M30

Halle 4

Kodak GmbH

Halle 5

Casio Europe GmbH	1.J1
Ewa-Marine GmbH	1.D9
Fuji Photo Film (Europe) GmbH	1.G 2/J11
Polaroid GmbH	1.C12/D10
Tura AG	1.E7/F11

Halle 6

Agfa-Gevaert AG	A1
-----------------	----

Halle 8

C.A.T-Verlag Blömer GmbH	2.A6
Hewlett-Packard GmbH	2.A4
imaging+foto-contact	2.A6
INTERNATIONAL CONTACT	2.A6
Kindermann & Co. GmbH	1.15
PoS-MAIL	2.A6
PrePress	2.A6
Sony Deutschland GmbH	2.A3
World of Print	2.A6
QSC AG	2.A3

Halle 9

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

Halle 10

Adobe Systems GmbH	1.C10/D11
ColorGate GmbH	1.J40/J48
Epson Deutschland GmbH	1.J10
Hedler Systemlicht	2.049
Jos. Schneider GmbH	2.V10/W1

Linhof GmbH	2.U8
Plaubel Feinmechanik & Optik GmbH	2.V11

Halle 11

b+h Picture Frames	2.020
Dazzle Europe GmbH	1.039
Epson Deutschland GmbH	1.B11/A20
Erno Warenvertriebs GmbH	2.L8
Ferrania Deutschland GmbH	1.B10/C11
Hama GmbH & Co. KG	2.J18
Tetental GmbH & Co. KG	2.M11/N10

Halle 14

BenQ Deutschland GmbH	2.L30
Beyerdynamik GmbH & Co.	2.P40
Epson Deutschland GmbH	2.N9
Fujitsu General Euro GmbH	2.L9/M8
Götschmann-Diaprojektoren	2.K31
Kindermann & Co. GmbH	2.Q11/R10
LG Electronics	1.H10/G11
Mitsubishi Electric Europe B.V.	2.R80/Q81
NEC Deutschland GmbH	E41/F40
Panasonic Deutschland GmbH	1.D10/C11
Toshiba Europe GmbH	1.D/E11

POS-MAIL

Extra für Sie
reserviert!

Holen Sie sich Ihre aktuelle
PoS-MAIL-photokina Ausgabe
an unserem Messestand
in Halle 8.2.A6.



(Für Abonnenten natürlich kostenlos)



SAMSUNG

DigitAllPiccolo



2,5"-Farb-LCD-Monitor

400fach-Digitalzoom



Große Bilder brauchen nicht viel Platz: Machen Sie mit einem der kleinsten digitalen Camcorder VP-D590i Ihr ganz persönliches „Big Movie“. Sie können schon während des Filmens Ihr Werk anschauen – und der Memory-Stick speichert Ihre schönsten Fotografien. Ob schlechte Lichtbedingungen oder Dunkelheit, Night-Capture-Funktion und Infrarotsensor sorgen immer für klare Filmaufnahmen. Auch die Nachbereitung am PC ist dank des digitalen Video-Ein-/Ausgangs IEEE 1394 kein Problem. So entstehen Ihre eigenen kleinen „großen“ Meisterwerke auf technisch höchstem Niveau.

SAMSUNG DIGITall
everyone's invited™

www.samsung.de



Moderne Digital- und Flachbildtechnologie

Panasonic T[tau]-TV

für zusätzlichen Komfort. Mit den Multi-Window-Funktionen Bild-und-Bild (PAP), Bild-und-Text (PAT), Bild-neben-Bild (POP) und Bild-im-Bild (PIP) können zwei Programme gleichzeitig angeschaut werden. Dank der Stroboskop-Funktion kann

eine Reihe von Einzelbildern in schneller Folge um das Hauptbild gezeigt werden. Der Kanalsuchlauf ordnet jeweils zwölf Standbilder der verfügbaren TV-Sender rund um das Hauptbild an, aus denen das gewünschte Programm ausgewählt werden

kann. Der T[tau]-Fernseher TX- 32PH40D ist seit Juli lieferbar. Der unverbindliche Verkaufspreis inklusive TV Konsole beträgt 2.499,- Euro. Ohne TV-Konsole soll der TX-32PH40D 2.399,- Euro kosten. *miz*

Der TX-32PH40D ist das neue Highlight der Panasonic T[tau]-TV-Range. Das Gerät ist unter anderem mit einer flachen Quinrix-F-Bildröhre im 16:9-Format und dem dynamischen Autofokus-Elektro-nensystem DQ-DAF ausgestattet. Dieses ermöglicht, auch bei einem seitlichen Blickwinkel, scharfe Bilder bis in die Ecken.

Die Funktion Wide Digital Plus paßt jedes Bildformat automatisch der höchsten Auflösung an. Mit Hilfe des Panasonic Aspektmodus kann der Anwender über das Darstellungsformat entscheiden.

Während bei konventionellen TV-Geräten die Bilder zeilenweise aufgebaut und zunächst die geraden und dann die ungeraden Zeilen geschrieben werden, speichert beim TX-32PH40D die Funktion Progressive Scan zunächst alle Zeilen, um sie dann in Folge auszulesen. So ist eine Zeilenstruktur nicht mehr zu erkennen. Bei bewegtem Bildinhalt verhindert Dynamic Digital Motion (DDM), Panasonics 100 Hz-System mit 10 Bit-Technik, das Verwischen von Bildinformation. Neueste Digitaltechnik analysiert und verbessert ständig die Bildinhalte. Helligkeits-, Kontrast- und Farbschwankungen werden somit schnell korrigiert und optimiert. Der digitale Kammfilter verhindert störende Farbverläufe, indem er die Helligkeits- und Farbsignale ohne Auflösungsverluste trennt. Die digitale Rauschunterdrückung verhindert Bildrauschen.

Darüber hinaus ist der TX-32PH40D mit der Virtual-Dolby-Technologie ausgestattet. Diese schafft einen dreidimensionalen Raumklang ohne zusätzliche Lautsprecher, indem die hinteren Boxen elektronisch simuliert werden. Das Super-3D-Bass-System sorgt mit einer zusätzlichen Bassbox für stabile Bässe, ohne Verzerrungen.

Trotz zahlreicher Features ist der TX-32PH40D unkompliziert zu bedienen. Neben dem bewährten Q-Link, automatischer Senderprogrammierung und dem übersichtlichen Bildschirmenü (OSD) sorgt der erweiterte Videotext Level 2.5 mit verbessertem Grafik-Display und bis zu 1.500 Speicherseiten

Kann ich höchste Qualität noch steigern?



BUBBLE JET PRINTER S900

Ein hochgestecktes Ziel zu erreichen ist manchmal nicht alles. Entscheidend ist auch, wie schnell man es erreicht. Mit dem Tintenstrahldrucker S900 müssen Sie keine Kompromisse mehr machen. Er ist nicht nur einer der Besten, sondern auch der Schnellste seiner Klasse: Mit seinen 3.072 Düsen drucken Sie ein A4-Foto mit 1.200 dpi in nur einer Minute – und das in herausragender Qualität. Dank seiner Auflösung von 2.400 x 1.200 dpi, dem fortschrittlichen Fotokopf mit 6 Tinten und der ausgereiften MicroFine Droplet Technology™ vereint der S900 Top-Geschwindigkeit und Spitzenqualität auf höchstem technischen Niveau. Die Single Ink-Technologie, die Treiber-Einstellungen Photo-Optimizer und Vivid Photo sowie schnelle randlose Ausdrücke setzen ihn eindrucksvoll an die Spitze der professionellen Fotodrucker.

So bleibt nur eine Frage: Wann starten Sie durch?

Was auch immer Sie vorhaben:
Mit Canon haben Sie es in der Hand.

www.canon.de



*Verfügbar unter www.canon-europa.com; nur für PC.



you can
Canon

Mit einem Hauch von „ZEN“ mitten ins Schwarze:



Sony P-Reihe

Flache TFT-Displays eignen sich ohne Zweifel für Design-Studien besser, als die durch großes Volumen benachteiligten Röhrenmonitore. Neben den vom Käufer erwarteten Eigenschaften auf dem aktuellen Stand der Technik werden Marktwert und Absatzchancen von Flachbildschirmen zunehmend durch die prestigeträchtige Ausstrahlung ihrer äußeren Gestalt bestimmt. Sony hatte damit bei seinen Produkten bekanntlich noch nie Probleme. Auch bei den Modellen der neu vorgestellten P-Reihe sind hochwertigste Technologie und eine üppige Ausstattung ganz „sonylike“ in eine perfekte äußere Form eingebettet.

Sony SDM-P82: Voll-Profi mit 18,1 Zoll

Der 18,1 Zoll große Flachbildschirm mit der 359 x 287 mm großen Bildfläche und seinen inneren und äußeren Werten ist sowohl für den harten professionellen Einsatz wie für die Nutzung im repräsentativen Umfeld eines Unternehmens oder durch anspruchsvolle Privat-Anwender eine



Sony SDM P82: 18,1 Zoll LCD-TFT Display in professioneller Bildqualität, mit einem digitalen und zwei analogen Video-Eingängen, mit „Slim Bezel“-Design für die Mehrfach-Montage von zwei oder drei Displays oder auch ganzen Bildwänden.

erste Wahl. Mit einem Helligkeitswert von 300 cd/m² und einem Kontrastverhältnis von 400:1 werden scharfe, brillante Bilder hoher Farbtreue mit einer Auflösung von maximal 1280 x 1024 Bildpunkten in 16,78 Millionen Farben dargestellt. Der Pixel Pitch beträgt 0,2805 x 0,2805 mm. Außergewöhnlich ist die weite Öffnung des möglichen Betrachtungswinkels mit vertikal und horizontal 170°. Die horizontale Ablenkfrequenz liegt zwischen 28–92 kHz bei einer vertikalen Bildwiederholungsfrequenz von 48–85 Hz. Die kurzen Reaktionszeiten der LCD-Elemente (LCD Response Time) von 20 ms (rise) und 30 ms (fall time) garantieren auch bei schnell bewegten Bildinhalten höchste Abbildungsqualität ohne Nachzieh-Effekte. Die Ausstattung mit zwei analogen D-Sub 15 Video-Eingängen und einem digitalen

Videoeingang nach DVI-D erweitern die universellen Einsatzmöglichkeiten dieses Displays und ermöglichen den Anschluß von bis zu drei Rechnern mit durch Software gesteuerter Umschaltung. Eine effektive Economy-Funktion senkt den Energieverbrauch des Bildschirms auf niedrige 45 Watt. Trotz der elegant und leicht wirkenden Linienführung der Gehäuseform konnte das Netzteil im Inneren des Bildschirms untergebracht werden. Durch raffinierte Kabelführung im Inneren des stabilen Standfußes (Smart Cabling) bieten die Monitore auch mit ihrer Rückseite ein erfreuliches Bild.

DM-P232W: 23" Wide-TFT mit 2,3 Megapixeln

Dieser 23 Zoll Flachbildschirm gehört mit seinem Seitenverhältnis von 16:10 zu den noch selten anzutreffenden „Wide“-Displays. Der Helligkeitswert von 200 cd/m² und das Kontrastverhältnis von 300:1 garantieren scharfe und brillante Bilder mit hoher Farbtreue. Die große und sehr breite Bildfläche ermöglicht die gleichzeitige Darstellung von mehreren Anwendungen nebeneinander. Dies ist nicht nur für Business-Anwendungen, sondern auch für den Multimedia-Einsatz und die Wiedergabe von Videofilmen im Breitformat optimal. Die maximale Auflösung beträgt 1920 x 1200 Bildpunkte mit 16,78 Millionen darstellbaren Farben. Auch der SDM-P232W glänzt wie sein Schwestermodell mit außergewöhnlich weiten Betrachtungswinkeln von sowohl vertikal wie horizontal 170°. Das sichert selbst bei ungünstigen Betrachter-Positionen noch hohe Bildqualität. Die kurzen Reaktionszeiten der verwendeten

LCD-Elemente (LCD Response Time) von 20 ms (rise) und die mit 20 ms noch schneller als beim P82 liegende „fall time“ qualifizieren den P232W besonders auch für die Darstellung dynamisch bewegter Bildinhalte und Computerspiele mit schnellem Bildaufbau und ohne Nachzieh-Effekte. Die Ausstattung mit zwei analogen D-Sub 15 Video-Eingängen und digitalem Videoeingang nach DVI-D ermöglicht eine Vielzahl von Einsatzmöglichkeiten und den Anschluß von bis zu drei Rechnern bei durch Software gesteuerter Umschaltung. Das Netzteil ist auch beim SDM-P232W im Inneren des Bildschirms untergebracht.

Slim Bezel Design: für Brooker-Zeilen und Bildwände

Die TFT-Modelle der neuen P-Reihe sind im „Slim Bezel“-Design mit besonders schmalen Gehäuserahmen des Displays gestaltet. Diese Bauweise erscheint nicht nur technisch und elegant, sondern erleichtert auf ideale Weise die Realisierung von Brooker-Wänden aus mehreren Bildschirmen. Auch für diese Einsatzmöglichkeit ist die Sony P-Reihe technisch vorbereitet und optimiert. Besondere Eigenschaften ermög-

lichen die einfache Realisierung von Bildwänden mit Multi-Display-Installationen. Hierzu tragen unter anderem die horizontal wie vertikal gleichermaßen weiten Betrachtungswinkel von 170° bei.

P-Reihe: Makellose Genetik

Durch den Einsatz neuester und hochwertigster Technologien und zahlreiche Features und Ausstattungsmerkmale wird Sony bei allen Modellen der P-Reihe dem Anspruch des hier wörtlich zu nehmenden Attributes „Professional“ gerecht. Besonders erwähnenswert ist der Einsatz von Sonys High Speed GPU (Graphic Processing Unit) für die Berechnung und Konditionierung der Videosignale und die Ansteuerung der Display-Elemente. Sonys „Advanced Digital Smoothing“-Technologie trägt vor allem zur deutlichen, augenfreundlichen Darstellung von Schriftzeichen bei, erleichtert die schnelle Informationsaufnahme und ermöglicht weitgehend ermüdungsfreie Bildschirmarbeit. Selbst bei Wechsel der Auflösung zu Werten außerhalb der natürlichen Auflösung ist die manuelle Justage von Pitch und Phase nicht mehr erforderlich, weil dies perfekt von Sonys einzigartiger „Intelligent Auto-Adjust Function“



Die Grafik zeigt auf, für welche Einsatzgebiete und Zielgruppen Displays der P-Reihe mit ihren Eigenschaften hervorragend positioniert sind.

durchgeführt wird. Die Bestückung mit Display-Panels der neuesten Generation und Sonys „Colour Tuning Technology“ garantieren die Darstellung naturgetreuer kräftiger und brillanter Farben. Alle Sony LCD-Panels sind vor dem Einbau „Tuned by Sony“. Ein leicht zu betätigender Taster dient der schnellen Umschaltung zwischen höchster Brillanz und „Ecco Mode“, der automatisch, je nach Bildsignal, ein optimiertes Verhältnis zwischen Helligkeit und Energieverbrauch und damit auch der Backlight-Lebensdauer einreguliert.

Drei Jahre Garantie mit Vor-Ort-Austausch

Alle TFT-Displays der Sony P-Reihe besitzen eine Montage-Vorrichtung nach VESA, erfüllen die Richtlinien der TCO'99 für Strahlungssicherheit und Ergonomie und entsprechen dem neu geschaffenen Standard ISO 13406-2. Sony gewährt auf diese Geräte eine Herstellergarantie von 36 Monaten inklusive Vor-Ort-Austauschservice. Der UVP des 18,1" SDM P82 beträgt 1.399,- Euro. Der UVP des 23" SDM-P232W im 16:10 Format beträgt 3.999,- Euro. Die Markteinführung beider Modelle soll im September 2002 stattfinden. evo



Die Sony P-Reihe ist mit ihrem speziellen „Slim Bezel“-Design sehr gut für die Installation von Brooker-Wänden und Multi-Monitor-Bildwänden geeignet und vorbereitet.

Weltweit mehr als 30 Mrd. Euro für Tonträger

Trotz Hunderter von Hörfunkprogrammen und der Möglichkeit, Musik auch via Internet zu empfangen, spielt der Tonträgermarkt weltweit eine große Rolle, meldet die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu). Mehr als 30 Mrd. Euro werden, nach Angaben der gfu, jährlich in aller Welt für Tonträger ausgegeben. Die Compact Disc liegt dabei als führendes Medium mit einem Absatz-Anteil von 72 Prozent weit vorn. Auf Platz zwei folgen Musikkassetten mit 23 Prozent, danach CD-Singles mit knapp vier Prozent und LPs mit einem Prozent. Damit unterscheidet sich der weltweite Absatz nach Angaben des Bundesverbandes der Phonographischen Wirtschaft zum Teil erheblich von den deutschen Daten. Von den 244 Mio. Tonträgern, die im Jahr 2001 in der Bundesrepublik abgesetzt wurden, waren gut 173 Millionen CDs (71 Prozent), 21 Millionen Musikkassetten (acht Prozent) und eine Million LPs (ein Prozent). Die Zahl der CD-Singles belief sich in Deutschland immerhin noch auf fast 49 Millionen (20 Prozent). Große Zahlen kennzeichnen nicht nur den Bereich der „Software“, also der Schallplatten, Musikkassetten und CDs, sondern auch die Hardware. Die gfu beziffert die Haushaltssättigung in Deutschland mit HiFi-Anlagen (inklusive CD-Spieler bzw. Cassettenrecorder) auf knapp 70 Prozent. Die Zahl der Einzelspieler, wie tragbare Cassetten-Player, Radiorecorder, CD-Spieler und Autoradios mit Abspielgerät dürfte die Zahl von 100 Millionen in der Bundesrepublik überschreiten. Im Jahr 2001 gaben die Bundesbürger für diese Geräte 1,9 Mrd. Euro aus. Dafür wurden rund 2,4 Millionen HiFi-Anlagen, 950.000 Einzelkomponenten, 1,8 Mio. Autoradios und etwa 6,8 Mio. tragbare Geräte verkauft. Für das laufende Jahr rechnet die gfu mit ähnlichen Zahlen.

WLAN auch in Deutschland irgendwann einmal mit 54 Mbit/s

Auch in Deutschland werden irgendwann im WLAN Datenübertragungsgeschwindigkeiten von 54 Mbit/s möglich sein, sobald die bei uns zuständige Regulierungsbehörde den Betrieb von Geräten nach dem schnellen 802.11a Standard genehmigt hat. In den USA sind derartige Produkte bereits seit einiger Zeit im Markt verfügbar. Ein typisches Produkt ist das aus dem Accesspoint HE 102 und der PCMCIA-Karte HA 501 bestehende WLAN-Set von Netgear, einem führenden Anbieter in diesem Marktsegment, der auch in Deutschland vertreten ist. In ersten Tests konnte dieses Set die hohe Datenrate bis zu einer Distanz von 25 m zwischen Accesspoint und Client aufrechterhalten. Wird bei der Übertragung aus Sicherheitsgründen die 128-WEP Verschlüsselung eingeschaltet, liegt die Übertragungsrates um zirka 25 Prozent niedriger. Bei den in den USA vertriebenen Modellen läßt sich ein Turbomodus zuschalten, der theoretisch Geschwindigkeiten bis zu 54 Mbit/s ermöglicht und selbst bei eingeschalteter 128-WEP Verschlüsselung noch 54 Mbit/s erreicht. Über den Turbomodus werden die in naher Zukunft in Deutschland auf den Markt kommenden Geräte allerdings nicht verfügen. Bis dahin müssen sich deutsche WLAN-Benutzer noch mit den auch nicht gerade langsamen 11 Mbit/s arrangieren.

„communicate!“ feiert im November Premiere in Köln

Erstmals öffnet am 7. November die Messe communicate! auf dem Kölner Messegelände ihre Pforten. Bis zum 10. November soll die neu ins Messeprogramm aufgenommene Veranstaltung privaten Nutzern und Anwendern aus kleinen und mittelgroßen Unternehmen das Spektrum der Internet- und Telekommunikationswelt nahebringen. Durch allgemein verständliche, unterhaltende Information, praktische Anwendung und Ausprobieren sowie durch emotionales Erleben will sie den Nutzen der neuen Medien anschaulich verdeutlichen und deren Nutzung vorantreiben. Der Branche, von Netzbetreibern, Content- und Serviceprovidern über Hersteller von Endgeräten und Anbieter von Internetservices und mobilen Dienstleistungen bis zu Medienunternehmen, soll die Messe die Chance bieten, sich in Köln einem größeren Publikum vorzustellen. Viele der Top-Unternehmen aus allen Angebotsbereichen präsentieren sich in den Themenschwerpunkten Entertainment, Communications und Commerce gemeinsam mit Sendern und Magazinen, die junge, kreative, technikbegeisterte Zielgruppen ansprechen. Das Veranstaltungskonzept wurde von der KölnMesse gemeinsam mit der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP) entwickelt, die auch als ideeller Träger fungiert. Zum Advisory Board zählen außerdem der Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM), der Bundesverband der regionalen und lokalen Telekommunikationsgesellschaften (breko) sowie die Industrie- und Handelskammer zu Köln.

