



Produktgestaltung: Phoenix Design.

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

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

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

## LOEWE.

## Olympia 2004:

### Noch Logenplätze für alle Wettbewerbe und Entscheidungen verfügbar!



Wenn am 13. August 2004 in Griechenland die 28. Olympischen Sommerspiele der Neuzeit beginnen, wird es zwei Arten von Zuschauern der Luxusklasse geben: Die einen werden versuchen, trotz dichtem Verkehr und strengen, zeitraubenden Sicherheitsmaßnahmen mit Taxis, öffentlichen Verkehrsmitteln oder Privatwagen noch rechtzeitig zu den Entscheidungen der Wettbewerbe auf ihren teuer bezahlten Logenplatz zu gelangen und sich in der Hitze Athens über jeden winzigen Schatten und nicht zu warme Getränke freuen. Die anderen werden, von einem

### Sharp: Große LCD-TVs aus Kameyama

Aus der zur Zeit modernsten LCD-TV-Fertigungsstätte der Welt in Kameyama kommt Sharps neues Aquos LCD-TV Basis-Line-up im echten 16:9-Format. Mit zwei neuen Design-Linien und zweimal jeweils drei Geräten mit Bildschirmdiagonalen von 65, 80 und 94 Zentimetern wird dem Kunden Entscheidungsspielraum gegeben. Mit der erhöhten Auflösung von 1.366 mal 768 Pixeln, dem Kontrastverhältnis von 800:1 und einer Leuchtdichte von 450 Candela pro Quadratmeter bietet Sharp mit der GA-

Serie, nach eigenen Worten, die modernste LCD-TV-Generation der Welt im Markt an. Durch Einsatz der Sharp Panel-Technologie „Advanced Super View“ können die Bildinhalte auch aus Blickwinkeln von bis zu 170 Grad horizontal wie vertikal betrachtet werden, und das durch den Einsatz von Black-TFT nahezu ohne störende Reflexionen. Schon fast traditionell bei Sharp LCD-TVs ist der digitale 1-Bit-Verstärker. Zweimal zehn Watt Ausgangsleistung und abnehmbare Lautsprecher erzeugen schon ohne ein nachgeschaltetes zusätzliches Home Cinema-System beeindruckenden Virtual Dolby Surround Sound. Die

Sessel in einem kühlen, leicht abgedunkelten Raum aus, jeden gewünschten Wettbewerb aus unmittelbarer Nähe, mit bester Sicht, Zoom und Wiederholung verfolgen oder sich in den Kampfpausen mit gut gekühlten Getränken und bevorzugten Speisen stärken oder unter der Dusche erfrischen. Die einen werden am Ende der Spiele berichten: „Ich bin während der Olympiade in Athen gewesen“, die anderen, vor den Großbild-TVs in ihrer wohnlichen Umgebung, werden sagen können: „Ich habe die Olympischen Sommerspiele 2004 gesehen“.

sechs neuen, in elegantem Silber gehaltenen Modelle sollen ab August/September 2004 verfügbar sein. Unter dem Slogan „Mehr als live dabei“ hat



Sharps neue 16:9-Format Aquos LCD-TVs in zwei Design-Linien und Bildschirmdiagonalen von 65, 80 und 94 cm. Erhöhte Auflösung: 1.366 x 768 Bildpunkte, Kontrast: 800:1, Leuchtdichte: 450 cd.

Sharp Anfang Mai in 800 Outlets bundesweit eine großangelegte, sieben Wochen andauernde Aktion am PoS gestartet.

Gegenstand und Thema der Aktion ist die Präsentation und der Verkauf von Sharp LCD-TV Geräten und Festplatten-Videorecordern, mit denen auch Großereignisse wie EM, WM und Olympia besser als live verfolgt und angeschaut werden können.

### JVC: Hochauflösende Plasma TVs

Mit den Modellen PD-42B50 und PD-35B50 bietet JVC zwei hochauflösende

### Philips TV-Geräte mit Pixel Plus 2

Bei sieben neuen TV-Modellen setzt Philips seine bereits in der vorangegangenen Version vielfach ausgezeichnete Bildverbesserungstechnologie Pixel Plus 2 ein ... S. 14



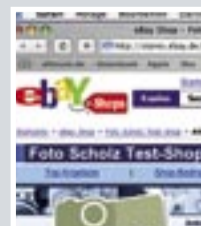
### Lösungen für Handyfotos

Die beiden Foto-Großlaborunternehmen Fujicolor und CeWe Color haben neue Lösungen vorgestellt, die den Umgang mit Handyfotos vereinfachen ... S. 38



### Zusatzfunktionen in den Ebay Shops

Um den Verkaufserfolg mit Ebay Shops zu erhöhen, bietet das Online Auktionshaus Händlern jetzt eine Reihe zusätzlicher Funktionalitäten an ... S. 33



## FISHER is back!

# Mehr Intelligenz, bitte!

Weil es leider mit der erhofften Konjunkturbelebung nichts geworden ist, geben die Verbraucher immer noch viel zu wenig Geld aus. Der Einzelhandel reagiert dabei – wie wir alle leidvoll wissen – mit Rabatten, um die Kunden ins Geschäft zu locken. Dagegen ist eigentlich nichts einzuwenden – solange das eigentliche Ziel des Handels erreicht wird: nämlich nicht nur etwas zu verkaufen, sondern etwas mit Gewinn zu verkaufen.



Daran, so hat die Unternehmensberatung A.T. Kearney soeben festgestellt, hapert es allerdings oft, und das wird bei der Erfolgskontrolle von Sonderangeboten häufig nicht einmal bemerkt. Denn der Umsatz mit dem billig beworbenen Produkt gibt nur bedingt Aufschluß: Selbst wenn die Sache auf den ersten Blick erfolgreich ist, weil mehr Kunden das Geschäft aufsuchen und das Sonderangebot mitnehmen, ist damit noch nicht gesagt, daß Geld verdient wurde. Denn oftmals tendieren die Margen bei Geizprodukten gegen Null.

Die Unternehmensberatung empfiehlt darum, den Erfolg von Sonderangeboten am Deckungsbeitrag des gesamten Warenkorbs pro Kunde zu messen. Mit Recht! Denn was hilft es, zwei Paletten DVD-Spieler zum Eierpreis zu verhöckern, wenn dabei kein Geld in der Kasse bleibt und die Kunden nichts anderes mitnehmen? Bei Digitalkameras gibt es leider inzwischen einen ähnlichen Trend.