Sommerpreise für AMD CPUs

Das Preiskarussell dreht sich auch bei den Verkaufspreisen für Prozessoren immer schneller. Bedingt durch harte Preiskämpfe zwischen den Hauptkonkurrenten AMD und Intel schrumpfen die zeitlichen Abstände zwischen den Verkündungen neuer, niedrigerer Verkaufspreise. Der Prozessorhersteller AMD veröffentlichte eine Liste mit gesenkten Preisen bei fast allen Modellen. So sind z. B. CPUs aus der obersten Modellreihe „Athlon XP“ zwischen fünf und 20 Prozent preiswerter geworden. Nur für einige Notebookprozessoren wie der Mobile Athlon XP 1800+ wurden keine Preisnächtlasse angegeben. AMD hat inzwischen in seiner Dresdner Fabrik für die Modelle XP 2200+, XP 2000+, XP 1900+ und XP 1800+ die Serienfertigung in 13 micron Technologie aufgenommen. Durch die kleineren und engeren Strukturen wird der Kern der CPU, das sogenannte „Die“ kleiner. Es finden mehr Chips auf einem Wafer Platz. Das erhöht die Ausbeute und senkt die Herstellungskosten.

FinePix



FinePix F401

- Super CCD mit 2,1 Mio. Pixeln (effektiv)
- Kompaktes Metallgehäuse
- 3fach-optischer-Zoom
- Lichtempfindlichkeit bis 1600 ISO
- Weitere Infos unter www.finepix.de

INSPIRED BY YOUR DREAMS

 **FUJIFILM**

www.finepix.de

LG Electronics gehört zum Kreis der größten Hersteller von LC-Displays und treibt im Rahmen gemeinsamer Projekte mit Philips zielstrebig die Chancen seiner Anwartschaft auf Platz „eins“ voran. LCD Panels treiben auch die Lichtkanonen leistungsstarker Projektoren, und zwischen dem Eingangsverstärker und Bildtreiber eines Projektors und dem eines LC-Displays bestehen enge Verwandtschaftsverhältnisse. Es ist folgerichtig, daß LG-E im Wachstumsmarkt der Projektoren seine Eisen im Feuer hält. Grund genug für einen Blick auf die aktuellen Projektor-Modelle des koreanischen Herstellers:

Koreanische Projektor-Staffel



▲ 16:9 Wide-LCD Projektor RL-JA 10 mit 1000 ANSI und 350:1 Kontrast

LCD-Panel ausgerüstet. Deshalb verfügt dieser LCD-Projektor über eine natürliche Auflösung von 1.280 x 720 Bildpunkten bei 16,7 Mio. darstellbaren Farben (Wide XGA). Das hat den Vorteil, daß Videosignale im 16:9 Format nicht umgerechnet werden müssen und damit absolut naturgetreu auf der Bildwand dargestellt werden. Trotzdem ist der RL-JA 10 auf Bild-darstellung im Seitenverhältnis 4:3 umschaltbar. Der Helligkeitswert beträgt 1.000 ANSI-Lumen bei einem Kontrastverhältnis von 350:1. Neben der Standard-Projektion kann das Gerät auch zur Rückprojektion eingesetzt oder in Überkopf-Position an der Raumdecke montiert werden. Die verwendete 150 W VIP-Lampe erreicht eine Lebens-

dauer von mindestens 2.000 Stunden. Die Ausstattung ist wie bei allen Projektoren von LG Electronics reichhaltig und umfaßt Window Zoom, Auto

Tracking & Positioning, digitale Keystone-Korrektur und eine manuelle Zoomeinrichtung x1,3/F 1,8–2,1. Der Signaleingang des RL-JA 10 kann mit Videosignalen nach PAL/SECAM und NTSC angesteuert werden und mit dem Grafikausgang eines Computers in den Auflösungen VGA, S-VGA, XGA, WXGA und UXGA verbunden werden. Das Anschlußterminal bietet durch eine Vielzahl von Eingangsschnittstellen hohe Flexibilität und stellt Anschlußbuchsen für PC, C-Video, S-Video, Komponente-Video und Stereo-Audio bereit. Die projizierte Bilddiagonale kann zwischen 76–758 cm gewählt werden. Die Leistungsaufnahme beträgt im Projektionsbetrieb 230 W.

Zum serienmäßigen Lieferumfang gehören eine Fernbedienung mit „No Battery“-Technologie, Soft-Carry-Case und Bedienanleitung. Die Abmessungen des RL-JA 10 von LG Electronics betragen 344 x 141 x 417 mm (B/H/T), bei einem Gewicht von 9,6 kg. Der UVP beträgt 5.999,- €. *evo*

2.000 ANSI Lichtkanone: LP-XG 24 von LG-E

Der mit 2.000 ANSI Lumen sehr lichtstarke LCD-Projektor arbeitet mit einem Bildsystem aus 3 x 0,9 Zoll LCD-Panels und generiert ein Projektionsbild im Seitenverhältnis von 4:3. Aufgrund der in den letzten zwei Jahren intensiven Entwicklung im Projektor-Bereich haben LCD-Systeme beim Kontrastverhältnis im Vergleich zu anderen Projektor-Technologien aufgeholt. Der LP-XG 24 erreicht das respektable Verhältnis von 400:1. Zusammen mit der eindrucksvollen Helligkeit garantiert dies ein brillantes Bild mit hoher Schwarz-Sättigung. Seine Helligkeit bezieht der LP-XG 24 aus einer 150 Watt VIP-Lampe mit 2.000 Stunden Lebensdauer. Der Projek-



4:3 LCD-Projektor LP-XG 24 von LG-Electronics mit 2.000 ANSI und einem Kontrast von 400:1

tor ist neben der Standard-Aufstellung sowohl für Rückprojektion wie für Überkopf-Deckenmontage ausgelegt. Die physikalische Auflösung beträgt 1024 x 768 Bildpunkte bei 16,7 Millionen darstellbaren Farben. Das ist, wie aus der Typenbezeichnung ersichtlich, XGA-Auflösung. Bequeme Bedienung und einfache Bild-Konfigurationen

garantieren die Ausstattung mit digitaler Keystone-Korrektur, Auto Tracking & Positioning, Windows Zoom und Doppelbild. Bilder können mit Diagonalen von 76–758 cm projiziert werden. Der manuelle Zoombereich beträgt x1,3 / F 1,73–2,17. Das OSD-Menu beherrscht die Sprachen GB/D/F/I/ES/K und Chinesisch. Der Bildrechner akzeptiert Eingangssignale in PAL,

SECAM, NTSC, VGA, S-VGA, XGA und UXGA. Das Anschluß-Terminal stellt Eingänge für PC, C-Video, S-Video und Stereo-Audio bereit. Die Steuerung kann über RS232-Eingang oder PS/2 mittels beigefügtem Adapter erfolgen. Zum Lieferumfang gehören eine Fernbedienung mit Laserpointer und Mousecontrol. Die Abmessungen betragen 238 x 88 x 288 mm (B/H/T) und das Gewicht 3,4 kg. Das Lüftergeräusch bleibt unter 38 dB. Die Leistungsaufnahme liegt bei 220 W und der UVP des LP-XG 24 Projektors beträgt 5.099,- €.

LP-XG 22 mit 1.600 ANSI-Lumen

In der gleichen Gehäuseausführung wie der LP-XG 24 und mit nahezu identischer Leistung und Ausstattung, jedoch mit einer Helligkeit von 1.600 ANSI-Lumen bei einem Kontrastverhältnis von 400:1, wird der

Projektor LP-XG 22 zu einem UVP von 4.599,- € angeboten.

RD-JT 20: DLP-System mit 4:3 und 16:9

Mit seinem geringen Gewicht und kompakten Abmessungen bietet LG Electronics mit dem RD-JT 20 ein besonders für den portablen Einsatz geeignetes Modell an. Sein DLP-System erzeugt eine Helligkeit von 1.100 ANSI-Lumen bei einem Kontrastverhältnis von 600:1. Der verwendete 1024 x 768 DLP-Chip (XGA) mit 16,7 Mio.

Farben generiert

Mit 600:1 sehr kontrastreiches DLP-System von LG Electronics: RD-JT 20 mit 4:3 und 16:9 Format



Projektionsbilder umschaltbar in den Formaten 4:3 und 16:9 und ist auch sehr gut für die Vorführung von DVD-Filmen einsetzbar. Das rückpro- & deckenmontagefähige Modell ist mit einer 120 W VIP-Lampe bestückt, unterstützt PIP mit Zoom, verfügt über Auto Tracking & Positioning sowie digitale Keystone-Korrektur, Slim-Line-Fernbedienung und verarbeitet Eingangssignale nach : PAL/ SECAM/ NTSC, VGA, S-VGA, XGA und UXGA. Eingänge: PC, C-Video, S-Video, Komponente-Video, Stereo-Audio. Der Projektionsabstand kann zwischen 1,5 – 10 m liegen, die Bilddiagonale zwischen 95–758 cm. Die Abmessungen betragen 220 x 52 x 175 mm (B/H/T), das Gewicht 1,7 kg, die Leistungsaufnahme 190 W, und das Lüftergeräusch bleibt unter 36 dB. Der DLP Projektor LG Electronics RD-JT 20 ist zu einem UVP von 3.850,- € verfügbar.

16:9 Wide-LCD Projektor RL-JA 10

Den RL-JA 10 hat LG Electronics mit einem 3 x 1,2 Zoll Wide-

LG Electronics wird Sponsor von Borussia Dortmund



Die LG Electronics GmbH, Willich, wird Champion-Partner des Fußballbundesligisten und amtierenden Deutschen Meisters Borussia Dortmund. Der Sponsoren-Vertrag wurde für einen Zeitraum von drei Jahren geschlossen und beinhaltet neben vielfältigen medien- und werbewirksamen Maßnahmen

das exklusive Sponsoring der elektronischen Geräte im Westfalenstadion. Das Sponsoring soll die Stärken von LG einem breiten Publikum nahebringen. So ist LG der exklusive Partner des BVB für die elektronische Ausstattung des gesamten Westfalenstadions. Des weiteren umfaßt das Sponsoring TV- und Stadionbandenwerbung, Spots auf der Stadionvideowand und die Präsentation des Fan-TV. Promotionaktionen im Rahmen von Heimspielen und Autogrammstunden mit den Spielern des BVB sind ebenfalls geplant. In der Zusammenarbeit mit dem BVB sieht das Unternehmen eine sehr gute Gelegenheit, den Namen LG auch beim Endkunden zu einem Begriff für Qualität und Innovation zu etablieren. LG setzt dabei ganz auf die Stärkung der Marke durch eine Steigerung von Sympathiewert und Markenbekanntheit.

POS Neuheiten

BenQ Deutschland startet in Digitalkamera-Markt

 Anfang August hat BenQ (ehemals Acer Communications und Multimedia) die beiden Digitalkamera-Modelle BenQ DC 1300 (Bild) und die transportable Webcam BenQ DC 300 mini vorgestellt. Die BenQ DC 1300 verfügt über eine Auflösung von 1,3 Megapixeln und ermöglicht außerdem die Aufnahme von bis zu 90 Sekunden langen Movie Clips. Auch eine separate Tonaufnahme (bis zu 10 Minuten) zur Beschreibung aufgenommener Bilder ist möglich. Mit ihrem internen Speicher von 16 MB kann die Kamera bis zu 120 Bilder speichern. Weitere Features sind ein eingebauter Blitz, ein Selbstauslöser sowie ein Serienbildmodus (3 Bilder mit einem Zeitintervall von 0,6 Sekunden).



Der empfohlene Verkaufspreis für die nur 60 Gramm leichte Kamera, die nicht größer als eine Zigarettenschachtel ist, liegt bei 129 Euro. Die BenQ DC 300 mini ist nur 2 cm schlank und wiegt mit der Batterie lediglich 43 g. Ihr USB-Anschluß ermöglicht den direkten Zugang an ein Notebook ohne Kabel. Zusätzliche Features

sind der Selbstauslöser und der Serienbildmodus (maximal 99 QVGA-Bilder in 14 Sekunden oder 26 VGA-Bilder in 3,5 Sek.) Die BenQ DC 300 mini bietet 8 MB SDRAM Speicherplatz und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 79 Euro.


galaxis Kabeldecoder für Premiere-Empfang

 Der Lübecker Decoder-Hersteller galaxis liefert die ersten Premiere geeigneten Kabeldecoder „Easy World Kabel“ an den Fachhandel aus. Nach eigenen Aussagen ist galaxis der erste Hersteller, der den Premiere geeigneten Decoder als Kabelversion anbietet. galaxis startet die Einführung mit zwei Sonderaktionen: So kann der Fachhandel den Decoder als besonders günstiges Paket mit einem Premiere Abonnement anbieten. Das spezielle Sommer-Angebot, das neben dem Receiver auch ein kostenloses „Premiere-Start“ Jahresabonnement enthält, gilt ebenso für den Kabeldecoder von galaxis.



terte Kopierfunktion (Mehrfachkopien, Vergrößern), Clip-Funktion, 50 Blatt Papiervorrat, zehn Seiten Vorlageneinzug und ECM Fehlerkorrektur runden die Ausstattung ab.

Memorex bringt „Harry Potter“ Desktop-Set


 Zum Kinostart des zweiten Teils der Harry Potter Reihe öffnet auch Memorex die „Türe zur Kammer des Schreckens“ und stellt eine umfangreiche, mit Harry Potter Motiven dekorierte Produktreihe aus dem Bereich Input Devices vor: Das Harry Potter Desktop-Set soll jugendlichen Computer-Benutzern und solchen, die jung geblieben sind, nicht nur wegen der im wahrsten Sinne des Wortes „wunderbaren“ Gestaltung Freude bereiten. Das Set besteht aus einer Slim-Tastatur, einer ergonomisch, speziell für kleinere Hände gestalteten Maus und vier mit Außen-

konturen versehenen Mausepads, die mit originellen Harry Potter Motiven bedruckt sind. Die Maus arbeitet mit optischer Abtastung bei 800 dpi und 2.400 Frames pro Sekunde und ist ruckfrei auf jeder Oberfläche einsetzbar. Sie ist in einer Metalldose mit Harry Potter-Motiv verpackt, die auch als CD-Dose verwendbar ist. Wird die Maus auf einer Unterlage bewegt, fängt das Harry Potter-Logo an, rot zu schimmern. Die Maus wird einmal mit der Dose oder zusammen mit einem der exklusiven Mausepads



gebündelt angeboten. Die Tastatur verfügt über eine Taste, die den Anwender direkt auf die Website www.harry-potter.de bringt. Sie ist in einem Geschenkkarton verpackt und wird auch als Bundle mit Maus und Mauspad angeboten.

Sharp-Faxgerät sendet und empfängt auch SMS

 Unter der Bezeichnung UX-S 10 hat Sharp ein neues Normalpapier-Faxgerät vorgestellt. Das Gerät ist mit 14,4 Kbps-Modem ausgestattet und sendet/empfängt Faxnachrichten mit bis zu 50 Graustufen. Außerdem verfügt das Sharp UX-S 10 über einen integrierten, digitalen Anrufbeantworter mit einer maximalen Aufzeichnungskapazität von 19 Minuten. Als besondere Features besitzt das Faxgerät weiterhin eine SMS Sende- und



www.photokina.de

think and create
photokina
world of imaging
25. - 30. september 2002

Die photokina ist die Weltmesse Nr. 1 für die Photo- und Imaging-Branche. Hier werden Visionen geboren und neue Märkte entdeckt. Und hier wird gezeigt, wie spannend es ist mit Bildern zu kommunizieren. Nutzen Sie das geballte Know-how von über 1.600 Ausstellern aus 45 Ländern. Auf der photokina finden Sie das Neueste aus dem Bereich

Consumer Photo • Video • Imaging:


- Photo- und Videokameras
- Objektive
- Kamerazubehör
- Digitale Bildbearbeitung
- Mobile Bildkommunikation
- Imaging Dienstleistungen
- Diaprojektion
- Rahmen und Alben
- Fachhandelsbedarf
- Home Cinema
- und vieles mehr ...

Willkommen auf der photokina 2002 in Köln!

KölnMesse GmbH, Postfach 21 07 60, D-50532 Köln
Telefon: +49 (0)221-821-29 58, Fax: +49 (0)221-821-30 55
E-Mail: info@koelnmesse.de



Zweite Generation von Fahrtenbuch & Reisekosten für PalmOS

 Die zweite Generation von Fahrtenbuch & Reisekosten für PalmOS vereinfacht das mobile Verwalten von Reisekosten und das Führen eines Fahrtenbuches. Im Fahrtenbuch erfaßt der Nutzer die Betriebskosten und Fahrten mit seinem PKW nach den aktuellen Vorgaben der deutschen Finanzämter. Angaben zu Einzelfahrten wie Start- und Zielort, Kilometerangaben, Datum und Zeit werden eingegeben, die Daten wiederkehrender Routen können einfach dupliziert werden. Verschiedene Fahrten kann der Reisende zu einem Projekt zusammenfassen. Betriebskosten und sonstige Ausgaben wie Parkgebühren und Inspektionen können in die Datenbank eingebunden werden. In der Auswertung werden alle Kostenpunkte, vom Treibstoffverbrauch bis zu Wagenpflegekosten, übersichtlich dargestellt und statistisch aufbereitet. Die Konvertierung alter Daten der Vorgänger-Version ist uneingeschränkt möglich. Im Reisekostenmanager sammelt der Anwender elektronisch alle Daten bei Inlands- und Auslandsreisen wie die Reisezeiträume, Mitfahrer und Kosten für Übernachtungen. So lassen sich Pauschalen und Einzelbelege schnell erstellen. Für



die wichtigsten Reiseländer sind die Reisepauschalen bereits vorhanden. Fremdwährungen werden automatisch in Euro umgerechnet. Alle Reisen werden tabellarisch aufgeführt und können zu Projekten zusammengestellt sowie jederzeit editiert werden. Die Berechnungsfunktion verwendet die eingegebenen Angaben und erstellt die tägliche Reisekostenpauschale und die Einzel-

belegabrechnung. Einzelbelege können beispielsweise unter Angabe von Belegart, Wechselkurs und Steuerart verarbeitet werden. Systemvoraussetzung: PC: Windows 3x/95/98/NT/2000 mit installiertem Palm-Desktop, mind. 8 MB RAM, lauffähig auf einem PalmOS Organizer ab dem Betriebssystem PalmOS 3.0. Unverbindliche Preisempfehlung: 24,95 Euro



Wenn man 100 Millionen Monitore gebaut hat...

Ja, es gibt tatsächlich ein Unternehmen, das annähernd genauso viel Monitore gebaut hat, wie ein uns allen bekannter Autohersteller in den 60 Jahren seines Bestehens an Autos produziert hat. Allerdings hat Samsung mit der Monitor-Produktion um einiges später begonnen und damit den Grundstock für eine beispiellose Erfolgsgeschichte gelegt.

Der weltweit operierende koreanische Konzern ist

mit 130 Mrd. Euro Jahresumsatz inzwischen zum fünftgrößten Unternehmen dieses Planeten aufgestiegen und mit 20 Prozent Marktanteil der weltweit größte Hersteller von Computermonitoren. Wer 100 Millionen Geräte hergestellt und verkauft hat, mehr als jedes andere Unternehmen, der versteht mit Sicherheit sein Geschäft und beherrscht perfekt die harmonische Balance von Innovation und Qualität. Das Resultat ist bei Monitoren wortwörtlich „ersichtlich“: Fachjournalisten deutscher Computermagazine haben allein im Jahr 2001 mehr als 85mal den Monitoren von Samsung bei Tests eine Qualitätsauszeichnung zuerkannt.

Qualität, Innovation und Prestige:

Samsung 171 P (151 P)

Das 17-Zoll-TFT-Display: SyncMaster 171 P ist eines der typischen, technisch anspruchsvollen und sowohl in der Formgebung wie beim Design unverwechselbaren Produkte von Samsung, bei dem 20 Jahre kontinuierlicher Forschung und Entwicklung im Bereich der TFT-Monitore deutlich werden.

„P“ steht für Porsche

Noch bevor der Betrachter Gelegenheit hat, sich mit den technischen Qualitäten und Eigenschaften des 17 Zoll großen Flachdisplays vertraut zu machen, wird seine volle Aufmerksamkeit durch das faszinierende Design der „P“-Modellreihe in Anspruch genommen. Um den Einsatz modernster Technologie und ausgezogener Ergonomie auch äußerlich durch eine anspruchsvolle Gestaltung zu unterstreichen, ließ Samsung zwei Modelle, je einen 17-Zöller und 15-Zöller, durch Designer aus dem Hause Ferdinand Porsche veredeln. Das Resultat ist die SyncMaster P-Serie: Technik, die Begeisterung erzeugt.

Auch unter der Haube: High Tech

Beide Flachbildschirme verfügen über je eine Analog- und eine DVI-Schnittstelle. Das gewährleistet höchsten Bildkomfort und optimale Wiedergabeeigenschaften bei allen Auflösungen und garantiert Zukunftssicherheit. Der SyncMaster 171P (17 Zoll) verfügt über eine physikalische Auflösung von 1.280 x 1.024 Bildpunkten bei einem Seitenverhältnis der Bildoberfläche von 5:4 und 16,7 Mio. darstellbaren Farben. Der Monitor läßt sich ideal für die komfortable große Text- und Tabellendarstellung im Officebereich einsetzen. Ein Helligkeitswert von 250 cd/m² und das hohe Kontrastverhältnis von 500:1 schaffen beste Voraussetzungen für brillante Bilder. Mit Reaktionszeiten der TFT-Zellen von nur 25 ms zählen Monitore der SyncMaster P-Serie zu den schnellsten im Markt erhältlichen TFT-Displays. Diese Eigenschaft macht die Darstellung von DVD- und Videofilmen, von Spielsequenzen oder Präsentationen zu einem Genuß, weil die bei langsameren Reaktionszeiten unvermeidlichen Nachzieheffekte nicht auftreten können. Optimiertes Parallel Vertical Alignment (PVA) und komfortable weite Betrachtungswinkel von horizontal und vertikal 170° sichern dem Betrachter auch bei ungünstigen Positionen einen kontrastreichen Bildeindruck mit leuchtenden Farben. Ähnlich eindrucksvoll sind die Werte des kleineren SyncMaster 151P: Betrachtungswinkel 160° horizontal, 150° vertikal, Helligkeit 350 cd/m², Kontrastverhältnis 450:1, Super Fast TN Technologie.

Standfest und bedienungsfreundlich

Ein solide ausbalancierter Standfuß sichert der SyncMaster P-Serie stabile Standfähigkeit. Höhenverstellung und Pivot-Vorrichtung ermöglichen bei Bedarf das Schwenken des Bildschirms um 90° in die DIN A4-Ansicht. Die in den Standfuß integrierte Swivel-Funktion (Drehplatte) erleichtert

die individuelle Ausrichtung des Monitors bei der Bildschirmarbeit. Beide Modelle haben einen in das Gehäuse integrierten Tragegriff. Unfallträchtig und unschön herumhängende Anschlußkabel werden beim SyncMaster P durch die Unterbringung in einer sicheren Kabelführung vermieden. Beide Monitore unterstützen Plug and Play und die Kommunikation mit dem angeschlossenen Rechner über Display Data Channel DDC 1/2B. In den meisten Fällen wird der Benutzer die optimale BildschirmEinstellung der zuverlässig arbeitenden Auto-Adjustment-Funktion überlassen und sich an dem perfekten Bild erfreuen. Alle relevanten Parameter des Bildschirms lassen sich auch einzeln über einen leistungsfähigen On Screen Dialog einregeln, um für spezielle Anwendungen die individuell gewünschte Einstellung zu finden: horizontale und vertikale Bildposition, Helligkeit, Kontrast, Auto-Adjustment-Funktion, Bildsynchronisation, Zoom-Funktion, Farbkalibrierung, Bildschärfe, OSD-Sprache, OSD-Anzeigedauer, OSD-Position, OSD-Hintergrund, Umschaltung Analog/Digital. Im OSD kann sich der Benutzer bequem mittels einer in die Frontplatte eingelassenen Sensortaste bewegen. Der Netzschalter für das externe Netzteil ist mit einer effektvollen Hintergrundbeleuchtung ausgerüstet.



Samsung 171 P: 17" SyncMaster – mit Pivot-Vorrichtung zum Schwenken des Bildschirms um 90° in die DIN A4 Position

Samsung
152 T:
15 Zoll
SyncMaster
mit 15 Pin
Sub-D,
DVI-D
Digital/
Analog-Eingang



Sicher und sparsam

Wie alle SyncMaster Monitore erfüllen der SM 151 P und der 171 P alle bestehenden Standards für Sicherheit, Ergonomie und Reduzierung des Energieverbrauchs. So z. B.: CE, TÜV GS sowie TCO '99 - ISO 13406/2 und VESA/EPA/NU-TEK. Der Leistungsbedarf beträgt im Normalbetrieb max. 40 Watt und 2,1 Watt im Standby-Modus. Das Gehäuse ist zweifarbig: Silber und Schwarz. Die Abmessungen des 171 P betragen 423 x 457,5 x 205 mm (B/H/T) und das Gewicht 6,2 kg. Im Lieferumfang enthalten sind: externes Netzteil, Signalkabel, Handbuch, Installations-CD. Optional lieferbar sind ein Mac-Adapter und eine USB-Box. Die Garantiezeit erstreckt sich auf 3 Jahre mit Vor-Ort-Austauschservice. Der UVP für den SyncMaster 151 P beträgt 690,- Euro, der SyncMaster 171 P ist für 1.199,- Euro verfügbar.

Ganz einfach: „Nur das Beste“ – SM 152 T TFT

Dem exzentrischen englischen Schriftsteller Oscar Wilde wird der Ausspruch zugeschrieben: „Ich verfüge über einen ganz einfachen Geschmack: Immer nur das Beste.“ Der flache 15 Zoll Samsung SyncMaster 152T TFT entspricht genau diesem Anspruch: ein TFT-Panel vom Typ a-si TFT/TN mit 38,1 cm sichtbarer Bildschirmdiagonale, gehalten von einem schmalen, filigran wirkenden Rahmen. Das mit einer Reaktionszeit von 25 Millisekunden sehr schnelle Display verfügt über einen Helligkeitswert von 350 cd/m² und ein Kontrastverhältnis von 450:1. Der Dot Trio Pitch ist 0,297 mm und die natürliche Auflösung des Bildschirms beträgt 1024 x 768 Bildpunkte bei 16,2 Mio. darstellbaren Farben. Der weite nutz-

bare Betrachtungswinkel von 160° vertikal und 150° horizontal garantiert auch bei wechselnden Positionen des Benutzers eine ausgezeichnete Bildqualität. Die horizontale Ablenkfrequenz liegt bei 30–61 kHz und die Bildwiederholfrequenz beträgt 56–75 Hz. Der Video-Signaleingang mit 15 Pin Sub-D, DVI-D Signal ermöglicht die Ansteuerung des Monitors sowohl mit analogen wie digitalen Videosignalen. Über OSD lassen sich einstellen: horizontale und vertikale Bildposition, Helligkeit, Kontrast, Auto-Adjustment-Funktion, Bildsynchronisation, Zoom-Funktion, Farbkalibrierung, Bildschärfe, OSD-Sprache, OSD-Anzeigedauer, OSD-Position, OSD-Hintergrund und die Umschaltung Analog/Digital. Unterstützt werden Plug and Play und Rechnerkommunikation über Display Data Channel DDC 1/2B. Das externe Netzteil liefert die Leistung für das Display, welches sich mit max. 31 Watt Bedarf im Normalbetrieb und 2 W im Standby-Modus sehr sparsam zeigt. Der SyncMaster SM 152 T TFT unterstützt Energiesparfunktionen nach VESA/EPA/NU-TEK, entspricht ISO 13406/2 und erfüllt alle Standards für Sicherheit und Ergonomie nach CE, TÜV GS und TCO 99. Die Abmessungen betragen 358 x 361 x 185 mm (B/H/T) und das Gewicht 2,9 kg. Die serienmäßige Gehäusefarbe ist Silber. Zum Lieferumfang gehören externes Netzteil, Signalkabel, Handbuch und Installations-CD. Optional sind Mac Adapter und USB-Box lieferbar. Die Garantieleistungen erstrecken sich auf den Zeitraum von 3 Jahren inklusive Vor-Ort-Austauschservice.

Der UVP beträgt 759,- € (optional: Multimedia-Modell mit integrierten Lautsprechern 799,- €). *evo*

PoS Aktuell

Microsoft Corp. meldet Umsatzsteigerung

Microsoft Corp. hat einen Umsatz von 7,25 Mrd. US-Dollar für das am 30. Juni 2002 endende vierte Quartal seines Geschäftsjahres bekanntgegeben. Damit erzielte das Unternehmen im Vergleich zu 6,58 Mrd. US-Dollar im Vorjahresquartal eine Umsatzsteigerung von zehn Prozent. Das Betriebsergebnis belief sich im vierten Quartal auf 2,87 Mrd. US-Dollar, verglichen mit 2,75 Mrd. US-Dollar im Vorjahresquartal. Im Berichtsquartal betrug der Reingewinn des Unternehmens 1,53 Mrd. US-Dollar und der Gewinn je Aktie 0,28 US-Dollar. Darin enthalten ist eine Belastung nach Steuern von 806 Mio. US-Dollar bzw. 0,15 US-

Dollar je Aktie aufgrund von Investitionsverlusten.

Für das vergangene Geschäftsjahr verzeichnete Microsoft einen Umsatz von 28,37 Mrd. US-Dollar und damit einen Zuwachs von zwölf Prozent im Vergleich zu 25,30 Mrd. US-Dollar aus dem Geschäftsjahr 2001. Das Betriebsergebnis belief sich auf 11,91 Mrd. US-Dollar im Gegensatz zu 11,72 Mrd. US-Dollar aus dem Geschäftsjahr 2001. Der Reingewinn des Unternehmens betrug 7,83 Mrd. US-Dollar und der Gewinn je Aktie 1,41 US-Dollar.

Darin enthalten ist eine Belastung nach Steuern von 0,53 US-Dollar aufgrund von Investitionsverlusten sowie voraussichtlichen Kosten im Zusammenhang mit einer von Verbrauchern angestregten Sammelklage gegen Microsoft, die im Dezember-Quartal 2001 mit 0,08 US-Dollar zu Buche schlug,

sowie einem einmaligen Verkauf von Expedia im März-Quartal 2002 von 0,15 US-Dollar. Im Geschäftsjahr 2001 betrug der Reingewinn 7,35 Mrd. US-Dollar und der Gewinn je Aktie 1,32 US-Dollar einschließlich Belastungen nach Steuern von 0,58 US-Dollar aufgrund von Investitionsverlusten.

Grundig und Fujitsu arbeiten zusammen

Der japanische Hersteller von Autoradios, Navigationssystemen und elektronischer Automobilausrüstung, Fujitsu Ten Limited (FTI), und Grundig Car Inter Media Systems (GCIS) haben im Bereich Car Multimedia eine strategische Partnerschaft geschlossen. Gegenwärtig werden die gemeinsamen Aktivitäten der beiden Unternehmen in den Bereichen Entwicklung, Produktion und Vertrieb weltweit gestartet. Grundig Inter-

media Systems ist auf Entwicklung und Produktion von Car Multimedia-Produkten spezialisiert. Ein entsprechender Vertrag wurde von Dr. Werner Saalfrank, Vorstand für Entwicklung, Produktion und Einkauf der Grundig AG, und Takamitsu Tsuchimoto, Präsident und Chief Executive Officer (CEO) von Fujitsu Ten Limited, in Kobe (Japan) unterzeichnet. Fujitsu Ten Limited erhält von der Grundig AG eine Beteiligung von 25,1 Prozent an der Grundig Car Inter Media Systems GmbH, um die Partnerschaft zu stärken. Über die finanziellen Details des Vertrages wurde Stillschweigen vereinbart.

Grundig Xenaro bereits seit Juli 2001 lieferbar

In die PoS-MAIL August-Ausgabe hat sich der Fehlerteufel eingeschlichen. Der DVD-Player Xenaro GDP 5100 ist nicht, wie angegeben, seit Juli dieses Jahres, sondern bereits seit Juli 2001 lieferbar.

Darüber hinaus gab die Grundig Presseabteilung eine Korrektur in Sachen unverbindliche Preisempfehlung für das Tharus LCD-Package inklusive des DVD-Players Xenaro 5120 und des WT-AV1 Funkübertragungs-Sets bekannt. Die UVP für das Package beträgt demnach 2.230 Euro.

PC-Specialist verkauft Prepaid Surf-Karten

Ab sofort können Kunden in den Shops der IT-Franchise Kette PC-Specialist auch Prepaid-Karten für die mobile Internetverbindung über GSM per Notebook oder Palm kaufen. Die GSM Surfkarte funktioniert ohne Vertrag, ohne Anmeldung und ohne Grundgebühr. Die Karten gibt es in drei Varianten, für zehn Euro (1,51 Cent pro Minute), 25 Euro (1,26 Cent pro Minute) und 50 Euro (0,98 Cent pro Minute) – zusätzliche Telefonkosten für das Surfen im Internet fallen nicht an.

Europäischer UMTS-Kongreß im Rahmen der Systems 2002

Unter dem Motto „Europe goes UMTS – Communication is mobile“ findet auf der Systems 2002 ein europäischer UMTS-Kongreß statt, der die Vielfalt der neuen Mobilfunk-Anwendungen ebenso beleuchtet wie das wirtschaftliche Potential, das der multimediale Mobilfunk für Unternehmen in Europa beinhaltet. Veranstalter des „mobilen Gipfeltreffens“ sind die Bayerische Staatskanzlei, die Messe München GmbH und die Standortmarketing-Agentur des Freistaates, gotoBavaria.

Die wirtschafts- und arbeitsmarktpolitische Dimension der neuen Mobilfunk-Generation wird vielfach unterschätzt. So soll nach Berechnungen des US-amerikanischen Marktforschungsunternehmens Telecompetition allein bis zum Jahr 2010 weltweit ein neuer Markt von über 320 Milliarden Dollar entstehen – über 100 Milliarden davon in Europa. Der mobile Markt erreicht damit in weniger als zehn Jahren eine Größe, die dem heutigen Medienmarkt entspricht. Die Dynamik und die generelle wirtschaftliche Bedeutung, die im Markt für mobile Dienste steckt, beleuchtet der europaweite UMTS-Kongress, der in München im Rahmen der Systems 2002 stattfindet. Er soll zeigen, wie sich die Wirtschaft im Übergang von der Computer- in die mobile Informationsgesellschaft verändert und welche wirtschaftlichen Potentiale für deutsche und europäische Unternehmen in der neuen Technologie stecken.

Zu einem Forum der Politik hat der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei, Erwin Huber, den für die Informationsgesellschaft zuständigen EU-Kommissar Erkki Liikanen und den Präsidenten der Regulierungsbehörde für Telekommunikation

und Post, Matthias Kurth, eingeladen. Die Vorstandsvorsitzenden großer Netzbetreiber werden einen Einblick in die neue multimediale Mobilfunkwelt geben. Themen sind unter anderem „Mobile Communities“ und „Carrier als Infodienstleister“.

Die Rolle von „Services, Content und Endgeräten als Motoren des multimedialen Mobilfunks“ beleuchten die Vorstände international tätiger Konzerne. Als Vertreter der Medien erläutert Prof. Dr. Hubert Burda die Chancen, die sich für Verlage aus dem neuen Kommunikationskanal ergeben, bei dem gut aufbereitete Inhalte eine entscheidende Rolle spielen.

Bayern hat in der dritten Generation des Mobilfunks europaweit die Nase vorn. Nirgendwo sonst sind Mobilfunkgesellschaften, Diensteanbieter und Zulieferer von Software- und Hardware in so konzentrierter Form präsent wie in München. Kurz nach der milliardenschweren Versteigerung der UMTS-Lizenzen im Jahr 2000 hatte der Freistaat Bayern bereits das Kompetenzzentrum UMTS/Mobile Dienste Bayern rund um die mobile Kommunikation koordiniert. Im „Forschungsverbund UMTS/Mobile Dienste“ fördert die Staatsregierung die Entwicklung von UMTS-Diensten in bayerischen Unternehmen und Hochschulen.

Der hochkarätige Kongreß „Europe goes UMTS – Communication is mobile“ findet am 15. Oktober ab 13.00 Uhr im ICM auf der Neuen Messe München statt.

„Die Mobilfunkbetreiber und die Endgerätehersteller haben bereits erhebliche Mittel in die neue UMTS-Technologie investiert. Im Moment wird viel über Lösungen und Anwendungen spekuliert, wie diese Investitionen rentabel gemacht werden können“, so Klaus Dittrich, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe München. Dittrich weiter: „Auf dem UMTS-Kongreß zur Systems 2002 treffen sich die Telcos, die IT-Industrie und die Gestalter der politischen Rahmenbedingungen zum Informationsaustausch und zum Dialog. Ich bin überzeugt, daß dieser UMTS-Gipfel für mehr Klarheit in der Diskussion sorgt, welche Potentiale im Hinblick auf Anwendungsmöglichkeiten und Wirtschaftlichkeit in dieser neuen Technologie stecken.“

Die Systems 2002, 21. Internationale Fachmesse für Informationstechnik, Telekommunikation und Neue Medien, findet vom 14. bis 18. Oktober in der Neuen Messe München statt. Erstmals werden im Vorfeld der Messe 500.000 IT-Entscheider persönlich zur Messe eingeladen, zudem werden alle Besucher der Systems 2002 registriert.

Weitere Informationen sind im Internet unter www.systems-world.de abrufbar. Über dieses Portal sind auch sämtliche Services für die Besucher und Aussteller online buchbar.

Meisterwerk ['ma:stərˌvɛrk] *das*; individuelle und einzigartige Leistung, die man meistens erst im Museum bewundern kann. Am schönsten ist ein M., wenn man es wie z. B. die Produktlinie Systems nur einzuschalten braucht, um seine Wirkung unmittelbar zu erleben.



www.loewe.de

LOEWE.

Pos Aktuell

Der Trend geht klar zum Laptop

Der Computermarkt bewegt sich, zumindest im Bereich der großen Industrienationen, zur Zeit deutlich in Richtung Notebook und Laptop. Die flachen Mobilrechner ziehen leistungsmäßig mit dem Gros der Desktop-Rechner gleich und verfügen in der Regel über bessere Multi-Media-Eigenschaften und flexiblere Kommunikationsschnittstellen als konventionelle Office-Computer. So scheint es nur eine Frage des Preises und der Zeit zu sein, bis es frei nach Alexandre Dumas heißt: „Einer für Alle“ und der mobile Begleiter bei Bedarf die Aufgaben des Desktop-Rechners mit übernimmt. Deshalb bekommt man in der Regel nur die erstaunte Gegenfrage als Antwort: „Wozu brauche ich außer meinem Notebook auch noch ein Tablet-PC“, wenn man jemand aus der Zielgruppe fragt, ob er sich vorstellen könne, einen Tablet-PC zu benutzen. In der Tat scheint die Idee des Tablet-PCs von der technischen Entwicklung dynamisch überholt worden zu sein, so daß die Vision bereits vor ihrer Verwirklichung zur Antiquität wurde. Aktuelle Notebooks sind flach und leicht, genau so, wie man sich einen Tablet-PC vorstellt. Dank drahtlosen Kommunikationsschnittstellen wie Bluetooth und WLAN kann man mobil und positionsunabhängig auf diesen Rechnern arbeiten. So ist es schon sehr erstaunlich, daß ausgerechnet die WLAN-Fähigkeit in Bill Gates Pflichtenheft für den Tablet-PC nicht auftaucht. Genau betrachtet besteht die Acer Studie eines Tablet-PCs aus einem normalen Notebook, dessen drehbares Display aus einem Touchscreen mit Schrifterkennungssoftware besteht, den man bei Bedarf mit der Bildfläche nach oben zuklappen und statt mit der Tastatur mit dem Stift darauf arbeiten kann. Es fehlt nur noch die Möglichkeit, das Touchscreen-Display elektrisch und mechanisch vom Notebook trennen zu können. Dann könnte man, wenn es zweckmäßig ist, auf dem per WLAN-Schnittstelle mit dem räumlich getrennten Laptop verbundenen Touchscreen-Display arbeiten, wie auf einem „Tablet-PC“. Panasonic macht es vor, mit seinem Toughbook CF-07. Die vorstehend beschriebene Lösung wird mit Sicherheit kommen, denn das Konzept ist schlüssig und alle dafür erforderlichen Technologien sind bereits im Einsatz. Nur wird niemand ein

derartig weiterentwickeltes Notebook als „Tablet-PC“ bezeichnen. Doch das ist, wenn überhaupt, ein Problem von Bill Gates.