Das schlägt nicht nur auf die Renditen des Handels, sondern auch auf die der Hersteller. Vor kurzem war in der Financial Times zu lesen, daß der weltweite Preisdruck die Gewinnmargen wichtiger Hersteller wie Nikon und Olympus so gebeutelt hat, daß trotz quantitativen Wachstums immer weniger Geld in der Kasse bleibt. Lediglich beim Marktführer Canon sieht das anders aus: Zum einen weil der Technologiekonzern die gesamte Wertschöpfungskette im Kamerabau im eigenen Hause hat und vor allem, weil sich Canon in der Sortimentspolitik auf höherpreisige Segmente konzentriert.

Auch beim High-Tech-Fachhandel ist Umdenken notwendig, obwohl das zugegebenermaßen leichter gesagt als getan ist. Der erste Schritt, da haben die Experten von A.T. Kearney sicher Recht, ist eine konsequente Erfolgskontrolle. Es bringt nämlich überhaupt nichts, dem bösen Mitbewerber gezeigt zu haben, was eine Harke ist, wenn das am Ende nicht nur das Preisgefüge weiter nach unten drückt, sondern zusätzlich auch noch bares Geld kostet.

Herzlichst!

Thomas Blömer  
Verleger

Franz Wagner  
Objektmanagement

JVC PD-42B50 und PD-35B50: Hochauflösende Plasma TVs mit integriertem Tuner. Bildschirm-diagonale: 42 Zoll (106 cm)/ 35 Zoll (91 cm).



Plasma TV-Geräte mit in das Display integrierten Tunern und den Bildschirmdiagonalen von 42 Zoll (106 cm) und 35 Zoll (91 cm) an. Zwei aufeinander abgestimmte neuartige JVC-Technologien sorgen für eine neue Dimension bei der Bildqualität: Digital Image Scaling Technology (D.I.S.T.) und Super DigiPure-Technologie. D.I.S.T. wandelt alle anliegenden Bildinformationen in progressive Signale um und interpoliert sie dann relativ zur Pixelanzahl des Displays. Dadurch werden die horizontalen Zeilen beseitigt, und die erhöhte Abtastfrequenz stellt gleichzeitig die optimale Bildstabilität her. Auf diese Weise erhält man ein hochauflösendes, naturgetreues Bild mit hoher Tiefenschärfe. Super DigiPure-Technologie sorgt mit einer neuentwickelten Bewegungserkennung für eine weitere Bildverbesserung. Dadurch sind vertikale, horizontale und diagonale Anpassungen von Konturen in bisher unbekannter Qualität möglich. Absolut scharfe Standbilder und klare Kontraste, auch bei dynamischen Bewegungen der Bildinhalte (z. B. bei Sportsendungen), sind das Resultat. Die W-VGA-Auflösung (853 x 480 Pixel) garantiert die korrekte Darstellung hochwertiger Computergrafiken und Bilder. Ein PC-Eingang ist verfügbar. Das Kontrastverhältnis beträgt hervorragende 3.000:1 (PD35B50 – 915:1) und die Helligkeit 1.000 cd<sup>2</sup> (PD-35B50 – 930 cd<sup>2</sup>). Mit einer Musikleistung von 36 Watt (PD35B50 – 20 W) ist der Audibereich großzügig ausgelegt. Die UVPs betragen: PD-42B50 € 5.999, PD35B50 € 4.999. Beide Geräte sind ab Juni 2004 lieferbar.

## Neue Home Theatre Systeme von Sony:

DAV-SB500W und DAV-SR4W

Sonys neueste Home Theater DAV Series arbeitet mit der S-DIAT Rear Wireless Technologie für problemlose und einfache Installation. Die neue SR- und SB-Serie innerhalb Sonys Digital Audio Video (DAV) Familie verfügt über eine Vielzahl von Ausstattungsmerkmalen, die perfekten Sound, komfortable Bedienbarkeit und flexible Installationsmöglichkeiten innerhalb einer gepflegten Wohnumgebung garantieren. Die einzigartigen S-DIAT

Wireless Rear Speakers erlauben dem Anwender, die Position der rückwärtigen Lautsprechersysteme frei im Raum zu wählen, ohne auf Kabelverbindungen zum Hauptgerät und den vorderen Lautsprechern Rücksicht nehmen zu müssen. Sonys bereits mit mehreren Awards ausgezeichnete S-Master Digital Amplifier und der neue Digital Direct Twin Drive Subwoofer sind für die exzellente Tonqualität verantwortlich. Einfache, klar gegliederte Set-up Menus und der Sony „TV Direct“-Button machen DAV zum perfekten Soundsystem für anspruchsvolle Audio und Video Programminhalte. Topmodelle sind der DAV-SR4W und der DAV-SB500W. Beide Home Theatre Systeme verfügen über vier Stand-Lautsprecher plus zwei drahtlose S-DIAT Rear Speaker und sind mit S-Master Digital Amplification, RDS Tuner und Super Audio CD (SA-CD) kompatibelem DVD-Player zum Abspielen der Formate DVD, SA-CD und CD ausgestattet. Die Inbetriebnahme und Bedienung der DAV-Systeme hat Sony so einfach wie nur möglich gestaltet: Auf einem neu entwickelten grafischen Display wird die Entfernung der einzelnen Lautsprecher zum Hauptgerät eingegeben und das Seitenformat des TV-Bildschirms, 16:9 oder 4:3, gewählt. Falls das DAV-System zusammen mit einem Sony-TV-Gerät betrieben wird, ist alles noch einfacher. Man braucht lediglich den neuen „Sony TV Direct Button“ zu betätigen, um die automatische Einstellung zu aktivieren und das System zu starten. Das DAV-SB500W soll ab August 2004 und das DAV-SR4W ab September verfügbar sein.