Infineon, AMD und UMC kooperieren

Eine weitreichende Kooperation bei der Entwicklung von Logikchips haben die Chiphersteller Infineon, AMD und UMC bekanntgegeben. Weil die Amortisierung hoher Kosten für Forschung und Entwicklung von Halbleiter-Chips bei kürzeren Zyklen und fallenden Verkaufspreisen immer schwieriger wird, haben selbst große Hersteller ihre Probleme mit ständig sinkenden Erlösen. Deshalb wollen die Chip-Hersteller Infineon Technologies, Advanced Micro Devices (AMD) und UMC eine gemeinsame Plattform-Technologie zur Massenproduktion von Logikchips entwickeln. Jedes der drei Unternehmen will zu diesem Zweck Entwicklungskapazitäten und Know-how einbringen. Die gemeinsam zu erschaffende Plattformtechnologie für Logikchips kleinerer Strukturgrößen aus 300 Millimeter großen Silizium-Wafern könne danach von jedem Unternehmen den spezifischen Anforderungen angepaßt werden. Das gemeinsame Entwicklungsprogramm startet in einem UMC-Werk in Taiwan.

China verdrängt Japan im Web von Platz zwei

China hat Japan von Platz zwei bei der Internetnutzung verdrängt und nimmt nun selbst den zweiten Rang als Websurf-Nation ein. Das ist das Ergebnis einer Studie von WebSideStory. Der Webtracker aus den USA hat seine HitBox-Zähler weltweit auf rund 125.000 privaten und kommerziellen Websites installiert und ist deshalb durch ein ähnliches Verfahren wie bei der Ermittlung von Fernseh-Einschaltquoten in der Lage, den Internet-Traffic zu analysieren. Laut den Zahlen von WebSideStory haben die chinesischen Surfer im Juli 6,63 Prozent des weltweiten Internet-Verkehrs verursacht. Damit liegt China zum ersten Mal vor Japan mit 5,24 Prozent. Chinas Internet Network Information Center legte vor einem Monat die neuesten Zahlen zur Internet-Situation vor: Danach nutzen inzwischen 46 Millionen Chinesen das Internet, 12 Millionen mehr als vor sechs Monaten. Mit 42,65 Prozent des Webtraffic deutlich an der Spitze liegen die USA. Deutschland liegt in der Internet-Statistik mit 3,64 Prozent auf Platz fünf hinter Großbritannien und Kanada, die jeweils 3,9 Prozent des Datenaufkommens im Internet verursachen.

Pos Neuheiten

Schneller Grafiktransfer mit HighwayLeoSDSL



Als optimale Neuerung für alle Werbeagenturen, Druckereien, Verlage und Lithoanstalten bezeichnen die Hersteller Hermstedt und HighwayOne, einer der größten Business-SDSL-Anbieter, das neue Highspeed-Komplettpaket für den Grafiktransfer, HighwayLeoSDSL. Unter der gewohnten Leonardo-Oberfläche werden beliebig große Grafikdateien über SDSL bis zu 35mal schneller gesendet und empfangen, als bei einer ISDN-Übertragung ohne Kanalbündelung. HighwayLeoSDSL richtet sich vor allem an kleine und mittelständische Medienbetriebe, ist kompatibel mit PC und Mac, sendet und empfängt gleichzeitig, überträgt auch größte Datenmengen, ohne sie zu splitten, und ist „always on“ – kommt also ohne zeitraubende Einwahl aus. HighwayLeoSDSL kombiniert schnelle SDSL-Leitungen sowie die neueste Generation von Leonardo (Grand Central Pro) Highway-

LeoSDSL und unterstützt mehrere Übertragungsprotokolle. Neben dem gewohnten Weg über ISDN ist es das „Leonardo Over IP“-Protokoll, das die Übertragung von Dateien über bestehende IP-Verbindungen mit allen Vorteilen des gewohnten Leonardo Protokolls ermöglicht. HighwayLeoSDSL gibt es zum Start in drei Einstiegsvarianten: die 256 Kbit/s-Flatrate inklusive einer Lizenz der professionellen Server-Lösung Grand Central Pro für 199 Euro monatlich, die 512 Kbit/s-Flatrate inklusive drei GCP-Lizenzen für 349 Euro monatlich und die 2,3 Mbit/s-Flatrate inklusive fünf GCP-Lizenzen für 849 Euro monatlich.

Gdata nimmt FotoOffice ins Sortiment auf



Das neue Programm von Gdata ist das Multitalent zum Erfassen, Bearbeiten, Archivieren und Präsentieren digitaler Bilder. Vorliegende digitale Bilder können schnell und unkompliziert aufbereitet werden. Von der einfachen Größenänderung des Bildes, über Retusche-Funktionen, bis zu diversen Bildeffekten steht dem Anwender eine breite Palette

an Möglichkeiten zur Verfügung. Unter einer Oberfläche kann der Anwender nun alle Arbeiten durchführen, ohne umständlich auf zahlreiche Einzelprogramme zurückgreifen zu müssen. FotoOffice verarbeitet Bilder aller gängigen Formate, unabhängig davon, ob sie von lokalen Laufwerken, digitalen Kameras, Scannern oder aus dem Internet stammen. Der integrierte Bildbrowser erstellt Vorschaubilder für einen raschen Überblick. Die Datenbank- und Archivfunktionen bringen Ordnung in die Bildersammlung. Jedem Bild können Stich- und Schlüsselwörter sowie Suchbegriffe zugeordnet werden. So sind Bilder jederzeit leicht wiederzufinden. Eine weitere große Stärke des Programms liegt in den vielfältigen Präsentationsmöglichkeiten. Der Ausdruck von Postern in Übergröße ist ebenso möglich wie die Komposition von Slideshows mit Überblendeffekten und Hintergrundmusik. Selbst erstellte DiaShows können vorgeführt, als selbstentpackendes Dateipaket per E-Mail versendet oder als fix und fertige Präsentation auf eine selbststartende CD ROM gebrannt werden.

Kontomat verwaltet zuverlässig die Finanzen



Das Programm Kontomat von Data Becker bildet den Grundstein für eine zuverlässige Finanzverwaltung. Die Software ist ideal für Kleinunternehmer und Freiberufler ohne große EDV-Kenntnisse. Es ist einfach zu bedienen und leicht zu verstehen. Der Anwender gibt bei der bedienerfreundlichen Software lediglich die anfallenden Belege ein, aus denen das Programm aussagekräftige Berichte erstellt. Buchführungskennnisse sind nicht nötig. Angeschaffte Wirtschaftsgüter kann der Benutzer in der Anlagenverwaltung erfassen und über eine enthaltene AfA-Tabelle den Abschreibungszeitraum bestimmen. Das integrierte Mahnwesen hilft, offene Posten und bezahlte Rechnungen zu verwalten. Betrieblich abzusetzende Fahrtkosten des eigenen PKWs errechnet die Software nach Kilometereingabe automatisch. Erleichterung für die Steuerangelegenheiten bringen die Gewinn- und Verlustrechnung, Umsatzsteuererklärung sowie die betriebswirtschaftliche Analyse. Die entsprechenden Daten sind auf einen Klick in Form von übersichtlichen Listen und graphischen Auswertungen einzusehen. Die Umsatzsteuererklärung und die Umsatzsteuervoranmeldungen können auf den Originalformularen des Finanzamtes ausgedruckt werden.



Fritz!-Software 3.03 steht als Download bereit



Die Fritz!-Software in der Version 3.03 steht ab sofort zum Download bereit. Fritz! v3.03 bietet beispielsweise die Funktionen Fax-to-Mail und Voice-to-Mail, mit denen sich an jedem Internetzugang überprüfen läßt, ob wichtige Informationen eingetroffen sind. Am heimischen PC eingehende Faxe oder Sprachnachrichten werden dazu als Mailanhang automatisch an eine gewünschte Mail-Adresse weitergeleitet. Eine neue Archivfunktion verbessert die Handhabung insbesondere bei umfangreichen Journalen. Diese Archivfunktion steht auch für Fritz!fon zur Verfügung. Sind in einem PC-System mehrere Soundkarten vorhanden, kann jetzt über Fritz!fon die für die ISDN-Sprachkommunikation optimale Soundkarte ausgewählt werden. Fritz!data erhält mit dem FTP-Protokoll (File

Transfer Protocol) neben IDtrans und Eurofile ein drittes Basisprotokoll zum Dateitransfer. Dabei wird anstelle der Rufnummer die Adresse des FTP-Servers angegeben, beispielsweise ftp.avm.de. Das speziell für die ISDN-Internet-einwahl entwickelte Modul Fritz!web reduziert mit neuen Merkmalen die Einwahlkosten. So kann in einer Wochentabelle individuell festgelegt werden, welcher Anbieter zu welchem Zeitpunkt angewählt werden soll. Fritz!web wählt dann beim Verbindungsaufbau automatisch diesen Anbieter. Neu ist auch die Möglichkeit, Schwellenwerte für die Onlinezeit und das Datenvolumen einzusetzen. Wird einer der beiden Werte überschritten, informiert Fritz!web sofort. Die Fritz!-Software v3.03 enthält auch ISDNWatch in der neuen Version 2.0, die an anderer Stelle in dieser Ausgabe vorgestellt wird.



Wer sie besitzt, gehört dazu: zum exklusiven Kreis der Mitglieder der „Quality Society“, einer partnerschaftlichen Gemeinschaft von engagierten Händlern im Monitor-Bereich.

NEC-Mitsubishi's Quality Society Völlig neue Dimensionen

Mit der Aufforderung: „Vergessen Sie alles, was Sie bisher im Rahmen von Bonus-Programmen, Verkaufsförderung und Händlerunterstützung erlebt haben“, startete NEC-Mitsubishi Electronics Display ein in seiner Art völlig neues und exklusives Partner-Programm für engagierte Händler im Monitor-Segment: die „Quality Society“, in der sich nach NECs Aussage „Business und Luxus auf höchstem Niveau zusammenfinden“.

High, High and High Society ...

Wer den Titel des neuen Partnerschaftsprogramms von NEC-Mitsubishi mit dem Song aus dem bekannten Film „High Society“ assoziiert, liegt genau richtig. Hier ist ganz einfach alles „High“: Das vielseitige und hochinteressante Konzept, die Events, an denen man teilnehmen kann, die „Q-Points“ des Prämienprogramms „Monitor & More“, die Gemütslage der Handelspartner, die eine in realer „Wertschätzung“ zu messende Anerkennung ihres Einsatzes für ein Produkt erleben und im wahrsten Sinne des Wortes auch „erfahren“ können, und nicht zuletzt, die qualitativen Eigenschaften und Auflösungen der Produkte, um die sich alles dreht, der Monitore und Displays von NEC-Mitsubishi Electronics Display. Gleich nach dem Start hatten sich deshalb innerhalb weniger Tage auf dem eigens dafür geschaffenen Internet-Portal www.quality-society.com bereits 70 Händler für das in seiner Art einmalige Partnerschaftsprogramm angemeldet und registriert.



Web-Portal www.quality-society.com: Anmelde-Adresse für interessierte Händler und Zugang für registrierte Mitglieder der Quality-Society mit Informationen zu „Smart Deals“ Promotion-Angeboten, dem Prämien-Programm „Q-Points“, dem Online-Tool „Quality Konfigurator“ und zu Displays und Monitoren des Unternehmens NEC-Mitsubishi Electronics Display



Teilnehmer am „High Society“-Programm bekommen die Chance zur Teilnahme an exklusiven Events, wie dem Flug mit einer Mig-25, einem Besuch des Wiener Opernballs, der Teilnahme an einem kulinarisch anspruchsvollen „Großen Fressen“ in der „Culinary Master Class“ in Singapur, als Teilnehmer mit einem Jaguar MKII, Baujahr 1958, bei der „Rallye International des Alpes Historique“ mitzufahren oder bei der Filmpremieren eines Hollywood-Films mit dabei zu sein.

„Willkommen im Club“

Das Leitmotiv der „Quality Society“ besteht in der Begründung von starken Partnerschaften zwischen Hersteller und Händler, aber auch innerhalb der Mitglieder der Quality Society, mit dem Ziel, gemeinsam mehr Umsatz und damit natürlich zugleich auch interessante Renditen zu generieren. Mitgliedern wird die Gelegenheit geboten, gleichzeitig an mehreren Programmen teilzunehmen: So zum Beispiel an dem Programm „Smart Deals“ für die Unterstützung mit Special- und Promotions-Angeboten, dem Prämienprogramm „Q-Points“ (Monitors & More), dem Online-Tool „Quality Konfigurator“ und dem einzigartigen Incentive-Programm „High Society“.

Alles ist möglich: im Programm „High Society“

Wer einmal (oder öfter) zusammen mit den Reichen und Schönen oder den Medien-Stars speisen und ihnen gerne auf Sicht- und Reichweite nahekommen möchte, wer mal mit einer MIG-25 fliegen oder etwas ähnlich

Verrückt-Elitäres unternehmen will, der ist in diesem Club an der richtigen Stelle. Da es dem ganzen Programm den Namen gab, soll es hier aus dem Gesamtkatalog an verkaufsfördernden Maßnahmen herausgegriffen und an erster Stelle beschrieben werden: das Incentive-Programm „High Society“. Die Spielregeln: Händler definieren am Anfang des Quartals in Absprache mit NEC-Mitsubishi ihre Umsatzziele. Wird das gesetzte Ziel bis zum Ende des Quartals zu 100 Prozent erreicht, nimmt der Händler am Ranking der jeweils besten Händler teil. Unter den zehn besten Händlern eines abgeschlossenen Quartals wird jedesmal ein exklusives Event verlost. Im kommenden Jahr wird „Quality Society“-Mitgliedern, sofern sie zu den Glücklichen gehören, die Möglichkeit geboten, in einer Mig-25 mit zu fliegen, den Wiener Opernball zu besuchen, sich in Singapur in der „Culinary Master Class“ kulinarisch verwöhnen zu lassen, im Jaguar MKII, Baujahr 1958, an der „Rallye International des Alpes Historique“ teilzunehmen oder bei der Filmpremieren eines Hollywood-Films mit dabei zu sein.

NEC-Mitsubishi möchte mit der Schaffung der „Quality Society“ langfristige und für beide Partner lohnende Beziehungen zu einem exklusiven Kreis qualifizierter Fachhändler aufbauen. Durch jede Bestellung sammeln die der „Quality Society“ angehörenden Händler automatisch „Q-Bonus-Points“. Für diese können im Rahmen des „Monitors & More“-Prämienprogrammes schon ab 400 Punkten Prämien eingelöst werden. Ihren zum jeweiligen Zeitpunkt aktuellen Prämienstatus können die Handelspartner ebenfalls über das Internet-Portal abfragen. Als Prämien gibt es für Mitglieder der „Quality Society“ unter vielen anderen interessanten Auswahlmöglichkeiten zum Beispiel ausgesuchte Weine, Geschenk-Körbe

von Feinkost Käfer, VIP-Lounge-Karten für die Fußball-Bundesliga, die Teilnahme an Workshops von Artwork-Profis oder VIP-Karten für die angesagteste Disko der Stadt. „Mit den umfangreichen Inhalten des ‘Quality Society’-Programmes wollen wir unseren Partnern sowohl einen Anreiz für eine intensive Zusammenarbeit bieten als auch praktische Tools zur Unterstützung der täglichen Sales-Prozesse bereitstellen“, teilt dazu Ernst Holzmann, Geschäftsführer NEC-Mitsubishi Electronics Display Europe GmbH, verantwortlich für das Vertriebsgebiet Central Europe, mit. „Das Einzigartige an unserem Programm sind dabei nicht nur die außergewöhnlichen Incentives, sondern auch die dafür von uns festgelegten Regeln, die auch kleineren Partnern die gleiche Chance geben. Ich bin überzeugt, daß wir mit diesem Angebot die Wünsche der Händler erfüllen und bin schon gespannt darauf, wer die ersten Gewinner sind. Mal sehen, ob sich dann tatsächlich jemand einer Mig-25 anvertraut?“

Zugangsberechtigung: die „Q-Card“

Fachhändler, die von NEC-Mitsubishi in die „Quality Society“ aufgenommen werden, bekommen eine „Q-Card“ und ein persönliches Kennwort zugeschickt. Damit haben sie dann unter der Internet-Adresse www.quality-society.com Zugang zum Online-Portal des Händler-Programms „Quality Society“. Schon gleich beim ersten Besuch bekommen Händler ihre ersten 1.000 „Q-Bonus Points“ gutgeschrieben. Über das „Quality Society“-Portal haben die Partner nach dem Einloggen Zugriff auf ausführliche und detaillierte Informationen über alle aktuellen und neuen Produkte, über Einkaufs- und Verkaufs-Preise, ihren persönlichen Prämienstatus, die aktuellen Prämien, auf Berichte über neueste Technologien und eine Vielzahl weiterer themenbezogener Informationen. Einen hohen Nutzwert und kompetente Hilfestellung soll dem Handel der Bereich „Questions and Answers“ bringen, in dem häufig gestellte Fragen rund um das Thema Monitore ausführlich beantwortet werden und auch neu auftauchende Fragen von allgemeinem Interesse zusammen mit den Antworten aufgenommen werden können.

Der Online „Quality Konfigurator“

Auf dem Portal www.quality-society.com hat man Zugang zum sogenannten „Quality Konfigurator“, einer interaktiven Einrichtung, die dem Händler bei der gelegentlich nicht einfachen Aufgabe zur Seite steht, den optimal passenden Monitor für die spezifischen Anforderungen eines jeden Kunden zu ermitteln, eine wichtige Grundvoraussetzung für jede auf Dauer angelegte Händler/Kunden-Beziehung. Zusätzlich liefert der „Quality Konfigurator“ eine komplette Sammlung schlagkräftiger und überzeugender Verkaufsargumente für das als relevant vorgeschlagene Produkt und ist damit eine wertvolle Hilfe bei der kundenspezifischen Angebotserstellung.



Nicht nur bei NEC-Mitsubishi Sonderkonditionen

Die Mitglieder der „Quality Society“ werden direkt vom NEC-Mitsubishi Außendienst betreut und erhalten auf Wunsch tatkräftige, persönliche Unterstützung bei der Akquisition größerer Projekte. Zu den Privilegien zählen Sonderkonditionen für Vorführ- und Testgeräte, kontinuierliche Produkt- und Sales-Trainings oder spezielle Schulungen, so zum Beispiel in der „IT-Business Akademie“. Bei Verfügbarkeitsengpässen werden der „Quality Society“ angehörende Fachhändler bevorzugt behandelt, bekommen ganz nebenbei Großkunden-Konditionen bei der Sixt Autovermietung und nehmen automatisch am Prämienprogramm „Monitors & More“ teil.

Das europäische Headquarter NEC-Mitsubishi Electronics Display-Europe GmbH hat seinen Sitz in München und unterhält Niederlassungen in England, Frankreich und Deutschland. Weiterführende Informationen unter www.nec-mitsubishi.com evo



HP-Software als Plattform für Digital-Imaging-Produkte

Digitale Bilder mit hohem Bedienkomfort

Um drei neue Digitalkameras und einen Fotodrucker hat Hewlett-Packard die Photosmart-Riege des Unternehmens erweitert. Bei allen Neuvorstellungen steht neben einer hohen Funktionalität vor allem der Bedienkomfort für die Verbraucher im Vordergrund. So setzt HP nach eigenen Angaben als erster Hersteller für alle Digital-Imaging-Produkte eine einheitliche Software-Plattform ein.

Durch die neue HP Photo und Imaging Software für die Bildbearbeitung werden zukünftig HP Photosmart-Kameras, -Drucker, HP Scanjets oder All-In-One-Geräte mit einer einheitlichen Installation, Benutzeroberfläche



Die HP Photosmart 720 wird mit einer hochwertigen technischen Ausstattung auch anspruchsvollen Anwendern gerecht.

und Funktionssymbolik arbeiten. Ist der Anwender einmal mit dieser Software vertraut, kann er sie ohne große Umstellung auch bei allen anderen Produkten des Unternehmens bedienen. Lediglich einzelne gerätespezifische Funktionen unterscheiden sich. Mit der Software können Bilder selektiv bearbeitet, versandt oder archiviert werden.

Zu den ersten Produkten, die mit HPs Photo und Imaging Software ausgerüstet sind, zählen drei neue Photosmart-Digitalkameras.

Für Anspruchsvolle

Mit der HP Photosmart 720 stellt das Unternehmen eine 3,3 Megapixel-Digitalkamera vor, die den Ansprüchen auch anspruchsvoller Anwender gerecht werden soll. Ein interner Speicherplatz von 16 MB, der zusätzlich um Secure Digital- (SD) Karten erweitert werden kann, ein dreifach optisches Zoom (äquivalent 35 mm: 34 – 102 mm) und ein 4,1 Zentimeter großes Farbdisplay zählen zu ihren Ausstattungsmerkmalen. Videoclips können mit der Photosmart 720 in einer Länge von sechzig Sekunden erstellt werden. Mit der Instant Share-Funktion können Bilder und Videoclips direkt von der Kamera aus an bis zu vierzehn verschiedene „Adressen“ (z. B. zum Computer zur Weiterverarbeitung oder zum Drucker) verschickt werden. Bei der nächsten Verbindung mit Computer oder Drucker wird der Auftrag automatisch ausgeführt. Für die Einbindung von Bildern und Clips in Multimedia-Präsentationen steht die Software HP Memories Disc Creator zur Verfügung. Die HP Photosmart 720 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 399 Euro.

Für jeden Tag

Als unkomplizierte Reisebegleitung empfiehlt HP die beiden Photosmarts 320 und 620. Die Kameras verfügen über eine Auflösung von jeweils 2,1 Megapixeln und unterscheiden sich in erster Linie durch ihre Objektivleistung. Während die Photosmart 320 über ein Vierfach-Digitalzoom verfügt, bietet die Photosmart 620 darüber hinaus ein dreifach optisches Zoom mit einer Brennweite von 36–102 mm im

Vergleich zum Kleinbildformat. Beide Kameras verfügen über einen internen Speicherplatz von 8 MB und bieten einen zusätzlichen Steckplatz für SD-Karten.

Ein farbiges 3,8 Zentimeter großes LC-Display für die Bildbetrachtung, Funktionen wie automa-



Die HP Photosmart 620 verfügt über ein Objektiv mit einer Brennweite von 36 bis 102 mm im Vergleich zum Kleinbildformat.

tische Belichtung und Blitz oder die Instant-Share-Technologie sorgen für eine komfortable und einfache Bedienung. Mit beiden Modellen können Videoclips in

HP Deskjet 3820

Basierend auf der Technologie der HP Deskjet 900er Serie ist der neue HP Deskjet 3820 der ideale Drucker für Projekte zu Hause. Bilder werden mit der HP PhotoRet III Precision-Technologie in Fotoqualität oder alternativ mit 4.800 x 1.200 dpi gedruckt. Texte werden mit 600 x 600 dpi auf Normalpapier ausgegeben. Die Druckgeschwindigkeit liegt bei zwölf Seiten pro Minute in Schwarzweiß und bei zehn Seiten pro Minute in Farbe. Für Bastler stehen Funktionen wie Posterdruck, Spiegeln und das Bedrucken von T-Shirts zur Verfügung. Das Gerät hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 129 Euro.



Eine digitale Schnappschußkamera ist die HP Photosmart 320.

einer Länge von bis zu 30 Sekunden aufgezeichnet werden. Mit einem Gewicht von 160 Gramm und dem kompakten Design mit den Maßen 113 x 44 x 69 mm bietet sich die HP Photosmart 320 als digitale Schnappschußkamera an, während die HP Photosmart 620 mit ihrem dreifach optischen und dem vierfach digitalen Zoom für anspruchsvollere Aufnahmen wie Panoramen oder Nahaufnahmen bis zu 30 Zentimeter Entfernung einsetzbar ist. Für die direkte Verbindung zum Drucker ist sie zusätzlich mit einem USB-Kabel ausgestattet. Die Photosmart 320 hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 199 Euro, die Photosmart 620 von 299 Euro. Für alle drei Digitalkameras ist optional die HP Docking Station 8881 (UVP: 99 Euro) für eine komfortable Bilderübertragung und -ansicht sowie zum Aufladen der Batterien erhältlich.

Drucker im Miniformat

Mit den Maßen von nur 22 x 11 x 12 cm bietet sich der Drucker HP Photosmart 130 für die Mitnahme auf Familienfesten, Partys oder beruflichen Veranstaltungen an. Mit HPs PhotoRet III-Precision-Technologie oder alternativ im Druckmodus von 4800 x 1200 dpi auf Fotopapier liefert er in weniger als drei Minuten randlose Bilder. Der Drucker verfügt über vier Speicherkartensteckplätze und erkennt somit Compact Flash I und II, SmartMedia, Memory Stick, Secure Digital und die MultiMedia Card.

Aufnahmen können mit ihm ohne Umweg über den PC ausgegeben werden. Dabei wählt der Anwender über das intuitiv zu bedienende LC-Display einfach diejenigen Fotos aus, die gedruckt werden sollen und definiert dabei Größe und Anzahl der Kopien.

Anwender, die ihre Bilder am Computer zuvor bearbeiten möchten, wählen die Funktion „Save“, mit der die Fotos automatisch, bei Verbindung mit dem Computer, auf



Digitale Bilder können mit dem HP Photosmart auch unabhängig vom heimischen PC-Arbeitsplatz ausgegeben werden.

die Festplatte gespeichert werden. Auch der HP Photosmart 130 wird zusammen mit der neuen Photo & Imaging Software des Unternehmens und dem Memories Disc Creator ausgeliefert. Neben der Einbindung von Bildern in Multimedia-Präsentationen können mit der Software beispielsweise Diavorführungen mit Text und Musik unterlegt oder bis zu 499 digitalisierte Bilder auf CD archiviert werden.

Der mobile Fotodrucker HP Photosmart 130 hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 179 Euro.

Alle hier vorgestellten Produkte sind seit Anfang August lieferbar. höl

xD-Picture Card von Fujifilm und Olympus Speicherzweig mit Riesen- potential



Vor wenigen Tagen haben Olympus und Fujifilm die Einführung des neuen Speichermediums xD-Picture Card bekanntgegeben. Der neue Standard bietet gegenüber herkömmlichen Medien zur Erfassung von Bild- und Audiodaten eine Reihe von Vorzügen. Bei der Entwicklung der xD-Picture Card wurden konsequent die Anforderungen an gegenwärtige und zukünftige Produkte des Digitalkameramarktes berücksichtigt.

Beide Unternehmen hatten in der Vergangenheit in ihren Digitalkameras Speicherkarten des Typs SmartMedia eingesetzt. Dieses Medium genießt zwar weltweit aufgrund seiner Abmessungen, Kompatibilität und nicht zuletzt wegen seines hervorragenden Preis-/Leistungsverhältnisses einen guten Ruf, stößt aber mit der zunehmenden Weiterentwicklung heutiger digitaler Produkte an seine Grenzen. So begründen beide Unternehmen die gemeinschaftliche Entwicklung der xD-Picture Card mit den technischen Fortschritten bei Digitalkameras. Das neue Speichermedium soll die Entwicklung noch kleinerer Digitalkameras ermöglichen, wird eine höhere Speicherkapazität bieten und wird nach der Prognose von Ulrich Götze, Produkt- und Marketingmanager Digitale Produkte bei Olympus, auch durch den Einsatz von entsprechenden Adaptern, in 80 Prozent aller am Markt befindlichen Digitalkameras einsetzbar sein. Der Name xD-Picture Card wurde von „eXtreme Digital“ abgeleitet und weist auf die besondere Eignung des Mediums für die Aufnahme, Speicherung und Übertragung von audio-visuellen Infor-

mationen hin. Mit den kompakten Abmessungen von 20x25x1,7 mm, einem Volumen von 0,85 Kubikzentimetern und einem Gewicht von nur zwei Gramm ist die neue Speicherkarte nach Angaben von Fujifilm und Olympus die derzeit kleinste Speicherkarte für Digitalkameras am Markt (Stand: Juli 2002).



„Konsumenten möchten kleine Kameras mit einer größeren Speicherkapazität. Diese Wünsche lassen sich mit der xD-Picture Card erfüllen“, erklärte Martin Hubert, Bereichsleiter Consumer Products Deutschland, Olympus, anlässlich einer Pressekonferenz, die das Unternehmen speziell zur Einführung des neuen Speicherstandards ausgerichtet hat.

Beide Unternehmen werden die von Toshiba produzierte Karte ab Herbst zunächst in den Varianten 16 MB, 32 MB, 64 MB und 128 MB anbieten. Die Einführung einer 256 MB-Karte ist für Dezember dieses Jahres geplant. Ab dem nächsten Jahr sollen dann Speicherkarten mit Kapazitäten von 512 MB, 1 Gigabyte und 8 Gigabyte folgen. Zum Vergleich: Die Kapazität von SmartMedia ist derzeit auf 128 MB begrenzt.



Die fünf neuen Digitalkameras mit xD-Picture Card, die Fujifilm vorgestellt hat, wenden sich vorrangig an Einsteiger in die Digitalfotografie.

Verbreitung

Fujifilm und Olympus haben bereits die ersten Kameramodelle mit dem neuen Speichermedium vorgestellt. Darüber hinaus sind beide Unternehmen daran interessiert, weitere Digitalkamera- und Druckerhersteller zu gewinnen, die den neuen xD-Picture Card-Standard akzeptieren. Der neue Standard steht allen Herstellern offen. Gleichzeitig mit der xD-Picture Card werden auch PC-Kartenadapter und USB-Kartenlesegeräte erhältlich sein. In der Entwicklung befindet sich ein Adapter für CompactFlash-Karten, so daß in absehbarer Zeit auch xD-Picture Cards mit Digitalkameras eingesetzt werden können, die mit CompactFlash-Karten arbeiten. Darüber hinaus ist der Einsatz des neuen Mediums auch in PDAs, Audio-Abspielgeräten und anderen IT-Geräten geplant.

Die Einführung der xD-Picture Card wird aber nicht zwangsläufig den Abschied von der bewährten und bei vielen Verbrauchern vorhandenen SmartMedia-Karte bedeuten. Dafür sorgen zum einen die bereits erwähnten Adapter, zum anderen wird beispielsweise Olympus die nächsten Generationen ihrer Digitalkameras mit einem Dual-Slot ausstatten, der sowohl die xD-Picture Card, SmartMedia-Karten als auch CompactFlash-Karten aufnehmen kann. Die Preise für das neue Speichermedium werden nach Aussage von Ulrich Götze mit denen für SmartMedia-Karten vergleichbar sein.

Fujifilm

Fujifilm hat bereits fünf neue FinePix-Modelle vorgestellt (A202, A204, A203, A303 S304), die alle die xD-Picture Card nutzen werden. Die Kameras mit Auflösungen zwischen 2 und 3,2 Megapixeln sollen ab September beziehungsweise Oktober verfügbar sein und bewegen sich in einem

ungefähren Preisrahmen zwischen 229 bis 579 Euro. Sie bieten vom Fixfocus-Objektiv (A202) bis zum hochauflösenden Sechsfach-zoom mit einer Brennweite entsprechend dem KB-Format von 38 – 228 mm (S304) für jeden Verbrauchertyp das passende Anwenderspektrum und verfügen über digitale Features wie Videoclip, Webcam- oder Sprachnotiz-Aufzeichnungsfunktion. Anschluß-schwierigkeiten wird es mit den neuen FinePix-Modellen, die mit der xD-Picture Card arbeiten, nicht geben. Fujifilm stellt, wie es in einer Pressemitteilung heißt, ab dem ersten Tag ihres Erscheinens eine komplette Infrastruktur sowohl für den Ausdruck der Bilder zu Hause als auch für die gewohnte Fotobestellung über den Handel zur Verfügung.

mat) ausgestattet. Neben einer präzisen Programmautomatik und vier voreingestellten Aufnahme-modi stellt die Kamera auch eine Vielzahl manuell regulierbarer Funktionen zur Verfügung. So kann beispielsweise für schwierige Aufnahmesituationen auch der manuelle Fokus eingesetzt wer-



Die Fünf-Megapixel-Digitalkamera C-5050Zoom ist die erste Digitalkamera, von Olympus, die neben SmartMedia- und CompactFlash-Karten auch xD-Picture Cards, das neue Speichermedium aufnimmt.

den. Für die Belichtungsmessung stehen neben der ESP-Messung auch eine Spot- und Multispot-

Kartenlesegeräte und PC-Karten-Adapter (hier von Fujifilm) werden von beiden Unternehmen zeitgleich mit der Einführung der xD-Picture Card angeboten.



Olympus

Die erste Digitalkamera, die Olympus mit dem neuen Speichermedium vorstellt, ist die Camedia C-5050Zoom. Sie ist mit einem 5-Megapixel-CCD und einem lichtstarken (f1,8) Dreifach-Zoomobjektiv (entsprechend einer 35 – 105 mm Brennweite im KB-For-

messung zur Verfügung. Das schwenkbare LCD auf der Rückseite der Kamera ermöglicht Aufnahmen auch aus ungewöhnlichen Positionen heraus. Zum Lieferumfang der ab Herbst erhältlichen C-5050Zoom gehört eine 32 MB xD-Picture Card. Die Kamera hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 999 Euro. höl

Sony: photokina-Neuheiten mit Bestseller-Potential

NETWORK IMAGING

Unter dem Motto „Network Imaging“ will Sony auf der photokina Lösungen vorstellen, die das Anwendungsspektrum von Bildern nicht nur erweitern, sondern die Kommunikation in Netzwerken vor allem einfacher machen. „Der Anwender schießt seine Fotos oder dreht sein Video. Anschließend kann er es auf die Art bearbeiten und versenden, wie es ihm gefällt, und betrachten, wann und wo es gewünscht ist – ob unterwegs oder daheim, auf dem Notebook, Handheld-Handy oder eben auf dem Fernseher“, beschreibt Dirk Dreser, Leiter Business Management der Mobile Networking Group bei Sony Deutschland, die Unternehmensphilosophie. „Diese Welt werden wir für unsere photokina-Besucher erlebbar machen.“ Darum will Sony auf der „Network Plaza“ des photokina-Standes in Halle 8.2 Network Imaging zum Anfassen präsentieren: Beim Cyber-shot-Verleih stehen den Messebesuchern an die 100 Digitalkameras zur Verfügung. Dabei können die Fotos direkt vom Memory Stick vor Ort ausgedruckt werden.

Vernetzte Welt

Die Netzwerkfähigkeiten des kompakten Speichermediums werden zudem auf dem Sony Stand anschaulich demonstriert: Mit Hilfe des Memory Sticks können Bilder ohne Kabelsalat am Clie-Handheld-Computer betrachtet oder als Diashow auf dem heimischen Wega Fernseher präsentiert werden. Auch DVD-Player, LCD-Projektoren und sogar Autoradios sind bereits mit einem Steckplatz für das mit allen gängigen Betriebssystemen kompatible Speichermedium ausgestattet. Bluetooth ist für Sony dagegen eine Schlüsseltechnologie für den mobilen Zugang zum Internet. Das Unternehmen wird auf der photokina bereits seine sechste Network-Handycam präsentieren: Zusammen mit einem Bluetooth-fähigen Handy, zum Beispiel dem Sony Ericsson T68i, können Besitzer dieser digitalen Sony Camcorder ganz ohne PC im Internet surfen und Schnappschüsse oder kleine MPEG-Movies unmittelbar nach der Aufnahme versenden. Zu den diesjährigen photokina-Neuheiten wird zudem die erste Cyber-shot Digitalkamera mit Bluetooth-Schnittstelle gehören.

Neues Digitalkamera-Konzept: Cyber-shot U

Mit der komplett neuen Cyber-shot U Digitalkamera-Familie will Sony auf der photokina seinen Anspruch in Sachen Miniaturisierung und Design unter-

Das Bild im Mittelpunkt der Digitalisierung des Alltags wird das Thema auf dem photokina-Stand von Sony sein. Dabei tritt der PC als Plattform für die wachsende Zahl von Bildanwendungen in den Hintergrund. Denn das Speichermedium Memory Stick und die drahtlose Übertragungstechnik Bluetooth stehen für Bildkommunikation ohne Computer. Als erste Neuheiten wurden bereits eine ultrakompakte Digitalkamera und ein internet-fähiger Camcorder mit 2 Megapixel-Chip angekündigt.



Dirk Dreser, Leiter Business Management der Mobile Networking Group bei Sony Deutschland: „Auf der photokina wollen wir die Welt des Network Imaging für Verbraucher und unsere Handelspartner erlebbar machen.“

streichen. Das erste Modell, die DSC-U10, paßt mit einem Volumen von ganzen 86 Kubikzentimetern und einem Gewicht von knapp 113 Gramm (inkl. Batterien) wirklich in jede Tasche. Dazu sieht sie in ihrem Aluminiumgehäuse mit Silber-Perleffekt bestechend gut aus und ist besonders einfach zu bedienen. Damit ist sie nach Ansicht von Sony Senior Product Manager Christian Lücke nicht nur der ideale Szenegleiter für „Digitalians“ und Web-Reporter, sondern soll auch neue Zielgruppen – besonders Frauen – für die Digitalfotografie begeistern. Für ansprechende Aufnahmen sorgt der Super HAD CCD 1,3 Megapixel Chip mit Progressive Scan Technologie und ein 12 bit Analog/Digital-Wandler, der von einer neuartigen Software unterstützt wird. So kommen bei der Cyber-shot U-Serie erstmals neue Motivprogramme zum Einsatz: Beim „Soft Shape-Modus“ speziell für Portraitaufnahmen werden Gesichter weicher und wärmer gezeichnet. Bei Fotos in der freien Natur werden im „Vivid Nature-Modus“ Grün- und Blautöne besonders kräftig dargestellt. Der „Illumination Snap-Modus“ hilft bei Schnappschüssen von Personen in dunklen Umgebungen durch die individuell abgestimmte Synchronisation von Blitz und Verschlusszeit. Die neue Sony Digitalkamera ist mit einem 33 mm Objektiv (äquivalent Kleinbild) mit einer Lichtstärke von 2,8 ausgestattet. Die Aufnahmen können sofort auf dem ein Zoll großen LC-Display, das sich bei kritischen Lichtverhältnissen automatisch aufhellt, kontrolliert werden. Für lange Lebensdauer der mit-

gelieferten Nickel-Metallhybrid-Akkus sorgt Sonys Energiespartechnologie Stamina.

Das erste Modell der Sony Cyber-shot U Produktfamilie kommt ab Oktober zum UVP von 290 Euro auf den Markt. Zum Lieferumfang gehören zwei Nickel-Metallhybrid-Akkus, das Ladegerät BC-CS1, ein 8 MB Memory Stick, Trageriemen sowie USB-Kabel und ein umfangreiches Softwarepaket. Als Zubehör stehen unter anderem eine schwarze paßgenaue Tasche (UVP 25 Euro) und das neue Ministativ VCT-MTK zum gleichen Preis zur Verfügung. Nicht zuletzt kann die neue Sony Digitalkamera im maßgeschneiderten Aluminium-Etui zum Preis von 30 Euro in Silberblau-Metallic standesgemäß untergebracht werden.

Erster 2-Megapixel-Camcorder der Welt

Mit der neuen Mega Handycam DCR-IP220 wird Sony auf der photokina den ersten Camcorder mit 2-Megapixel CCD-Chip vorstellen, der die Aufnahme von Fotos in einer Auflösung von 1.600 x 1.200 Bildpunkten ermöglicht. Dank der integrierten Bluetooth-Schnittstelle können die Digitalfotos (oder auch Videoclips) sofort über das Internet versandt werden.

Mit seinem Carl Zeiss T-Objektiv mit einem Brennweitenbereich von 39–390 mm (äquivalent Kleinbild) ist der neue Sony Digital Camcorder für die Aufnahme hochwertiger Videofilme mit einer Auflösung von bis zu 530 horizontalen Linien ausgestattet. Die Super SteadyShot Funktion sorgt dabei für eine ruhige Hand, Konturen können mit Hilfe einer elektronischen Schärfekorrektur in acht Stufen schärfer oder softer eingestellt werden. Zur exakten Beurteilung des Motivs läßt sich die Mitte des Sucherbildes durch den manuellen Fokus-Ring kurzfristig zweifach vergrößern.

Zur Aufnahme von Digitalfotos bei schlechten Lichtverhältnissen oder sogar vollständiger Dunkelheit ist der neue DCR-IP220 mit einem eingebauten Blitz mit Funktion zur Reduzierung



Kompakter Digitalfoto-Spaß in elegantem Outfit: Das erste Modell der neuen Digitalkamera-Generation Cyber-shot U, die DSC-U10, paßt in jede Tasche und soll die Digitalfotografie für neue Zielgruppen attraktiv machen.



des Rote-Augen-Effektes ausgestattet. Die Fokussierung und Scharfeinstellung erfolgen dabei mit Laser-Autofokus. Das aus den hochwertigen Sony Digitalkameras bekannte „Night Framing“ System sichert eine präzise Auswahl des Bildausschnittes und die Wiedergabe in natürlichen Farben.