## Bereit für EM, WM und Olympia:

Thomson 50DLY 644

Die DLP-Technologie (Digital Light Processing) macht es möglich: TV-



Bildschirme mit einem exzellenten, klaren Bild, großflächigem Bildschirm, geringer Bautiefe und leichtem Gehäuse. Und das alles zu einem wesentlich geringeren Preis als vergleichbare Flachbildschirme, wie z.B. Plasma- oder LCD-TVs. Im Juni dieses Jahres, pünktlich zur Fußball-Europameisterschaft 2004, bringt Thomson einen solchen Ideal-TV in DLP-Technologie auf den Markt, den Rückprojektor Thomson Scenium 50 DLY 644 mit einer Bildschirmdiagonale von 127 cm und 16:9 Breitbild-Format. Im Vergleich zu anderen Bildtechnologien bietet DLP gleich mehrere Vorteile: Größere Bildhelligkeit, höherer Kontrast und stärker gesättigte, strahlendere Farbdarstellung. Der von Thomson entwickelte DLP-Rückprojektor 50DLY 644 hat eine Bildauflösung von 1.280 x 720 Pixeln, also eine höhere Auflösung als die PAL-Fernsehnorm, und ist deshalb auch für zukünftige höher aufgelöste Programminhalte gut gerüstet. Denn das Gerät kann auch Sendungen oder Programme wiedergeben, die mit einer höheren Auflösung ausgestrahlt werden. Zukunftssicherheit bringt auch die digitale DVI/HDTV-Schnittstelle, denn sie macht den Thomson Rückprojektor zu allen digitalen und analogen HDTV-Quellen voll kompatibel. So können z. B. DVD-Player mit DVI-Ausgang an den 50DLY 644 angeschlossen werden. Die digitale Übertragung der Daten von der DVD ist optimal und garantiert schärfste und detailgetreue Bilddarstellung. Rückprojektions-TVs mit einem DLP-System erreichen eine ca. 30% geringere Gerätetiefe als vergleichbare Röhren-Rückprojektions-TVs und sind leichter und kompakter als traditionelle Fernsehgeräte. In den kommenden zwölf Monaten wird Thomson eine Reihe von weiteren DLP-Geräten auf dem Markt einführen. Zwei Fernsehtuner ermöglichen PIP (Darstellung vom Bild im Bild), PAP (Bild und Bild) und PAT (Bild und Videotext). Der 50 DLY 644 verfügt über eine Musik-Ausgangsleistung von 40 Watt, Virtual Dolby und SRS TruSurround XT für realistische und qualitativ hochwertige Soundwiedergabe. Verschiedene Klangvoreinstellungen können ausgewählt werden. Individuelle Einstellungen ermöglicht der integrierte grafische Equalizer. Der DLP-Rückprojektor Thomson Scenium 50 DLY 644 hat eine Gerätetiefe von 42,1 cm und eine Höhe von 99,3 cm und ist ab Juni 2004 zum UVP von 3.999 Euro im Fachhandel erhältlich. Dieser TV-Logenplatz ist also schon zu einem Bruchteil der Kosten für einen persönlichen Besuch der bevorstehenden Großereignisse EM, Olympia und WM zu bekommen.

Sonys neue Home Theatre Systeme DAV-SB500W und DAV-SR4W: SACD-kompatibel und mit S-DIAT Rear Wireless Technologie für einfache Installation. (August/September 04)

## Plasma- und LCD-TV-Modelle „Viera“ von Panasonic

Die 2004er Plasma- und LCD-TV-Modelle bietet Panasonic unter der neuen Marke „Viera“ an. „Viera“ steht für „New Visual Era“. Neben dem Überbegriff „Viera“ ist den neuen Modellen gemeinsam: die Kombination aus einzigartigem superflachem Design, brillanter Bildqualität, zukunftssicheren SD- und PCMCIA-Kartensteckplätzen, einfachster Bedienung und einem Klangerlebnis der Extraklasse. Panasonic zählt sich selbst zu einem der führenden Hersteller im Flachbildschirm-Segment. Zum Beginn des zweiten Quartals 2004 sind drei Plasma-Modelle (37, 42 und 50 Zoll Bild-diagonale) und zwei LCD-Modelle (26 und 32 Zoll Bilddiagonale) in den Fachhandel gekommen. Mit der Viera-Linie will Panasonic Bild, Klang, Design, digitales Networking und Benutzerfreundlichkeit in einer gemeinsamen neuen Formgebung vereinen. Die überragende Bildqualität von Plasma- und LCD-Geräten wird durch die innovative Steuerelektronik und Bildver-



DLP Rückpro Thomson Scenium 50 DLY 644, Bildschirmdiagonale 127 cm, 16:9 Breitbild, 1.280 x 720 Bildpunkte, digitale DVI/HDTV-Schnittstelle

besserungs-Technologie „Acuity“ in perfekter Abstimmung mit der Panel-technologie „Real Mach“ gesteigert. „Acuity“ ist eine von Panasonic entwickelte, neue Signalverarbeitungstechnologie und sorgt für die absolut präzise Verarbeitung der Videosignale auf jeder Stufe des Bildwiedergabeprozesses vom Eingangssignal bis hin zur Bildschirmausgabe. Das Verfahren garantiert klare, lebendige Bilder und eliminiert oder minimiert mögliche Wiedergabefehler oder Signalausfälle. Auch das bei allen Viera-Modellen eingesetzte „Real Mach“ ist eine von Panasonic entwickelte Hochleistungstechnologie für den Bereich der Panel Steuerelektronik und die digitale Prozessor-Ebene und sorgt für sensationelle Bildqualität. Zusammen mit dem schwarzgetönten Frontglas ermöglicht „Real Mach“ den perfekten Kontrast von bis zu 4000:1, verhindert nahezu sämtliche Lichtreflexionen, erzielt eine nuancenreiche Darstellung von Grautönen in 1.024 Abstufungen, Helligkeitswerte von bis zu 850 cd/m<sup>2</sup> und natürlich leuchtende Farben. Zusätzlich analysiert das Bildverbesserungssystem „Mach Enhancer“ den Bildinhalt in Real Time und schärft verwaschene Konturen und Bilddetails. Mit den eingebauten SD- und PCMCIA-Einschüben sind die Viera-Modelle

auch für die Wiedergabe von digitalen Fotos oder Videoaufnahmen direkt von der Karte einsetzbar. Einfach eine SD- oder PCMCIA-Karte aus einer Digital-kamera oder einem digitalen Camcorder in den Einschub des Fernsehers stecken und die Dia- oder Video-Show starten. Die drei Plasma-Modelle TH-50PV30, TH-42PA30 und TH-37PA30 im 16:9-Format verfügen über Bildschirmdiagonalen von 127 cm (50 Zoll), 106 cm (42 Zoll) und 94 cm (37 Zoll). Mit der XGA-Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln ist der TH-50PV30 auch für hochauflösendes HDTV gerüstet. Die maximale Helligkeit von 700 cd/m<sup>2</sup> und der maximale Kontrast von 3.000:1 bringen leuchtende Farben und sattes Schwarz auf den Plasmabildschirm. Die UVPs für die Plasma-Panels liegen bei 8.699 Euro (TH-50PV30), 5.699 Euro (TH-42PA30) bzw. 4.699 Euro (TH-37PA30). Mit XGA-Auflösungen von 1.280 x 768 Pixeln sind auch beide Viera-LCDs HDTV-tauglich und gut für die Zukunft gerüstet. Die Viera-LCD-Fernseher sind zum UVP von 4.299 Euro (TX-32LX1F) und für 3.299 Euro (TX-26LX1F) erhältlich.