Die Fotofunktion des Camcorders ermöglicht die Aufnahme von bis zu vier Serienbildern in UXGA-Auflösung oder 32 Fotos mit 640 x 480 Pixeln hintereinander. Zusätzlich gibt es eine Bracketing-Funktion, bei der drei Fotos vom selben Motiv mit unterschiedlicher Belichtung aufgenommen werden. Wie alle Camcorder der Sony DCR-IP-Serie zeichnet auch der IP220 die Filme im MPEG2-Format auf der briefmarkengroßen MICROMV-Kassette auf. Dieses Format bietet nicht nur eine hohe Speicherkapazität, sondern auch Vorteile bei der Nachbearbeitung. Es wird nicht nur von der mitgelieferten Software MovieShaker, sondern auch von Pinnacle Studio 8 unterstützt. Die MPEG-Dateien können dabei importiert, bearbeitet und anschließend zum

Beispiel zum Brennen des Films wieder auf eine DVD exportiert werden. Das eingebaute Bluetooth-Modul ermöglicht zusammen mit Bluetooth-fähigen Mobiltelefonen den sofortigen Zugang ins Internet – natürlich auch über das Festnetz mit Hilfe eines entsprechenden Modem-Adapters. Zudem kann das Gerät über die eingebaute USB-Schnittstelle als Webcam eingesetzt werden.

Im Lieferumfang sind die Ladestation AC-L20, der InfoLithium-Akku NP-FF70, ein 8 MB Memory Stick, die Kabelfernbedienung RMT-817 und ein USB- sowie ein Multi-AV-Kabel enthalten. Die beigelegte Software besteht aus MovieShaker Version 3.1 für MICROMV, Pixela ImageMixer und Image Transfer. Hinzu kommt eine umfangreiche Zubehörliste, auf der eine komfortable Schutztasche, Akkus und die exklusiv für das neue Gerät entwickelte hochwertige Video-/Blitzleuchte HVL-F5DF zu finden sind. Dieses Gerät kombiniert eine 5 W Videoleuchte mit einem Blitz mit Leitzahl 14. Die neue Sony Mega-Handycam DCR-IP220 kommt ab Oktober zu einem UVP von 2.400 Euro auf den Markt.



Mit dem neuen digitalen Camcorder DCR-IP220 setzt Sony die Reihe der netzwerkfähigen Geräte mit Bluetooth-Technologie auf hohem Qualitätsniveau fort.

Neue Canon-Produkte für das digitale Bild

Midrange-Bereich im Visier



Eine Reihe von Produktinnovationen aus den Bereichen Tintenstrahldruck und Scanner präsentierte Canon anlässlich einer Pressekonferenz am 30. Juli 2002.

Mit dem S200x präsentiert Canon den Nachfolger des erfolgreichen Tintenstrahldruckers S200. Neben einigen technischen Modifikationen und einem neuen Design ist



Mit USB 2.0 und der Entertainment-Software „Herr der Ringe“ wird der S200x von Canon ausgeliefert.

das Gerät mit der Entertainment-Software „Herr der Ringe – Die zwei Türme“ ausgestattet. Die Filmhelden lassen sich mit der Software in Szene setzen, nach Wunsch einfärben oder bemalen und anschließend ausdrucken. Der Drucker mit einer Auflösung von 2.880 dpi unterstützt per PC-Software den Exif Print Standard, der für eine optimale Datenübernahme aus dem Bildspeicher der Digitalkamera sorgen soll, und verfügt über eine USB 2.0-Schnittstelle. Der S200x hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 79 Euro.

Mit einem „Rundum sorglos Paket“ möchte Canon den Verbrauchern den Einstieg in den Fotodruck versüßen. Mit einer Auflösung von 2.400 x 1.200 dpi und einer Geschwindigkeit von bis zu vierzehn Seiten pro Minute im Schwarzweißdruck und zehn Seiten in Farbe eignet sich der S330 Photo gleichermaßen für den Einsatz zu Hause und im Büro. Der Drucker bietet den randlosen Fotodruck bis zum Format DIN A4 und setzt die Advanced

Microfine Droplet Technology (mit Tröpfchengrößen von 5 Picolitern) für die Wiedergabe von feinen Details und realistischen Farbübergängen ein. Das Gerät ist mit einer USB 2.0-Full-Speed-Schnittstelle ausgestattet, unterstützt Exif Print und wird mit einer umfangreichen Software für Windows- und Mac-Anwender ausgeliefert. Damit Anwender direkt loslegen können, legt Canon ein Probepack Fotopapier und die Bildbearbeitungssoftware Adobe Photoshop Elements bei. Der S330 Photo hat einen UVP von 129 Euro.

Optimierte Bildergebnisse von digitalen Bildern können Anwender mit dem S530D auch ohne Umweg über den Computer erzielen. Mit dem Exif Print Standard werden die bereits während der Aufnahme mit Digitalkameras in die Bilddaten integrierten Zusatzinformationen wie Lichtverhältnisse und Belichtungsparameter der Kamera analysiert, von dem Drucker auf die Bilddaten angewendet und vor der Ausgabe korrigiert. Somit sind optimierte Ausdrücke direkt von der Kamera oder dem Camcorder aus möglich. Mit der Direct-Print-Formel von Canon wird der direkte Anschluß der Kamera möglich. Weitere Features des S530D sind eine Auflösung von 2.400 x 1.200 dpi, die kostensparende Single Ink-Technologie und fünf Picoliter feine Tintentröpfchen. Zum Thema Geschwindigkeit bietet der Drucker bis zu vierzehn Seiten in Schwarzweiß oder zehn Seiten in Farbe.



Dank Canons Direct-Print-Formel bietet der S530D den direkten Anschluß der Digitalkamera an den Drucker.

Die Canon Digitalkameras PowerShot S30, S40, PowerShot G2,



Sechs Farben, 4 Picoliter kleine Tintentröpfchen und randloser Druck bis zum Format A4 machen den S830D zum idealen Foto-Drucker.

Die Canon Digitalkameras PowerShot S30, S40, PowerShot G2, Ixus 330 und Ixus v² sowie der neue Camcorder MVX2i (s. Kasten) können direkt mit dem Drucker verbunden werden. Die Übertragung der Bilddaten erfolgt über eine schnelle USB 2.0-Schnittstelle. Für alle anderen Kamertypen stehen Speicherkartenslots für die gängigsten Speicherkarten zur Verfügung. Die Auswahl der Bilder erfolgt am Gerät über ein LC-Display, das optional gegen ein größeres TFT-Farbdisplay ausgetauscht werden

kann. Der S530D, der mit der Advanced Microfine Droplet Technology feinste Details und realistische Farbübergänge wiedergibt, hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 359 Euro.

Nach oben abgerundet wird Canons Druckerriege durch den neuen Sechsfarben-Drucker S830D. Der Fotodrucker mit Direct-Print-

funktion arbeitet mit der Advanced Microfine Droplet Technology und ermöglicht mit nur 4 Picoliter großen Tropfen die Wiedergabe von feinsten Details. Mit einer Auflösung von 2.400 x 1.200 dpi und einem Drucktempo von nur zwei Minuten für ein vollformatiges Foto im Format A4 eignet er

sich für ambitionierte Foto-Anwender. Der S830D ist mit einer USB 2.0-Schnittstelle ausgerüstet und wird mit einem perfekt abgestimmten Softwarepaket für Windows oder Mac OS für 459 Euro (UVP) ausgeliefert.

Senkrecht-Scanner

Mit den CanoScans LiDE 20 und LiDE 30 stellt Canon zwei Einsteiger-Scanner vor, die mit der „LED Indirect Exposure“-Technologie ausgestattet sind. Diese Technik kommt mit wenig Mechanik, Stromverbrauch und Platz aus. Darüber hinaus erlaubt sie das



Ein schickes Design kombiniert der CanoScan LiDE 30 mit einer platz- und energiesparenden Technologie.

Scannen im Senkrechtbetrieb. Das Modell LiDE 20 (UVP: 99 Euro) bietet eine Auflösung von 600 x 1.200 dpi, der CanoScan LiDE 30 (139 Euro) von 1.200 x 2.400 dpi. Beide Scanner erfassen die Vorlage mit einer internen Farbtiefe von 48 Bit, haben eine USB 2.0-Schnittstelle und kommen ohne ein externes Netzteil aus, da die Stromversorgung per USB-Kabel erfolgt.

Erheblich verbessert wurde die Multi-Scan-Funktion, so daß mit einem einzigen Scan bis zu zehn Vorlagen automatisch erkannt, ausgeschnitten, ausgerichtet und automatisch und separat abgespeichert werden können. Mit dem Z-Scharnier an der Vorlagenabdeckung lassen sich auch problemlos Bücher scannen. Beide Scanner sind mit USB 2.0 ausgestattet. Der LiDE 20 wird ab September, der LiDE 30 seit August ausgeliefert.

höl

Camcorder mit Web-Funktionen

Mit dem MVX2i stellt Canon einen Camcorder vor, der über einen neuen Signalprozessor die getrennte Verarbeitung von Einzelbildern und Video erlaubt. Er ermöglicht darüber hinaus über die DV-Firewire-Buchse die Ausgabe von DV- und Streaming-Signalen. Die mitgelieferte Software DV-Messenger übersetzt die Video-Datenströme in Microsoft Windows-Messenger-kompatible Signale, die jeder Windows XP-Rechner standardmäßig verarbeitet. Über den DV-Messenger ist sowohl Livestreaming als auch das Übertragen von bereits aufgezeichnetem Material möglich.



Weitere Funktionen des Camcorders sind ein Super Nachtmodus, Digital Animation Mix, Digitaleffekte, die bisher nur mit dem PC möglich waren, und ein Analog/Digital-Konverter. Ein 1,33 Megapixel-CCD, ein 10fach-Zoom mit optischem Bildstabilisator und ein kompaktes Gehäuse mit einer Magnesium-/Aluminium-Außenbeschichtung runden die Ausstattung des für 1.799 Euro (UVP) ab September erhältlichen MVX2i ab.

Fujitsus „DynaWo 2300“:

Neue kostengünstige Archivierung nach GDPdU für den Mittelstand



DYNAWO 2300
ARCHIVSYSTEM



Fujitsu Deutschland GmbH und die GDA mbH & Co. KG starten die Markteinführung eines digitalen Archivsystems zur revisionssicheren Speicherung von Datenbeständen. Die vorgestellte Archivierungs-Lösung „DynaWo 2300“ ist mit ihrem attraktiven Komplett-Preis von etwa € 900,- vor allem für kleinere und mittelständische Unternehmen interessant. Sie ist einfach zu bedienen und entspricht den mit Wirkung ab 1.1.2002 geltenden neuen „Grundsätzen zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen“ des Bundesfinanzministeriums (GDPdU).



Christian Friedric, Geschäftsführer der GDA mbH & Co. KG, ein Tochterunternehmen der Bechtle AG

„DynaWo“-Start auf der DMS Expo in Essen

Fujitsu Deutschland GmbH und die GDA starten die Markteinführung von „DynaWo 2300“ auf der Fachmesse DMS Expo vom 3. bis 5. September 2002 in Essen. Das vollwertige und revisionssichere Archivsystem besteht aus einem von Fujitsu neu entwickelten 3,5" Write Once MO Laufwerk, speziellen MO/WORM-Datenträgern und der auf dem bewährten WORM-Dateisystem basierenden Archivierungssoftware der GDA mbH & Co. KG, einem Tochterunternehmen der Bechtle AG. GDA ist Spezialist für die sichere Langzeitarchivierung kritischer Unternehmensdaten auf Basis der MO/WORM-Technologie.

Digitale Archivierung: Seit 2002 ein „Muß“ für Unternehmen

Seit dem 1. Januar 2002 hat die digitale Archivierung für Unternehmen in Deutschland eine höhere Bedeutung als je zuvor, denn seitdem sind die vom Bundesfinanzministerium erlassenen Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen (GDPdU) für Betriebsprüfungen gesetzlich bindend. Die

GDPdU verpflichtet Unternehmen zur digitalen Vorhaltung ihrer steuerrelevanten Daten für den Zeitraum von zehn Jahren nach ihrem Entstehen und zur revisions- und fälschungssicheren les- und auswertbaren Speicherung.

Wenn das Finanzamt zweimal klingelt

Wenn zukünftig der Betriebsprüfer des Finanzamts die Türklingel betätigt, wird er ein Notebook und die Prüfsoftware IDEA mit sich führen, um eine „digitale Betriebsprüfung“ durchzuführen. Wie bei aktuellen Umfragen deutlich wurde, hat sich ein großer Teil der Unternehmer noch nicht über das Thema GDPdU und „Digitale Betriebsprüfung“ oder nicht gründlich genug informiert und deshalb noch keine geeignete Lösung in ihren Unternehmen integriert. Gewerbetreibende und Firmen steuern ihre gesamten Arbeitsabläufe zunehmend digital, verwalten Dokumente elektronisch und setzen in der Buchhaltung seit längerem elektronische Datenverarbeitung ein. Die Finanzbehörden mussten sich dieser Entwicklung anpassen. Betriebsprüfer des Finanzamts werden ab jetzt die Prüfung per „Datenträgerüberlassung“ fordern. Das bedeutet, sie werden nach Speichermedien fragen, auf denen alle steuerrelevanten Daten des überprüften Unternehmens in einer maschinell auswertbaren Form archiviert sind.

Alternativ kann der Prüfer den direkten Lesezugriff auf Rechner-Systeme mit darauf gespeicherten steuerlich relevanten Daten verlangen. Der Prüfer nimmt die Auswertung der überlassenen Datenträger mit der Prüfsoftware IDEA auf seinem Laptop vor. Als „steuerlich relevant“ gelten Daten aus der Finanz-, Anlagen- und Lohnbuchhaltung und mit der Geschäftstätigkeit in Verbindung stehende Belege oder entsprechender Schriftverkehr. Die neu erlassenen GDPdU verpflichten zwar nicht zum Einsatz einer digitalen Archivierungslösung, schreiben aber zwingend die „recherchierfähige Aufbewahrung der Daten in digitaler Form“ vor. Es besteht also auch die Möglichkeit, relevante Daten über zehn Jahre im System bereitzuhalten. Das dürfte bei der Datenflut und periodisch erforderlichen Backups die teurere Lösung sein. Ein Unternehmen befindet sich auf der sicheren Seite, wenn es eine geeignete digitale Archivierungs-Technologie einsetzt, die schon im eigenen Interesse jegliche Manipulation ausschließt. Mit dieser Maßnahme geht man möglichen Diskussionen schon im Vorfeld aus dem Weg. Die geringen Anschaffungskosten des „DynaWo 2300“ Archivierungssystems amortisieren sich bereits durch einen einzigen eingesparten Prüfungstag. Deshalb ist Unternehmern, Freiberuflern und Selbständigen, die baldige Anschaffung und Integration eines solchen Systems zu empfehlen.

Rechtliche Grundlagen der GDPdU

Was kann der Betriebsprüfer vom Steuerpflichtigen fordern und wie kann dieser die an ihn gestellten Anforderungen erfüllen? Dem Steuerprüfer stehen nach dem Inkrafttreten der GDPdU drei Möglichkeiten der Einsichtnahme zur Verfügung: Der direkte und der indirekte Lesezugriff auf steuerrelevante Daten, die schon beschriebene „Datenträgerüberlassung“ und die Digitale Archivierung. Letztere erfüllt alle

Anforderungen der „Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen“ (GDPdU). Deshalb gewinnt diese Lösung zur Erfüllung der steuerrechtlichen Vorschriften zunehmend an Bedeutung. Bei der „digitalen Archivierung“ werden Kopien des gesamten Datenbestandes oder nach dem Merkmal „relevant“ ausgewählte Teile davon digital archiviert und sicher aufbewahrt und der Originalbestand zur Entlastung des EDV-Systems gelöscht. Die entscheidende Forderung ist bei dieser Lösung die Sicherstellung der Unveränderbarkeit und der Schutz vor Manipulation oder Verlust während des Zeitraums der Aufbewahrungsfrist. Aus diesen Gründen wird in der GDPdU gefordert, daß die Speicherung der Daten auf einem Datenträger vorgenommen werden muß, der nachträgliche Änderungen unmöglich macht.

Welche Technologie?

Die Frage, welche Archivierungslösung den Anforderungen entspricht und sich am besten eignet, ist an erster Stelle unter dem Aspekt der Betriebsgröße zu entscheiden. Großunternehmen setzen für ihre Datenarchivierung meist kostenintensive Lösungen mit Jukebox-Systemen ein. Diese Lösungen sind für kleine und mittlere Betriebe wegen ihrer hohen Kosten unrentabel. Kleinere Firmen arbeiten oft noch mit klassischen Backup-Strategien und nehmen damit erhebliche Risiken in Kauf. Kritisch ist auch die Wahl der zur Speicherung verwendeten Medien: CD-R oder DVD-R sind als Langzeit-Archivmedien nur unzureichend geeignet, weil sie keine hundertprozentige Revisionsicherheit (Fälschungssicherheit) und keine Datensicherheit durch Langzeitstabilität garantieren können. CD-R und DVD-R können kopiert werden. Beim Kopiervorgang besteht die Möglichkeit einer beabsichtigten oder versehentlichen Manipulation oder Veränderung der

Daten. Derartig aufbewahrte Daten sind je nach Qualität und Langzeitstabilität des Datenträgers, der Zuverlässigkeit der Brennsoftware und den Einflüssen bei der Lagerung nur bedingt als gesichert anzusehen. Trotz dieser Nachteile sind zur Zeit noch zahlreiche Lösungen auf CD-R-Basis in Betrieb.

Die MO/WORM-Technologie von „DynaWo“

Die MO/WORM-Technologie verfügt über zahlreiche vorteilhafte Eigenschaften für den Einsatz als digitales Archiv: „WORM“ bedeutet „Write Once Read Many“. Zum Einsatz kommen nur einmal beschreibbare Datenträger, deren Inhalte nicht unbemerkt manipuliert und verändert werden können. Durch den Einsatz eines WORM Dateisystems lassen sich MO/WORM-Speichermedien in verbreiteten Betriebssystemen wie eine Festplatte ansprechen. Daten können ohne Zwischenschritte über die Festplatte, auf MO/WORM-Datenträgern archiviert werden. Nachträgliche Änderungen oder Manipulationen lassen sich nachweisen und wieder rückgängig machen. MO/WORM-Speichermedien bieten höchste Revisionsicherheit. „MO“ steht für die magneto-optische Technologie, die seit 1989 in professionellen Archivierungssystemen eingesetzt wird.

MO-Speichermedien sind sehr robust und weitgehend resistent gegen mechanische Beschädigung und Umwelteinflüsse, wie Stoß, extreme Temperaturen, Staub oder Magnetfelder. Bei MO-Laufwerken und Medien kann es zu keinem sogenannten „Head-Crash“ kommen, der durch die Berührung von Kopf und Platte fast immer den Verlust der gespeicherten Daten zur Folge hat. Aufgrund dieser Eigenschaften bietet die MO/WORM Technologie die bisher sicherste Speichermöglichkeit für die revisionssichere Archivierung von Daten aller Art.

Hier können Sie Ihr Abo

POS-MAIL

bestellen!



Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

Digitale Technologien schaffen neue Märkte

Internetfähige Fernsehgeräte, Digital-TV, neue Standards wie DVD, Mini Disk oder MP3 eröffnen neue Unterhaltungswelten.

Digitalkameras setzen sie ins Bild, die Telekommunikation macht sie mobil.

Mit einem Abo wissen Sie jeden Monat über die neuen Consumer Electronics Bescheid.