### Loewe Nemos 32 DR+: Im Zentrum des Geschehens

Rechtzeitig zur Fußball-EM in Portugal und den Olympischen Spielen präsentiert Loewe den Nemos 32 DR+ mit integriertem Festplattenrekorder für zeitversetztes Fernsehen und bis zu 100 Stunden Aufnahmekapazität. Der Nemos 32 DR+ überzeugt mit flimmerfreier 100 Hertz Real-Flat-Bildröhre, attraktivem Design, zukunftssicherer Technik, neuen Racklösungen und überzeugendem Preis-/Leistungsverhältnis. Auf Wunsch kann Nemos auch schon DVB-T empfangen, das digitale terrestrische Fernsehen, ohne zusätzliche externe Decoder-Box. Auch der Zugang zum TV-Programm Premiere und anderen verschlüsselten, über DVB-Sat zu empfangenden digitalen Programmen ist optional integrierbar. Mit der Time-Shift-Funktion läßt sich das aktuelle Spiel oder ein Spielfilm anhalten und zeitversetzt fortsetzen, ohne dabei eine Sekunde zu verpassen, da die Aufnahme parallel weiterläuft. Über die Loewe Systemfernbedienung RC2 läßt sich jedes EM-Spiel einfach mit dem elektronischen Programmführer EPG oder Teletext (exklusiv bei Loewe) mühelos programmieren. Eine Europa-Meisterschaft wird mit der Nemos 32 DR+ Home-Cinema-Konstellation zur film-

Panasonics neue „Viera“ Flach-TV Serie steht für „New Visual Era“. Schon verfügbar sind drei Plasma-Modelle (37, 42 und 50 Zoll Bilddiagonale) und zwei LCD-Modelle (26 und 32 Zoll Bilddiagonale)



Mit nur 5,5 cm Abstand zur Projektionsfläche projiziert der WT600 von NEC grobe, perfekte Bilder.

„Beam me to Olympia, Scotty!“ Mit dem DLP-Projektor WT600 haben die Entwicklungsingenieure von NEC ein neues, technisches Meisterstück vollbracht. Neben seinen hervorragenden Leistungswerten setzt sich der XGA Projektor NEC WT600 vor allem durch seinen unglaublich geringen erforderlichen Projektionsabstand zur Projektionsfläche von nur 5,5 cm vom gesamten übrigen Angebot ab. Die neue und revolutionäre Technologie ermöglicht schon bei einer Projektionsentfernung von 5,5 bis 65,0 Zentimetern die Projektion von perfekten Bildern mit Bilddiagonalen von 1,02 bis 2,54 Metern. Erreicht werden die unglaublich geringen Projektionsdistanzen durch den Einsatz eines asphärischen Spiegels, der das von einem DLP-Chip erzeugte Bild vergrößert auf die Projektionsfläche wirft. Die Krümmung des Spiegels berechneten die NEC-Entwickler so, daß die gewöhnlich bei kurzen Distanzen auftretenden Verzerrungen vollständig kompensiert und dadurch vermieden werden. Mit dem WT600 von NEC lassen sich nun auch in kleinen Räumen große und perfekte Bilder erzeugen. Das erschließt der digitalen Projektion eine Vielzahl neuartiger Anwendungsmöglichkeiten, so z. B. den Einsatz in kleinen Besprechungsräumen, in Wohnräumen, Schaufenstern und am Pol/PoS und macht den Einsatz eines Projektors generell einfacher und eleganter. Man braucht sich keine Gedanken mehr um den besten Aufstellungsort zu machen und nicht mehr ständig darauf zu achten, daß niemand der im Raum Anwesenden mit seinem Körper den Strahlengang des Projektionsbildes unterbricht oder stört. Mit einer von ScanVisionScreen in Zusammenarbeit mit SIE-media GmbH entwickelten, speziellen Rückprojektionsscheibe wird der WT600 sogar zum Super-Rückprojektions-TV. Der WT600 arbeitet mit modernem Double Data Rate DLP-System. Bei der Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten (XGA) und der Helligkeit von 1.200 ANSI Lumen wird das hohe Kontrastverhältnis von 2.500:1 erreicht. Die vertikale und horizontale Trapezkorrektur übernimmt das von NEC entwickelte Bildkorrekturverfahren „3D-Reform“. Die universelle Anschlußvielfalt und ein Digital-Input für DVI-Komponentensignal sowie die serienmäßige Ausstattung mit Ethernet-Schnittstelle oder Wireless LAN machen den NEC WT600 zum idealen Home Cinema Projektionssystem.

reifen Inszenierung. Für die realistische Soundkulisse sorgt der integrierte Subwoofer. Der Nemos 32 DR+ mit seinem serienmäßig integrierten Festplattenrekorder ist bereits verfügbar.

### JVC DLA-HD2K: Erster HDTV Home Cinema Projektor

Mit dem High-Definition D-ILA-Projektor DLA-HD2K stellt JVC erneut seine Spitzenstellung im Bereich hochqualitativer Projektoren unter Beweis und bietet Home Cinema-Enthusiasten ein völlig neues Erlebnis. Mit dem neuen Projektor ist nun erstmals ein HDTV-Gerät verfügbar, das durch seine atemberaubende Bildqualität und Auflösung beeindruckt und selbst anspruchsvollste Filmliebhaber zum Träumen bringt. Der mit drei 0,8"-Chips bestückte Heimkino-Projektor erreicht die volle HD-Auflösung von 2,1 Millionen Bildpunkten (1.920 x 1.080) und generiert Projektionsbilder mit bisher unerreichtem Detailreichtum. Die extrem hohe



Loewe Nemos 32 DR+: 100 Hertz Real-Flat-Bildröhre, integrierter Festplattenrekorder, 100 Stunden Aufnahmekapazität, optional mit DVB-T

Auflösung verstärkt noch den Effekt einer Bilddarstellung ohne jede Rasterstruktur, ähnlich einem Filmbild, wie es für Projektoren mit D-ILA Technologie typisch ist. Die für den Heimkino-Einsatz optimierte Helligkeit und das hohe Kontrastverhältnis von 2.200:1 garantieren höchste Bildqualität. Durch ein neuartiges optisches System konnten die Streulichtverluste weiter stark reduziert werden und ein neu entwickeltes Projektionsobjektiv bewirkt, daß das Kontrastverhalten von der Tele- bis zur Weitwinkelseinstellung unverändert bleibt. Das ergibt detailreiche Projektionsbilder mit brillanten, natürlichen