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

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

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

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

Oder per Fax: 0 21 02 / 20 27 90

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

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

Coupon

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

Name _____

Vorname _____

Straße/Haus-Nr. _____

PLZ/Wohnort _____

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

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

Datum _____ Unterschrift _____

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

Datum _____ Unterschrift _____

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

- Einzelhandel:**
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Consumer Electronics-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Telekom-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> PC + Peripherie-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Foto-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> Kaufhaus | <input type="checkbox"/> Versender |
| <input type="checkbox"/> Großfläche | <input type="checkbox"/> E-Commerce |
| <input type="checkbox"/> Fachmarkt | |

- Dienstleister:**
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Netzbetreiber | <input type="checkbox"/> TK-Provider |
| <input type="checkbox"/> Distributor | <input type="checkbox"/> Foto- und Imaging Service |

- Lieferanten:**
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hersteller | <input type="checkbox"/> Distributor/Großhandel |
| <input type="checkbox"/> Kooperationen | |
| <input type="checkbox"/> sonstige (Schulen, Verbände etc.) | |



Flächendeckendes Funk-LAN für Nordamerika WLAN weltweit im Aufwind

Intel engagiert sich stark in WLAN

Besonders der Chip-Hersteller Intel engagiert sich stark für die Realisierung eines einheitlichen WLAN in ganz Nordamerika. Schon seit längerer Zeit unterhält Intel eine eigene Telekommunikationssparte und plant, seine zukünftigen Prozessoren für Mobilgeräte bereits serienmäßig mit WLAN-Funktionen auszurüsten. Intel will bis 2004 die Stückzahl von 60 Millionen Prozessoren verkaufen, die dem IEEE-Standard entsprechen. Auch in Deutschland zeigt Intel im WLAN Bereich Flagge: Bei dem öffentlichen Münchener WLAN Projekt „e-Garten“ stellt Intel den Hauptsponsor.



Motorolas „Canopy“ bringt Breitband aufs Land

Motorola stellte der Öffentlichkeit das System Canopy vor, mit dem Daten über eine Distanz von mehr als 3.000 Metern und mit einer Übertragungsrate von bis zu 10 Mbps transportiert werden können. Mit Canopy zielt Motorola auf Provider, die weitab auf dem Land liegende kleinere Orte ohne DSL mit schnellem Internet versorgen wollen, und auf Provider, die Großkunden nicht per Draht anbinden wollen und deswegen eine Richtfunk-Lösung vorziehen. Generell ist bei WLAN die Überbrückung von größeren Distanzen, das sogenannte „Bridging“, mit Hilfe von speziellen Richtantennen und bei starker Bündelung des abgestrahlten Signals relativ einfach und kostengünstig zu bewerkstelligen. Fast alle WLAN-Spezialisten bieten geeignete Antennen-Modelle und Router an.

Roaming für drahtlose Netze

Die Zahl der öffentlichen WLAN-Hot-Spots nimmt rapide zu, und die Möglichkeit, das Internet auf Reisen breitbandig und mobil mit dem Laptop nutzen zu können, E-Mails abzurufen und über das Internet bei Bedarf auf das Firmennetz zugreifen zu können, ge-

In den amerikanischen Medien wird von Verhandlungen zwischen namhaften IT-Unternehmen über die Gründung eines WLAN Joint-ventures berichtet. Unbestätigten Informationen der New York Times zufolge wollen Konzerne wie Intel, IBM, AT&T Wireless, Verizon und Cingular gemeinsam ein landesweites Funknetzwerk nach dem WLAN Standard IEEE 802.11 errichten. Unter dem Codenamen „Rainbow“ würden technische Lösungen und Geschäftsmodelle diskutiert, um Notebook- und PDA-Besitzern landesweit und flächendeckend drahtlose Internet-Zugänge zu bieten, schreibt die New York Times. Im Mittelpunkt der Pläne steht vor allem die Einrichtung von Public-Spots an Flughäfen, Bahnhöfen und öffentlichen Einrichtungen.

winnt bei einem schnell anwachsenden Personenkreis zunehmend an Beliebtheit. Sogenannte „Public-Spots“ werden für Geschäftsreisende an stark frequentierten Plätzen wie Flughäfen und Hotels eingerichtet oder auf der Grundlage individueller privater Initiativen bereitgestellt. Die Nutzung der unterschiedlichen WLAN-Zugänge erfordert neben der Suche nach öffentlichen Public Spots auch meistens unterschiedliche Einloggvorgänge und Zugangsdaten. Wünschenswert wäre deshalb die Schaffung eines WLAN-Roamings, welches diesen Service für potentielle Kunden noch attraktiver machen würde: Es würde ein Account bei einem Provider ausreichen, der seinerseits dann für Abrechnungen mit Betreibern anderer Public-Spots zuständig wäre, so wie das auch bei Mobilfunknetzen praktiziert wird. Verschiedene Anbieter wollen ähnliche Roaming-Standards und -vereinbarungen nun in der Form von kommerziellen öffentlichen WLANs realisieren. Zu den Gründungsmitgliedern der Organisation pass-one gehören die WLAN-Internetprovider Wificom, Wayport, FatPort und OpenPoint Networks. Schon 50 Firmen haben sich nach einem Meeting der Organisation angeschlossen, so z. B. die schwedische Telecom-Firma Tele2. Weitere Informationen unter www.pass-one.com

T-Mobile entert WLAN-Geschäft

Auch die Mobilfunktochter der Telekom, T-Mobile, will in das Geschäft mit öffentlich zugänglichen Funk-LANs einsteigen. Bis zum Jahresende plant man, ein Netzwerk von Hot-Spots einzurichten. Dabei soll schon WLAN-Technik im 5-GHz-Band zum Tragen kommen, die jedoch abwärtskompatibel sein wird. Die Regulierungsbehörde hat erst vor kurzem einen Entwurf zur Freigabe entsprechender Frequenzen vorgestellt. T-Mobile sieht

die eigenen WLAN Aktivitäten als Ergänzung zum Handy-Datendienst GPRS und seinem zukünftigen UMTS-Netz. T-Mobile hat nach eigenen Angaben bereits am Firmensitz in Bonn erste Erfahrungen mit Testnetzen erworben.

Weitere Frequenzen für WLAN

Die deutsche Regulierungsbehörde für Post und Telekommunikation (RegTP) hat angekündigt, zusätzlich zu den bisherigen Frequenzen im 2,4-GHz-Band für Wireless Local Area Networks (WLAN) weitere Frequenzen im 5 GHz-Bereich bereitzustellen. Damit stünde dann eine Bandbreite von 455 MHz zur Verfügung. Bei UMTS wurde ein Bereich von 145 MHz an exklusive Lizenznehmer vergeben. Die neuen Frequenzen darf jeder nutzen, solange er störungsfreie Geräte innerhalb bestimmter Parameter betreibt. Es werden keine Lizenzen erteilt und keine Gebühren erhoben. Die Sendeleistung der Geräte darf bis zu einem Watt betragen. RegTP-Präsident Matthias Kurth hofft, mit der Freigabe, eine neue technische Entwicklung anzustoßen.

TDC baut WLAN-Hotspots mit Mobilfunk-Zugang

Der dänische Mobilfunkanbieter TDC baut ein Netz aus Hotspots auf und arbeitet dabei mit Ericsson als Hardware-Ausrüster zusammen. Schon seit März dieses Jahres bietet Ericsson eine kombinierte Technologie aus WLAN-Technik und Mobilfunk zusammen mit der notwendigen Infrastruktur an. Durch den Einsatz der neuen Kombinations-Technik sind Netzbetreiber in der Lage, ihren Kunden einen breitbandigen Zugang über GPRS im Mobilfunknetz und Zugriff auf ein WLAN zu bieten. Mit der neuen Technik sollen nahtlose Über-



gänge zwischen den beiden unterschiedlichen Technologien möglich sein. Nach Mitteilungen von Ericsson soll in Dänemark mit Smartphones und Notebook bereits ein unterbrechungsfreies „Roaming“ zwischen Mobilfunk und WLAN-Netzen möglich sein.

Neuer Toshiba PDA mit WLAN und XScale-CPU

Unter dem Namen e740 führt Toshiba den ersten Pocket-PC mit WLAN und XScale-CPU im Markt ein. Je nach Kundenwunsch kann der mit einem schnellen 400-MHz Intel-Prozessor PXA-250 bestückte PDA zusätzlich entweder mit Bluetooth oder mit 802.11b-WLAN ausgestattet werden. Außerdem rüstet Toshiba beim e740 erstmals einen Pocket PC mit dem Grafikchip Imageon 100 von ATI aus. Der Video-Chip kann MPEG4 und JPEG dekodieren, bietet 2D-Beschleunigung, hat aber keinen 3D-Accelerator eingebaut. Im übrigen ist der e740 wie das aktuelle Modell e570 ausgestattet: 64 MByte RAM, 32 MByte ROM, reflektiver Touchscreen mit 320 x 240 Pixeln und 16-Bit-Farbe, CompactFlash-II- und SD/MMC-Slot sowie eine IrDA-Schnittstelle. Der kompakte PDA wiegt 173 Gramm und seine Abmessungen betragen 125 mm x 79 mm x 23 mm. In den USA wird der mit Bluetooth oder WLAN ausgerüstete e740 ca. 600 US-Dollar kosten. Ohne drahtlose Schnittstellen ist der PDA in Deutschland für einen UVP von 649 Euro zu haben. Für den Bluetooth-PDA soll der UVP 699,- Euro betragen, während das mit WLAN ausgerüstete Modell zu einem UVP von 729,- Euro angeboten wird.

Auch Acer bringt Pocket PCs mit XScale-CPU und WLAN

Unter der Bezeichnung Pocket-PC-2002-PDA mit den Modellbezeichnungen „n20“ und „n20w“ stellt Acer zwei Geräte vor, die nur etwa einen Zentimeter hoch sind und von Intels

XScale-Prozessor PXA-250 mit 400 MHz Takt angetrieben werden. Damit sind die beiden Modelle die bisher dünnsten PDAs mit XScale-Prozessor. Neben der Bestückung mit 64 MByte Hauptspeicher werden beide Geräte einen Erweiterungslot für Module nach Sonys MemoryStick-Standard bieten, ebenfalls eine Premiere bei Pocket-PCs. Das größere Modell n20w wird zusätzlich erstmals über einen integrierten WLAN-802.11b-Adapter verfügen. Wann Acers Pocket PCs zu welchem UVP in den Handel kommen, ist noch nicht bekannt.

Mit Kreidezeichen ins Internet

Überall auf der Welt, insbesondere aber in Großbritannien und den USA, werden merkwürdige Symbole auf Hauswänden, Eingangsstufen und Bürgersteigen gesichtet. Es handelt sich dabei nicht um eine Miniatur-Ausgabe der magischen Kornkreise, sondern um sogenannte „Warchalk“-Symbole, die darüber informieren, wo sich die



Ausleuchtzone eines WLAN-Zugangs befindet. Als Erfinder der mit einfacher Schulkreide aufgemalten Symbole gilt Matt Jones, 30, ein Londoner Webdesigner. Er dachte mit Freunden darüber nach, wie man die über die Stadt verstreuten WLAN-Internetzugänge auf einfache und nicht strafbare Weise so kennzeichnen könnte, daß sie von jedem interessierten Besitzer eines WLAN-Geräts auf Anhieb gefunden werden. Die bei den Warchalks verwendete Symbolik orientierte sich an der Hobo-Zeichensprache. „Hobos“ wurden in den dreißiger Jahren die arbeitssuchenden Männer genannt, die illegal auf Güterzügen die USA auf der Suche nach einem Gelegenheitsjobs durchquerten. Die „Hobos“ entwickelten damals, ähnlich wie die europäischen Zigeuner, eine eigene Zeichensprache, um nachfolgende Kollegen über örtliche Gegebenheiten, Gefahren und Chancen zu informieren. Bei den Warchalks weisen zwei gegenüber stehende Halbkreise auf einen offenen Funkknoten hin, ein geschlossener Kreis zeigt einen geschlossenen Node an, und ein „W“ im geschlossenen Kreis bedeutet, daß der Funkknoten seine WEP-Verschlüsselung aktiviert hat. Die praktischen Kreidezeichen werden bald auch in Deutschland zum Stadtbild gehören. evo

GAAMES

...die neuen Verkauf-Hits!

- **GT Concept 2002**
- **Circus Maximus**
- **Dark Summit**



GT Concept 2002

Racing Game für PlayStation 2



Am Anfang von GT Concept 2002 stehen, wie schon bei GT3, Autos zur Auswahl, wie sie meist nur auf Autosalons zu sehen sind. Neben dem Lotus Elise Type 72 und dem Audi Abt TT-R kann der Spieler auch in den Mercedes SL55 AMG einsteigen. Darüber hinaus gibt es eine breite Auswahl an Rennwagen und normalen Autos: insgesamt mehr als hundert Rennwagen von Herstellern aus Japan, Europa, Korea und den USA. Zwar gibt es im Vergleich zu den Vorgänger-Spielen aus der Gran Turismo Serie weniger Autos, doch dafür sind die Modelle vom Feinsten.

Neben den bekannten Strecken aus GT3 kann ganz neu auch der Autumn Ring befahren werden. Bei GT Concept 2002 setzt Sony Computer Entertainment auf eine vereinfachte Version des bekannten Gran Turismo-Spielsystems. Trotz vereinfachter Spielstruktur wurden viele Features im Vergleich zu Gran Turismo 3 verbessert. Das Spiel ist günstiger als die Vorgänger aus der Rennserie, die seit ihrer Erscheinung 1998 den Markt für Konsolenspiele dominiert hat. Weltweit wurden bereits über 26 Millionen Einheiten der Serie verkauft. Getreu den legendären Vorgängerspielen ist auch GT Concept 2002 detailgetreu nachempfunden und grafisch aufwendig gestaltet.

GT Concept 2002 bietet rund 30 Stunden Fahrspaß. Vier Boni gibt es zusätzlich: einen GT3 Film zu Beginn und am Ende, Pod-Racing und Bonuscredits für GT3 A-spec, den vorherigen Teil der GT-Serie. Die Multiplayerfunktion bietet zusätzlich gemeinsamen Fahrspaß. Es können mit Hilfe der i.LINK-Schnittstelle bis zu 6 Spieler gleichzeitig ein Rennen fahren.

Alle, denen Gran Turismo bisher zu anstrengend war, können nun mit GT Concept 2002 Gas geben. Selbst unerfahrene Spieler können direkt in das Spiel einsteigen.

USK: Ohne Altersbeschränkung • UVP: 39,95 Euro



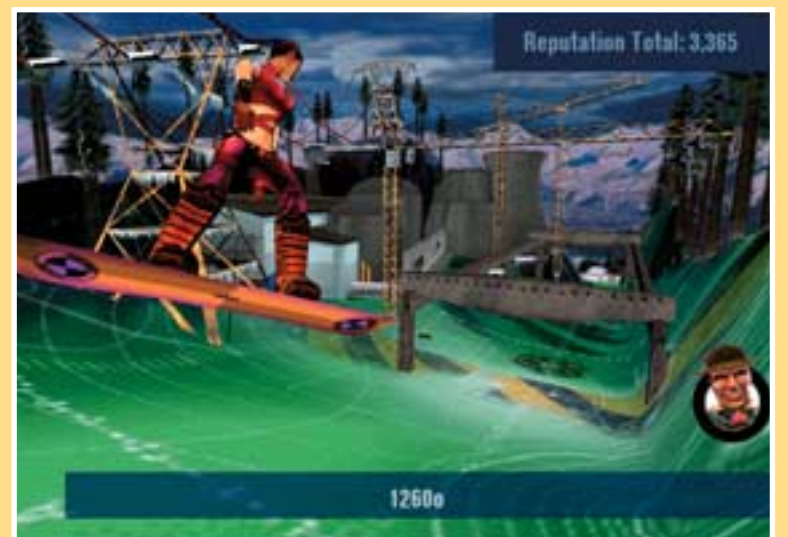
Dark Summit

xbox und Gamecube



Snowboarder waren auf Mount Garrick noch nie willkommen, einem einst ruhigen und friedlichen Skigebiet in der nord-amerikanischen Bergwelt. Chief O'Leary, der Ranger dieser Bergregion, führt seit langer Zeit eine Kampagne gegen die Snowboarder in seinem Gebiet, und so ist es den Boardern seit einiger Zeit nur noch gestattet, einige wenige Abfahrten am Mt. Garrick zu benutzen. Doch selbst diese wenigen Abfahrten sind O'Leary noch zuviel. Er will die von ihm gehaßten Snowboarder gänzlich von Mt. Garrick vertreiben.

Der Spieler übernimmt in Dark Summit die Rolle eines Snowboarders und versucht O'Learys Pläne in diesem ersten Missions-basierten Snowboard-Action-Adventure zu durchkreuzen. Hierbei genießt er das Snowboard-Feeling auf Mt. Garrick, sammelt Action-Punkte und steigert so den Ruf unter seinen Snowboard-Kollegen. Je besser er sich auf dem Brett hält, um so besser gelingt es ihm, neue Gebiete auf dem Mt. Garrick freizuschalten. Der Spieler muß allerdings auf der Hut sein: Chief O'Leary wird nicht tatenlos zusehen, wie der Spieler den Gipfel des Mt. Garrick erstürmt.



In mehr als 45 Rätseln und Missionen gibt es mit dem Board eine ebenso riesige wie atemberaubende Bergwelt mit unterschiedlichen Tag-/Nachtbedingungen zu erforschen. Dem Spieler stehen acht Hardcore-Snowboarder, jeder mit individuellen Fähigkeiten und Eigenschaften, zur Auswahl. Das realistische Fahrverhalten der Boards ermöglicht spektakuläre Tricks und Combos. In Abhängigkeit von dem Punktestand des Spielers kann dieser neue Ausrüstungsgegenstände wie Rucksäcke, Mobiltelefone, weitere Snowboards, Bindungen und Kleidung erwerben. Besondere Action bietet auch der hervorragende 2-Spielermodus, Dark Summit ist ein sehr innovativer Titel mit einem lang zu erwartenden Produktzyklus.



USK: geeignet ab 6 Jahren
empf. VK: 59,95 Euro

CIRCUS MAXIMUS

PlayStation 2,
xbox –
von THQ

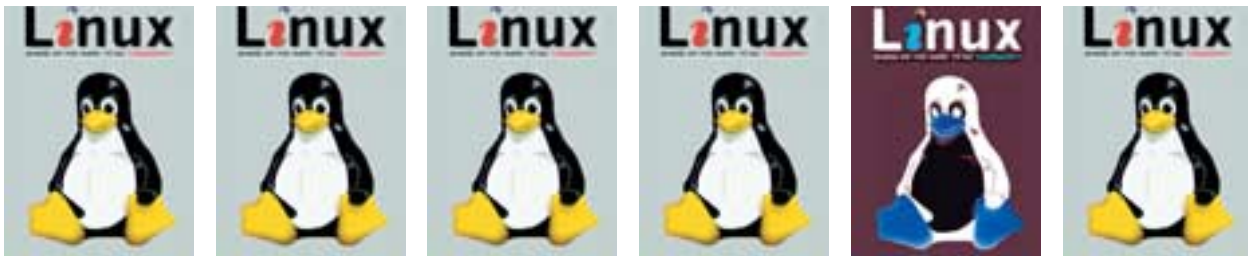
Rennspiele sind heute populärer als jemals zuvor. Das liegt besonders an der enorm gesteigerten Leistungsfähigkeit der Spielekonsolen. Viele Spiele gleichen sich aber wie ein Ei dem anderen. Die Firma THQ schlägt nun mit dem Rennspiel Circus Maximus einen komplett neuen Weg ein und bringt die alte Zeit der römischen Wagenrennen auf den Bildschirm zurück. Circus Maximus gehört zwar eher in die Sparte Fun-Rennspiel, dennoch bringt das Spiel auch klassische Rennspielatmosphäre realistisch rüber. Beispielsweise müssen die Kurven so eng wie nur möglich genommen werden, was sich als nicht ganz ungefährlich herausstellen kann, wenn man versucht, wertvolle Zeit zu gewinnen. Die Fahrer können sich natürlich auch anderweitig diverse Vorteile verschaffen. Eines der Hilfsmittel ist die obligatorische Peitsche, um die Pferde anzutreiben und den Gegner vom Wagen zu holen. Letzteres verursacht oft spektakuläre Wagenunfälle, bei denen jedem Ben Hur-Fan die Freudentränen in den Augen stehen werden. Aber auch Fäuste und Wurfaffen können effektiv eingesetzt werden. In einem Wagen sind immer zwei Gladiatoren – ein Wagenlenker, der die Pferde unter Kontrolle bringen muß, und ein Kämpfer, der den Wagen verteidigt und feindliche Gladiatoren angreifen sollte, um zu überleben.



Neben zwei Einzelspieler-Modi können auch bis zu vier Spieler gegeneinander antreten und sich spannende Multiplayer Gefechte liefern.

In Circus Maximus beeindruckt besonders die gigantischen Prachtbauten und riesigen antiken Tempelanlagen. Man fühlt sich förmlich direkt in das alte Rom zurückversetzt. Für die richtige Stimmung sorgen aber auch auf den Tribünen Hundertschaften tobender und applaudierender Menschen und ein beeindruckender orchestraler Soundtrack, der sich stark an diverse epische Filme anlehnt.