Farben und sattem Schwarz. Der in die digitale Prozessoreinheit integrierte Faroudja 1.080/60p Up Konverter kann alle Eingangssignale auf die Auflösung 1.080/60p konvertieren, ganz gleich,

ob analoge Signale oder digitale High-Definition-Bilder (1.080i) und Bilder in Standard-Auflösung (480i), wie sie DVD-Player liefern. Lieferbar zirka drittes Quartal 2004. *evo*

## POS-MAIL INHALT

Car+ Sound: Großes Consumer-Event in der audiomobilen Branche ... 8



Händler-Aktion: Fast TV-Server SE + NEC Plasma-Display ... 10

Plasmacluster-Technologie: Mehr Umsatz mit frischer Luft ... 12

Die neuesten Philips TV-Geräte mit Pixel Plus 2 ... 14

Ingram Micro Distribution: Engagierter Einstieg bei LCD-TVs ... 15

Samsung mit riesigen Plasma- und LCD-TVs ... 16

Interview mit Klaus-Dieter Dahl, General Manager Consumer Products der Toshiba Europe GmbH ... 18

Die „Blue ray Disk“ kommt ... 20

JVC präsentiert neuen Kombirecorder mit DVD und VHS ... 21

Panasonic DIGA: Vielseitiges DVD-Recording ... 22

R.I.C.-Kongreß in Leipzig: Positive Bilanz ... 24

Motorola wieder mit Rückenwind auf Erfolgskurs ... 26

Fujicolor und CeWe Color stellen Lösungen für den Umgang mit Handyfotos vor ... 28

Netzbetreiber starten ins UMTS-Zeitalter ... 30

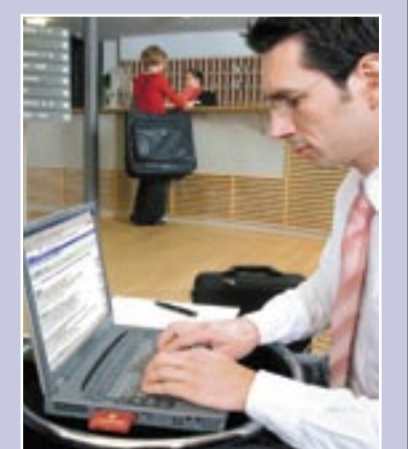
Im Telekom-Markt geht LGs Weg nach oben ... 31

Für den VATM bieten MMS großes Potential ... 32

Die Verkaufschancen bei Ebay steigen ... 33

Arcor bietet Händlern vielfältige Unterstützung ... 35

Corel Software zu Frühlingspreisen ... 37



WLAN: Infos und News ... 38

Neuheiten ... 4

Aktuell ... 18, 21

Tk-Nachrichten ... 6

Tk-Neuheiten ... 34, 36

Games ... 37

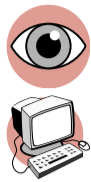
Kleinanzeigen ... 39

No(?)sense ... 39

Impressum ... 39

## POS Neuheiten

### All-in-One-Projektor von Kindermann



Mit dem KXD 1000 hat Kindermann einen Projektor vorgestellt, der mit einem DVD-Player, einem Multicard-Player und einem Funklautsprecher ausgestattet ist. Das Sechs-Segment RGB-Farbrad ohne Weiß-Segment zeigt den Angaben des Herstellers zufolge feinste Farbunterschiede und Bilddetails bei bester Farbtreue. Und je höher die Geschwindigkeit des Farbrads, desto ruhiger erscheint das Bild. Der Projektor verfügt über einen Kontrastwert von 2000:1. Der Helligkeitswert liegt bei 1.300 ANSI Lumen. Mit der Fernbedienung können wahlweise Projektor, DVD-Player und Media-Center gesteuert werden.

### 8fach DVD+R und 8fach DVD-R Rohlinge von Fuji Magnetics



Sein bereits verfügbares Angebot an 8fach DVD+R Medien komplettiert Fuji Magnetics mit DVD-R Rohlingen für 8fache Schreibgeschwindigkeit.

### Xacti VPC-J4 EX im neuen Look



Sanyo hat die Vier-Megapixel-Kamera Xacti VPC-J4 EX jetzt auch in einer schwarzen Variante vorgestellt. Technisch verfügt diese über dieselben Ausstattungsmerkmale wie ihr silbernes Schwestermodell. So ist sie bereits 0,8 Sekunden nach



dem Einschalten einsatzbereit, und von Bild zu Bild benötigt sie 1,5 Sekunden. Die J4 verfügt über eine VGA-Videofunktion, mit der der Anwender Videosequenzen in DVD-Qualität mit Ton aufnehmen kann. Weiterhin ist die Kamera mit einem 2,8-fachen optischen Zoomobjektiv, mehrsprachiger Menüführung sowie Einzel- und Serienbildfunktion ausgestattet. Weitere technische Details sind unter anderem ein Selbstauslöser in zwei Modi, automatischer oder manueller Weißabgleich und eine AV- und USB- 2.0-Schnittstelle. UVP: 399 Euro.

keit. Die neuen Medien mit der Bezeichnung „Fujifilm DVD-R 4,7 GB 8x“ sind im Jewel-Case ab sofort erhältlich. Die 8fach Rohlinge sind speziell für die schnelle Schreibgeschwindigkeit konstruiert. Bei 8fachem Schreibtempo kann eine komplette DVD-R in acht Minuten beschrieben werden. Bei diesen hohen Aufzeichnungs-Geschwindigkeiten kommt der Qualität der Medien eine entscheidende Rolle zu. Fuji Magnetics legt bei der Entwicklung von DVD-Rohlingen besonders hohen Wert auf die Güte der Aufzeichnungsschicht (Dye) und die Qualität und Langlebigkeit der DVDs.

### USB-Flashspeicher mit 1,5 Gigabyte Kapazität



Der taiwanesischer Hersteller Leadtek Research hat mit seinem Produkt „My DigiBank“ einen USB-Flash-Speicher mit einer Speicherkapazität von 1,5 Gigabyte vorgestellt. Nach Angaben von Leadtek lassen sich auf dem mit USB-Schnittstelle ausgerüsteten Speicherbaustein Fotos, Musik und andere auf PCs befindliche Daten sicher und dauerhaft archivieren. Der Flash-Speicherbaustein wird zusammen mit einem umfangreichen Software-Bundle angeboten, das neben einem Organizer-Tool mit Kalender, E-Mail-Funktion und Adreßbuch auch eine Anwendung zur Synchronisation mit dem PC enthält. Mit „My DigiBank“ archivierte E-Mails und Kontakte lassen sich in Standard-E-Mail-Programme übertragen. DigiBank ist mit mehreren Sicherheits-Tools ausgestattet und ermöglicht das Verschlüsseln der Inhalte mit Paßwort-Sicherung. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 139 Euro.

### Belkin räumt den Schreibtisch auf



Belkin, der führende Hersteller von Connectivity- und Peripheriegeräten, erweitert seine Serie der 2-fach-Keyboard-Video-Mouse (KVM)-Switches mit integrierter Kabelgarnitur durch zwei Geräte mit Audio-Schnittstellen für die Verbindung mit Mikrofonen und Lautsprechern und einem KVM-Switch mit USB-Schnittstelle für USB-fähige Eingabegeräte. Die beiden KVM OmniCubes für PS/2- oder USB-Tastaturen und Mäuse mit Audioschnittstelle können ab sofort zu einem unverbindlichen Verkaufspreis von 59 Euro verkauft werden. Den einfachen OmniCube für USB-Tastaturen und Mäuse gibt es bereits zum UVP von 49 Euro. Die Masterswitch-Serie von Belkin ist eine preisgünstige Lösung zur Steuerung von zwei

### Mit Displays der S-Serie wendet sich Sony an den geschäftlichen Bereich



Mit den neuen, hochauflösenden TFT/LC-Displays der S-Serie wendet sich Sony sich vorrangig an den geschäftlichen Bereich. Die mit digitalen und analogen Signaleingängen ausgestatteten Bildschirme bieten die Möglichkeit der ausschließlich digitalen Signalverarbeitung und damit eine

wichtige Voraussetzung für hohe Bildqualität. Den professionellen Anwendern sollen die präzise Bildqualität und die universelle Ausstattung der Displays begeistern, die vielseitige Anwendungsmöglichkeiten erschließen. Der SDM-S74 verfügt über eine sichtbare Bilddiagonale von 17 Zoll, der SDM-S94 über 19 Zoll. Die optimale Auflösung für beide Modelle



beträgt 1280 x 1024 Bildpunkte (SXGA/1,3 Megapixel). Hohe Helligkeits- und Kontrastwerte, verbunden mit augenfreundlicher Entspiegelung, sollen bei unterschiedlichen Arbeitsumgebungen für gleichbleibend hohe Bildqualität sorgen. Der Sony ECO-Mode bietet dem Anwender durch einen einfachen Tastendruck die schnelle Einstellung der optimalen Helligkeit für alle Anwendungen oder Lichtverhältnisse. Mit einer Vielzahl von Einstellungsmöglichkeiten zur Farbsteuerung können Anwender auf einfache Weise das Farbprofil der

Displays an ihre persönlichen Anforderungen oder die jeweilig genutzte Anwendung anpassen. Der Betrachtungswinkel beträgt beim SDM-S74 vertikal und horizontal 160 Grad und 170 Grad beim S94. Ein schnell reagierender Grafikprozessor (200 MHz) sorgt für gleichbleibende Bild- und Videoqualität. Mit kurzen Gesamtreaktionszeiten von 16 ms beim SDM-S74 und 25 ms beim S94 sind die Displays auch optimal für die Betrachtung schnell bewegter Bildinhalte wie Video-Anwendungen und PC-Actionspiele geeignet. Die extrem schmalen Gehäuserahmen erleichtern die Errichtung von Display-Arrays aus mehreren Monitoren.

Beide Monitore sind mit einem doppelten PC-Signaleingang (DVI-D und HD15) ausgestattet und entsprechen dem international verbindlichen Standard TCO'03 (TCO'99 bei den Modellausführungen in Schwarz). Verfügbar sind die Displays der S-Reihe in den Gehäusefarben Silber (S) und Schwarz (B). Sony übernimmt für diese Displays drei Jahre Gewährleistung. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten: SDM-S74S: 549 Euro, SDM-S74B: 569 Euro, SDM-S94S: 779 Euro, SDM-S94B: 799 Euro.

stattet, das heißt das Gehäuse ist wabenförmig aufgebaut und dämpft die vom Laufwerkmechanismus erzeugten Vibrationen. Durch die variable Performancesteuerung und die lüfterlose Konstruktion konnten die Betriebsgeräusche des DVR-A07XL im Vergleich zu den Vorgängermodellen um 75 Prozent gesenkt werden.

PS/2 Rechnern von einem Arbeitsplatz aus. Mit der jetzt möglichen Erweiterung um Audio-Steckplätze schaffen Nutzer nicht nur Platz auf dem Schreibtisch, sondern sparen auch die Kosten für weitere Tastaturen, Monitore, Mäuse oder Audio-Equipment. Der KVM-Umschalter verbindet die Eingabegeräte mit den Rechnern und stellt einen reibungslosen Systemstart und eine einfache Bedienung von einem zentralen Arbeitsplatz aus sicher. Alle Geräte unterstützen Monitor-Auflösungen bis zu 2.048 x 1.536 Pixeln mit einer Taktfrequenz von 65 Hertz. Wie bei allen KVM-Geräten gewährt Belkin eine Garantie von drei Jahren, einschließlich kostenlosem technischen Support.

### Neue Photo Accu Packs von Varta



Varta hat seine Energiepalette um drei neue gerätespezifische Akkus für Digitalkameras ergänzt. Ab sofort sind die Lithium-Ionen Akkus P 47, P 48 und P 50, als Zweitakku oder als Ersatz für das Original, erhältlich. 1.100 mAh und 3,6 Volt stecken im P 47, der Digitalkameras von Olympus und Sanyo mit Strom versorgt. Der P 48 Akku ist auf Digitalkameras von Sony spezialisiert. Die Modelle werden mit 630 mAh und 3,6 Volt bei voller Kraft gehalten. Der Photo Accu Pack P 50 liefert Digitalkameras wie z. B. der Konica Digital Revio-Serie sowie der Minolta Dimage G500, 800 mAh bei 3,6 Volt. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 47,99 Euro (P 47) bzw. 49,99 Euro (P 48 und P 50).

### DVD-Komplettsystem von Panasonic



Mit dem SC-FT520 präsentiert Panasonic ein Heimkino-System, das aus einem ultraflachen DVD-Receiver, fünf kompakten Satellitenlautsprechern und einem aktiven Subwoofer besteht. Dolby Digital, DTS- und Dolby ProLogic II-Decoder versetzen Heimkinofans akustisch mitten hinein ins Geschehen. Selbst Stereosignale wertet das System dank Super Surround Sound, einer Panasonic Eigenentwicklung, auf. Sieben Raumklangeffekte liefern den akustischen Feinschliff. Multi Remaster erhöht den Frequenz- und Dynamikbereich aller Kanäle und sorgt so für eine noch detailreichere Klangaufklärung. Mit seinem Vierfach-Oversampling liefert er gestochen scharfe Konturen, exakte Detaildarstellungen und eine verbesserte horizontale Auflösung des Bildes.