Linux: News und Infos

Linux reduziert IT-Kosten

Nach einer Studie des australischen IT-Dienstleisters Cybersource können mittlere Unternehmen mit Linux als Betriebssystem zwischen 25 und 34 Prozent der beim Einsatz von Windows entstehenden Kosten einsparen. Bei der Studie wurde ein Firmennetzwerk mit 250 Rechnern, entsprechender Internetanbindung, Servern und einem eCommerce System zugrunde gelegt. Eingeschlossen wurden in die über drei Jahre angelegte Modellrechnung die Kosten für Vernetzung und Administration. Als Applikationen für die Windows-Lösung wurde der Einsatz von Microsoft Internet Information Server 5, Microsoft SQL Server, Microsoft Commerce Server, Microsoft Windows 2000 Advanced Server, Microsoft Commerce Server, Windows XP Professional und Microsoft Office Standard angenommen. Bei der Ausstattung mit Linux wurden drei Distributionen in die Untersuchung einbezogen: Red Hat 7.2, Mandrake 8.1 und SuSE 7.3. Als Software unter Linux legte man Apache Internet-Server, Squid, PostgreSQL, OpenOffice und die E-Commerce-Lösung The Exchange Project fest. Noch gravierendere Unterschiede bei den Kosten zeigt eine ähnliche von IBM unterstützte Studie der amerikanischen Robert Frances Group, Connecticut. Die auf IT-Consulting für Konzerne und Unternehmen mittlerer Größe spezialisierten Marktforscher verglichen neben den Lizenzkosten auch die Kosten für Implementierung, Betrieb und Support, also die Total Costs of Ownership (TCO). Verglichen wurden die Plattformen Linux mit Apache-Server, Solaris auf einer SPARC-Architektur und Windows in Verbindung mit Microsofts Internet Information Server. Für die Linux-Lösung mußten im ersten Jahr durchschnittlich 50.000 US-Dollar aufgewendet werden, für Windows 92.000 US-Dollar und für die Solaris-Lösung ca. 422.000 US-Dollar. Im dritten Jahr betragen die Kosten für Linux 74,475 US-Dollar, für Windows 190,662 US-Dollar und für Solaris 561,520 US-Dollar. Die Studie läuft unter dem Titel „Total Cost of Ownership for Linux in the Enterprise“.

Microsoft beendete Zusammenarbeit mit Hunzinger

Microsoft hat nach eigener Aussage seine Zusammenarbeit mit dem PR-Unternehmer und Lobbyisten Moritz

Hunzinger beendet. Die deutsche Niederlassung von Microsoft hatte Hunzingers Agentur ECC Public Affairs mit der Erarbeitung und Umsetzung einer Kommunikationsstrategie zugunsten Microsofts gegenüber politischen Entscheidungsträgern beauftragt. Hunzinger führte unter anderem eine Kampagne für den Einsatz von Microsoft-Produkten im Bundestag. Allein für die Maßnahmen gegen den Einsatz des freien Betriebssystems Linux im Parlament wurde nach nicht dementierten Meldungen ein siebenstelliger DM-Betrag aufgewendet. Zu den Hauptargumenten gegen den Einsatz von Linux zählte die Behauptung, daß Windows weniger Kosten verursache, besser und sicherer sei. Im Gegensatz dazu empfiehlt eine kürzlich vorgelegte Studie von RFG (Robert Frances Group, IT-Consulting, USA): „Angesichts der tiefpreisigen und flexiblen Lizenzanforderungen, dem Verzicht auf proprietäre Verkaufsziele, dem hohen Sicherheitsgrad und der generellen Stabilität und Nutzbarkeit für alle Sorten von Server-Anwendungen ist der Umstieg auf Linux zu erwägen.“

„United Linux“

Die von Caldera, Connectiva, SuSE und TurboLinux getragene Initiative für ein globales, einheitliches Linux in Form einer gemeinsamen Linux-Distribution nimmt Gestalt an. Bereits im 3. Quartal des laufenden Jahres soll eine Beta-Version verfügbar sein. Im 4. Quartal 2002 wird dann ein endgültiges Release der gemeinsamen Linux-Distribution folgen. Das Projekt wird unter der Bezeichnung „United Linux“ geführt. Wie die vier Partner-Unternehmen erläutern, wird auf Basis einer globalen, einheitlichen Distribution sowohl die Linux-Entwicklung wie die Zertifizierung vereinfacht werden. Besonders im Unternehmensbereich soll damit die Akzeptanz des freien Betriebssystems gefördert werden. Hier hat bisher schon Red Hat mit seinem weltweiten Vertrieb und Service gute Geschäfte gemacht. Deshalb dürfte diesem US Linux-Distributor ein „United Linux“ nicht gerade am Herzen liegen. Wie die vier Gründungsmitglieder jedoch betonen, seien weitere Firmen eingeladen, sich zu beteiligen, insbesondere Red Hat und Mandrake. Positiv äußerten sich neben IBM inzwischen auch Hewlett-Packard, NEC, Fujitsu-Siemens, AMD, Intel, Borland und SAP zu der „United Linux“-Initiative. Anpassungen sind in mehreren Landessprachen geplant, so z. B. für Deutsch, Französisch, Spanisch, Portugiesisch, Italienisch,

Chinesisch und Japanisch. Die bisherigen vier Mitglieder der Initiative operieren in unterschiedlichen, weitgehend separaten Sprachräumen: Caldera ist besonders in den USA präsent, verfügt aber nach dem Kauf von SCO auch über einen weltweiten Vertrieb. Der brasilianische Distributor Conectiva besitzt mit seiner in Portugiesisch und Spanisch verfügbaren Linux-Version eine starke Position in Süd- und Mittelamerika. SuSE ist Marktführer in Europa, während sich TurboLinux auf den asiatisch-pazifischen Raum konzentriert.

Ist „Windows“ als Marke schutzfähig?

Über diese Frage wird unter anderem wahrscheinlich im Frühjahr des nächsten Jahres gerichtlich entschieden. Zweimal ist Microsoft bereits mit Klagen gegen die Verwendung des Begriffs „Lindows“ für eine Distribution des Betriebssystems Linux gescheitert. Im März lehnte ein Gericht in Seattle Microsofts Antrag auf Erlaß einer einstweiligen Verfügung ab, mit der den Entwicklern von LindowsOS die Verwendung dieser Produktbezeichnung und des Firmennamens Lindows.com untersagt werden sollte. Das Gericht folgte damals den Einwänden der Beklagten und entschied, daß Microsoft die markenrechtliche Bedenklichkeit von Lindows nicht ausreichend deutlich machen können. Im Verlauf des Verfahrens ergaben sich sogar Zweifel an der generellen Schutzfähigkeit der Marke „Windows“. Das Gericht sah es als erwiesen an, daß bereits vor der ersten Veröffentlichung der Marke „Windows“, unter der Microsoft seit 1985 Software vertreibt, das Wort „Window“ in Zusammenhang mit grafischen Benutzeroberflächen verwendet worden sei. Außerdem sei es fraglich, ob die „Windows“-Marke überhaupt rechtmäßig sei, da Wörter des allgemeinen Sprachgebrauchs in den USA, wie auch in Deutschland, nicht als Marke eingetragen werden können. In dem nachfolgenden Verfahren wegen einer Klage gegen den CEO von „lindows.com“, Michael Robertson, zitierte Bezirksrichter John Coughenour



verreibt die Linux-Distribution „Lindows“, die es erstmalig ermöglicht, Linux- und Windows-Applikationen unter einer einheitlichen Oberfläche zu nutzen. Der erste Preis in der Kategorie Software ging an Ray Ozzie, den Gründer von Groove Networks und Mit-Entwickler von Lotus Notes. Mit dem ersten Preis in der Kategorie Communication Technology wurde Linus Torvalds, der Erfinder von Linux, ausgezeichnet.

ausgerechnet Fundstellen aus einem von Microsoft herausgegebenen Computerlexikon, die nach Ansicht des Gerichts belegen, daß der Begriff „Windows“ bereits vor Einführung des gleichnamigen Betriebssystems 1983 verwendet wurde.

Wal-Mart setzt weiter auf Linux

Schon einmal hatte die US Supermarktkette Wal-Mart (Jahresumsatz 2001: 215 Milliarden Euro) mit preiswerten Non-Brand Computern Schlagzeilen gemacht, auf denen als Betriebssystem die Linux-Distribution Lindows vorinstalliert war. Nun sind in den US-Filialen von Wal-Mart auch PCs erhältlich, auf denen eine Linux-Distribution von Mandrake vorinstalliert ist. Insgesamt bietet Wal-Mart damit 18 unterschiedliche PC-Systeme mit Linux an: Neun Lindows-PCs zu Preisen zwischen 299,- bis 499,- \$ und neun Modelle mit Mandrake-Linux zu Preisen zwischen 391,- bis 648,- \$. Außer dem Betriebssystem, Internet-Browser und zahlreichen Hilfsprogrammen ist die neueste StarOffice 6.0 Suite von Sun im Lieferumfang enthalten. Unklar ist, ob diese Linux-Modelle zukünftig auch in Deutschland angeboten werden.

Lindows-Lizenzen zum Pauschalpreis

Mit einem im Vergleich zu Microsoft sehr günstigen Lizenz-Angebot eröffnet Lindows.com den Preiskampf mit Windows. Computerhersteller können für monatlich 500 US-Dollar eine OEM-Lizenz für Lindows erwerben, mit der sie das Betriebssystem auf beliebig vielen Computern installieren dürfen. Microsoft verlangt dagegen einen Stückpreis pro installiertem Windows-Betriebssystem. Wie lindows.com erklärt, zielt die offensive Preispolitik auf das Segment der No-Name-Computer, deren Anteil am weltweiten Computermarkt laut IDC 58 Prozent beträgt.

Opera erobert den Linux-Desktop

Wie der Software-Hersteller des alternativen Internet-Browsers mitteilt, wird Opera zusammen mit jedem Exemplar der neuen Mandrake Linux Distribution 8.2 ausgeliefert. Die Vereinbarung mit Mandrake begründet Operas zweite Kooperation mit einem wichtigen Linux

Distributor. Auch die aktuelle SuSE-Version 8.0 enthält als Internet-Browser Opera 6.02.



Linux-PDA Yopy lebt!

Nun gibt es ihn doch noch, den lang ersehnten, oft tot gesagten und ebenso oft wiederauferstandenen Linux PDA mit dem Namen „Yopy“. Nachdem sich Samsung als Mitentwickler und Initiator des Projekts von Yopy verabschiedet hatte, war es fraglich, ob die G.Mate Inc. den Yopy wirklich bis zur Serienreife und Markteinführung bringen würde. Auf der eigens für Yopy ins Internet gestellten Website www.yopy.at kann der Yopy nun zu einem Verkaufspreis von 599,- Euro sowohl von Endverbrauchern im Direktverkauf wie auch vom Handel zum Wiederverkauf bestellt werden. Der Yopy PDA wird zusammen mit der hauseigenen Linux Distribution „Linupy“ von G.Mate Inc. ausgeliefert. Ein StrongARM Prozessor, 64 MB RAM und 16 MB ROM stellen die erforderliche Rechenleistung bereit. Angekündigt ist ein Jacket für den Yopy, mit dem der Multimedia PDA als Mobiltelefon zu betreiben ist und über GPRS mobil die Verbindung zum Internet herstellen kann. Wann und über welchen Vertriebsweg der Yopy in Deutschland zu haben sein wird, war noch nicht bekannt. (Weitere Informationen: www.gmate.com)

Linux-Kernel 2.4.19 freigegeben

Von Marcelo Tosatti, der innerhalb des Linux-Projekts für die 2.4-Serie des Linux-Kernels verantwortlich ist, wurde die neue Version 2.4.19 freigegeben. Der neueste Kernel für das Open-Source-Betriebssystem enthält diverse Aktualisierungen, unter anderem bei der Unterstützung für 64-Bit-Prozessoren, der Intel IA64-Architektur und Verbesserungen bei der USB Unterstützung, für USB 2.0 sowie die Fähigkeit zum PCI-Hotplug. Vorrangig korrigiert der Kernel 2.4.19 Bugs der Vorgängerversionen und enthält Verbesserungen bei der Treiber-Unterstützung. Die komplette Liste der Veränderungen gegenüber dem Kernel 2.4.18 ist im Changelog festgehalten. evo

World Technology Award geht an „Lindows“

Zum dritten Mal wurden in diesem Jahr die „World Technology Awards“ durch das aus 450 namhaften Mitgliedern bestehende „World Technology Network“ vergeben. Microsoft hatte in der Kategorie Entertainment seinen Firmengründer Bill Gates nominiert. Der mußte sich jedoch bei der Preisverleihung ausgerechnet Michael Robertson, dem Gründer von Lindows.com, geschlagen geben. Robertsons Firma produziert und

Wir bieten

Foto-/Journalisten

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

Kostenlose Informationen:

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

www.fotolabor.de ● 0228-623177

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

Die Aufgabe: Diese Produkte im Handel zu platzieren 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 selbstständig 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



Unser Auftraggeber, ein internationaler Konzern mit Sitz der Europazentrale im Großraum Rhein/Ruhr, zählt weltweit zu den großen Unternehmen der Elektrotechnik und Elektronik. Im Bereich der digitalen und mobilen Bürokommunikation ist man führender Anbieter von innovativen Produkten und Lösungen. Gesucht wird zum schnellstmöglichen Termin ein Mitarbeiter (m/w) als

Product-Manager

Ihre Aufgaben

- Definition der strategischen Produktmarketingziele
- Planung, Umsetzung und Kontrolle aller Produktmarketing-Aktivitäten
- Verantwortung für die Einführung neuer Produkte und das Life-Cycle-Management; Preisfindung und Positionierung
- Deutschland-/europaweite Markt- und Wettbewerbsbeobachtung, Analyse der Produkt- und Kundenanforderungen
- Koordinierung der deutschen/europäischen Produktplanungs-Prozesse
- Festlegung der Produktionsstückzahlen aktueller und neuer Produkte in enger Zusammenarbeit mit den Bereichen Administration und Vertrieb
- Organisation von internen und internationalen Meetings, Messen, Veranstaltungen sowie aktive Teilnahme

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Hochschulstudium (BWL, Informatik oder technisch orientiert) mit Marketingenerfahrung
- Ca. 3 Jahre Berufserfahrung als Product Manager in den Bereichen B2B oder B2C, idealerweise in der PC/Bürokommunikationsbranche
- gute Hard-/Software-Kenntnisse im Bereich Network Computing
- Sehr gute Kenntnisse der englischen Sprache in Wort und Schrift
- Alter: bis ca. 40 Jahre

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

Kennziffer 208

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.

Unser Auftraggeber, ein international operierender Konzern mit der Deutschlandzentrale in einer attraktiven deutschen Großstadt, zählt zu den bedeutenden Anbietern von innovativen Produkten und Lösungen der digitalen Bürokommunikation. Zur Verstärkung des Bereichs Marketing wird zum nächstmöglichen Termin ein Mitarbeiter (m/w) gesucht als

Product-Manager Kopiersysteme

Ihre Aufgaben

- Planung, Umsetzung und Kontrolle aller Produktmarketing-Aktivitäten
- für die o.g. Produktlinie
- Verantwortung für die Einführung neuer Produkte und das Life-Cycle-Management; Preisfindung und Positionierung
- Entwickeln von Vertriebsstrategien in enger Zusammenarbeit mit der Vertriebsleitung
- Markt- und Wettbewerbsbeobachtung, Analyse der Produkt- und Kundenanforderungen
- Erstellen des Marketingplans unter Berücksichtigung der Gesamtmarketingstrategie
- Festlegung der Produktionsstückzahlen in Absprache mit dem Vertrieb
- Organisation von internen und internationalen Meetings, Messen, Veranstaltungen sowie aktive Teilnahme

Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Hochschulstudium (wirtschaftswissenschaftlich oder technisch orientiert) und Marketingenerfahrung
- Erfahrung im Bereich Kopier/Drucksysteme
- Sehr gute Kenntnisse von MS-Office
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Kundenorientiertes, selbständiges und ergebnisbezogenes Arbeiten

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

Kennziffer 210

**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



TD-C

Technical Documentation • Communication

Technische Informationen zielgerecht vermittelt!

Beratung, Konzeption, Layout und Druckservice:

- Betriebsanleitungen
- Multimediale Trainingsunterlagen
- Broschüren
- Technische Datenblätter
- Lehrtafeln
- Präsentationen
- Fachartikel

Ingenieurbüro S. Kautz
Technical Documentation & Communication
Lerchenweg 21
40789 Monheim

Fon: +49 (0) 178.47 28 585

Diplom Kauffrau (37 J.)

mit langjähriger B-2-B-Erfahrung in High-Tech-Unternehmen, z. Z. tätig als Manager Marketing und stellvertr. Leiter Marketing, sucht neue herausfordernde

Führungsaufgabe im Marketing

bevorzugt Raum Rhein/Main.

Profil: Erfahrungen im internationalen IT/TK-Markt, Know-how im strategischen und operativen Marketing, fit im Marketing-Mix, vertraut mit Produktmanagement und Projektsteuerung

Stärken: engagiert, belastbar, unternehmerisch denkend, durchsetzungsfähig, kundenorientiert, kommunikationsstark, konzeptionell und kreativ

Chiffre 4209938

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, Michael Nothnagel
Georg Reime, Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Ralf Gruna

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem
Köln-Mülheim

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

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

PoS-MAIL erscheint monatlich.
Der Abonnementspreis beträgt
60,- € jährlich
(Ausland: 80,- €).

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635



NO?SENSE

Cyber Attacks gegen Firmennetzwerke bald legal?

Wenn die Gesetzesvorlagen des einflussreichen US-Senators Hollings eine Mehrheit finden, wofür die Chancen gut stehen, dürfen Musik- und Filmkonzerne und Organisationen, wie die RIAA, völlig legal zerstörerische Hacker-Angriffe auf die Rechner von Anbietern und Nutzern illegaler Film- und Musikkopien durchführen. Dabei dürften „der Verlust von Daten und die Zerstörung von Hardware auf den angegriffenen Rechensystemen in Kauf genommen werden.“ Der in US Online-Magazinen als „Ernest Hollywood“ verspottete Senator Hollings hat eine ganze Reihe umstrittener Gesetzesvorschläge eingebracht, so den „Consumer Broadband and Digital Television Promotion Act“, der bei TV-Aufzeichnungen das Ausblenden von Werbeflächen unter Strafe stellt. Sollte die neueste Strategie, sich mit Cyber-Attacks gegen den illegalen Download von Videofilmen und Musiktiteln zu wehren, wirklich per Gesetz legalisiert werden, brechen im Internet gefährliche Zeiten an. Ziel der Angriffe können durch ein Versehen auch unschuldige Internetbenutzer werden, die kaum eine Chance hätten, sich zu wehren oder Schadenersatzansprüche gegen den „legalen“ Cyber-Angreifer durchzusetzen, da ihnen der Nachweis über die Identität des Angreifers in den seltensten Fällen möglich sein wird. Schadensansprüche bei ungerechtfertigten Cyber-Attacks sieht die Gesetzesvorlage ohnehin erst ab einer Schadenshöhe von 250 \$ vor. Opfer derartiger Angriffe könnten auch Firmennetzwerke werden, weil ein Angestellter sich von seinem Firmenrechner aus heimlich eine Filmkopie downlädt. Als einige Internet Provider vor einigen Tagen mal probeweise per IP-Verfolgung ermittelten, wer gerade Filme aus dem Internet zog, wurden 3 von 5 Downloads von Angehörigen der US-Streitkräfte getätigt, die zu diesem Zweck sogar ihre Firewalls deaktivieren mußten.



»Schade, dass immer die doofsten Typen die tollsten Fernseher haben.«

»Ich will endlich rummachen und nicht diesen Mädchenkram gucken.«

Gutes Design kann überzeugen.

Gerne auch in Ihrem Sortiment: Erleben Sie das Home Cinema Programm von LG aus einer individuellen Auswahl digitaler Komponenten. Zum Beispiel mit der neuen Generation digitaler Rückprojektionsgeräte.

www.lge.de



FLATRON™
Rückprojektions-TV PE-48A82
mit 121 cm Bilddiagonale



DVD-Receiver DA-3520
mit Dolby Digital und RDS
incl. Lautsprechersystem

LG Electronics ist einer der Weltmarktführer in der Unterhaltungselektronik – insbesondere in der Display-Technologie. Mit über 55.000 Mitarbeitern und 38 Forschungszentren rund um den Globus sorgen wir dafür, dass Sie die digitalen Innovationen der Zukunft bereits heute erleben.

Lassen Sie sich überzeugen.



Digitally yours