### Pioneer präsentiert den ersten 8x-DVD-Brenner für DVD-R/+R Medien



Pioneer bringt mit dem DVR-A07XL den, nach eigenen Angaben, schnellsten Multiformat DVD-Brenner auf den Markt. Er beschreibt DVD-R und +R-Medien mit achtfacher Geschwindigkeit und DVD-RW sowie +RW Medien mit vierfacher Geschwindigkeit. Dank der Precision Recording Technology hat Pioneer die Schreibqualität für Multimedia- und Archivierungsanwendungen noch weiter verbessert. Der Brenner ist mit „QuietDrive“ ausge-

### Bose präsentiert neue Lautsprecher



Zum Auftakt des neuen Geschäftsjahres präsentiert Bose gleich zwei neue Lautsprecher-Systeme. Die Acoustimas Home Cinema Speakers passen sich mit ihrem silbernen Design unauffällig der Wohnraum-Umgebung an.



Pünktlich zur Gartensaison bringt Bose außerdem den großen HiFi-Klang in den Außenbereich. Die neuen 151 SE Environmental Speaker sind widerstandsfähig gegen jegliche Witterungseinflüsse. Aber auch im Wohnraum überzeugen sie durch einen exzellenten HiFi-Stereo-Klang. Die neuen Bose 151 SE Environmental Speaker sind in den Farben Schwarz und Weiß lieferbar.



## Sehen Sie Ihr Zuhause, wie Sie es noch nie gesehen haben.

Das neue Gigaset SL740. Das erste Festnetz-Telefon mit integrierter Digitalkamera.

### Gehen Sie auf Motivsuche und gewinnen Sie 1 Smart Cabrio!

Senden Sie uns das beste Bild von Ihrem Zuhause und gewinnen Sie 1 Smart Cabrio sowie weitere tolle Preise. Alle Infos unter [www.siemens-mobile.de/gigaset-sl740](http://www.siemens-mobile.de/gigaset-sl740)

KOMMUNIKATION FÜR ZU HAUSE

# Gigaset

## Sehen Sie Ihren Umsatz, wie Sie ihn noch nie gesehen haben. Mit dem ersten Festnetz-Telefon mit Digitalkamera, MMS und Picture CLIP.

• Gigaset SL740 und Gigaset SL740 ISDN ab sofort lieferbar. • Groß angelegte Werbekampagne zur Unterstützung Ihres Umsatzes in den Magazinen Focus, Spiegel, Stern, TV Movie, TV Spielfilm, Computer Bild und BamS sowie als Riesenposter in sieben Großstädten und Online auf den großen Portalen. • Wer zuerst ordert, verkauft zuerst. • Kampagnen-Start Ende Mai.

## PoS Aktuell

### Bei Tiscali gibt es einen WLAN-Router derzeit für 9,90 Euro

Tiscali bietet DSL-Einsteigern ab sofort den WLAN-Router DI-514 von D-Link für 9,90 Euro an. Das Angebot gilt bis 31. Mai bei der Wahl eines Tiscali DSL-Tarifs inklusive Bestellung eines T-DSL-Anschlusses. In Verbindung mit einem DSL-Tarif, wie unter anderem Tiscali DSL Start 1000 für 2,79 Euro monatlich oder der DSL Flat Standard für 18,90 Euro monatlich, ermöglicht der Router kabelloses Surfen.

### Dieter Hähle wird neuer Vertriebschef Mass Market bei E-Plus

Dieter Hähle ist neuer Executive Director Mass Market Sales beim Düsseldorfer Mobilfunkanbieter E-Plus. In seiner neuen Position ist er für den Vertrieb im Bereich Massenmarkt sowie für die Service Provider verantwortlich. Im Mittelpunkt seiner Arbeit steht die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung der Vertriebsaktivitäten von E-Plus. Der

### debitel stellt Monat für Monat ein neues Handy in den Fokus der Werbeaktivitäten

Die debitel AG startet mit einem neuen Konzept, das unter dem Motto „Top-Handy des Monats“ steht. Jeden Monat wird ein preislich besonders attraktives Handy in den Werbefokus gestellt. Zum Einstieg in die Aktion gibt es im Mai das Sony Ericsson T610 bei Abschluß eines Neuvertrages ab einem Euro. Die Aktion soll kontinuierlich fortgesetzt werden, das Hardware-Angebot monatlich wechseln. Neben attraktiver Marken-Hardware zu einem Top-Preis erhält der Kunde das debitel Start-Geschenk: Zur Auswahl stehen aktuell dreimal Monatsgrundpreisbefreiung, 25 Euro Guthaben für den debitel-Dienst „Meine Bilder“ oder zwölf Monate lang je zehn freie MMS. Die werbliche Unterstützung erfolgt über TV-Spots und Printanzeigen. Neu in das Tarif-Portfolio der Kampagne integriert ist der Vario-Tarif, der es durch sein flexibles Inklusivbudget bezüglich SMS, MMS, Freiminuten oder Datenvolumen dem Kunden ermöglicht, sich bei der Tarifauswahl noch deutlicher an seinen individuellen Bedürfnissen zu orientieren.

49-jährige verfügt über langjährige Vertriebserfahrungen in der Tk-Branche und war dort unter anderem als CEO bei D-Plus sowie Senior Vice President Consumer Market bei Viag-Interkom tätig.

### Telefonieren mit einigen T-Com Business Tarifen wird preiswerter

Die Kommunikation mit Geschäftspartnern und Kunden wird für T-Com Geschäftskunden günstiger: Für die BusinessCall-Varianten 501, 551 und 701 gilt ab sofort die sekundengenaue Abrechnung bereits ab Gesprächsbeginn. Vor allem Kurzgespräche wie zum Beispiel Terminbestätigungen und der Faxversand werden damit deutlich günstiger. Die Umstellung erfolgt automatisch für alle Bestands- und Neukunden – ohne Aufpreis und bei unveränderten Verbindungs- und Anschlußpreisen. Gültig ist die neue Taktung für alle Verbindungen ins nationale Festnetz und alle Auslandsverbindungen. Ausgenommen sind Verbindungen in nationale Mobilfunknetze und Anrufe der T-Com Ansagedienste Lotto und Zeit. Mit den BusinessCall Angeboten bietet T-Com Geschäftskunden günstige und auf die Unternehmensgröße zugeschnittene Konditionen für die Festnetzkommunikation. So erhalten Kunden, die mehrere Anschlüsse an einem Standort betreiben, mit BusinessCall 501 auf fast alle Verbindungsumsätze bis zu sieben Prozent Volumennachlaß, im zweiten und dritten Vertragsjahr bis zu neun Prozent. Volumennachlässe von bis zu vierzehn Prozent bietet BusinessCall 701 für Unternehmen mit mehreren Standorten und Filialen. BusinessCall 551 ist das Rahmenvertragsangebot für Genossenschaften oder Verbände. Hinzu kommen in allen BusinessCall-Varianten eine umfassende Servicegarantie, detaillierte Gesprächskostenübersichten und die Möglichkeit, Servicrufnummern in den Volumennachlaß zu integrieren.

### Herweck versendet den Newsletter ab sofort in drei Sparten an Händler

In drei Sparten versendet die Herweck AG ab sofort die neuen Herweck-Newsletter. Die Kunden des Unternehmens haben die Möglichkeit, sich auf der Herweck-Website mit Hilfe einer komfortablen Newsletterverwaltung für die einzelnen Newsletter anzumelden. Diese Newsletterverwaltung ist auf der Herweck-Website im Händlerbereich hinterlegt. Die einmal wöchentlich erscheinenden Newsletter beschäftigen sich mit den

Topangeboten und -themen der Branche in den Bereichen „Mobilfunk – Produkte und Dienste“, „Festnetz – Produkte und Dienste“ und „IT und Multimedia“. Ergänzt wird das News-Angebot durch die Herweck Flash News: Kurzfristige Angebote gibt das Haus Herweck so unabhängig von der Thematik an seine Fachhändler weiter.

### debitel Neukunden bekommen auch ein Mondgrundstück

„The Day After Tomorrow“, das jüngste Werk des deutschen Hollywood-Regisseurs Roland Emmerich, startet am 28. Mai. Der Film beschäftigt sich mit den eventuellen Katastrophen der globalen Klimaverschiebung. Emmerichs Message: Die nächste Eiszeit kommt bestimmt. Wohl dem, der dann ein Handy hat – meint die debitel AG, in deren Centern seit Anfang Mai eine „Tomorrow“-PoS-Aktion läuft. Im Angebot ist das Siemens ST60, ausgestattet mit dem Portal t-zones und in Verbindung mit dem Vario-Tarif (19 Euro). Obendrein bekommt der Neukunde bei Vertragsabschluß ein Zertifikat von der European Space Embassy, das ihn als Besitzer eines „Mondgrundstückes“ ausweist. Beim Aktions-Gewinnspiel heißt es diesmal „Finde Sam“. Sam ist einer der Protagonisten in „The Day After Tomorrow“, und es lohnt sich, in den debitel Centern nach einem Bild von ihm Ausschau zu halten. Denn wer das Foto findet und ein entsprechendes Kreuzchen auf einer Gewinnspielkarte (liegen in den Centern aus) macht, kann unter anderem eine einwöchige Reise nach Kanada, je drei original Canada-Goose-Jacken, wie sie auch „Tomorrow“-Hauptdarsteller Dennis Quaid im Film trägt, oder zehn Casio G-Shocks gewinnen. Neben der Werbeunterstützung durch Poster, Flyer und Gewinnspiel soll auch ein Kinotrailer der Aktion einen hohen Aufmerksamkeitsgrad garantieren: Seit dem 7. Mai ist der Trailer, in den eine debitel-Center-Sequenz eingebunden ist, in allen CineMaxx-Kinos zu sehen.

### Tiscali führt neuen Tarif für anonymes Internetsurfen ein

Tiscali bietet ab sofort den neuen Call-by-Call Tarif Anonym Plus an. Das Angebot ermöglicht Surfen für 0,88 Cent pro Minute ohne Anmeldung. Tiscali Anonym Plus ist ein weiterer Call-by-Call Tarif für Kunden, die ohne Preisgabe persönlicher Daten schnell und günstig ins Internet wollen. Über den mit nur 74 KB sehr leichten und einfach zu bedienenden Fair Dialer

gelangen Internetnutzer mit zwei Klicks ins Netz und surfen dann für 0,88 Cent pro Minute bei 8,8 Cent Einwahlgebühr. Der Dialer zeigt bei jeder Einwahl die Tarifdaten an, so daß der Kunde stets die Kostenkontrolle behält. Alternativ kann die Verbindung auch über eine manuelle Konfiguration mit der Ein-

wahlnummer 0191771 und dem Benutzernamen/Kennwort Tiscali hergestellt werden. Die Abrechnung erfolgt über die Telefonrechnung. Der bereits bestehende Call-by-Call Tarif Tiscali Anonym für 0,99 Cent pro Minute und sechs Cent Einwahlgebühr wird weiterhin angeboten.

### T-Mobile bietet zur Fußball-Europameisterschaft spezielle Abo-Dienste und Handypakete an

T-Mobile bringt die Top-Ereignisse der Fußball-Europameisterschaft 2004 auf das Handy. Als einer der Hauptsponsoren des Turniers besitzt T-Mobile die exklusiven Rechte an mobilen Inhalten auf Basis des offiziellen UEFA Fernsehsignals. „Fußball ist für den überwiegenden Teil unserer Kunden Thema Nummer eins“, so Martin Knauer, Geschäftsführer Marketing bei T-Mobile Deutschland. „Deshalb stellen wir ein breites Angebot an mobilen Services zu diesem Thema bereit. Fast die Hälfte aller MMS News, die über t-zones oder das Internet abgefragt werden, enthalten Infos zum Thema Fußball.“

Besonderes Highlight im T-Mobile Dienstportfolio zur Euro 2004 sind Abonnement-Angebote auf Basis von Video MMS. T-Mobile Kunden mit videofähigen Handys erhalten dabei zeitnah entscheidende Spielszenen wie Tore oder rote Karten als farbige Videosequenzen aufs Handy. Ergänzend gibt es alle wichtigen Informationen auch als Picture MMS. Eines der Programme ist zum Beispiel der „Euro 2004 Tor-Ticker“, bei dem immer das folgende Spiel der deutschen Nationalmannschaft bestellt werden kann. Abonnenten erhalten pro Spiel eine SMS zum Spielbeginn mit kurzen Informationen zu den Mannschaften. Während des Spiels kommen – je nach Abo und Handy – jedes Tor, Elfmeter und rote Karte als Video MMS oder Picture MMS mit einem zehn Sekunden-Video oder einer Bildabfolge von der entscheidenden Szene. Zusätzlich werden Spielstand und Hintergrund-Informationen wie beispielsweise der Torhüter mitgeliefert. In der Pause und nach Spielende informiert jeweils eine Kurzmitteilung (SMS) über den Halbzeit- beziehungsweise den Endstand. Kommt es zum Elfmeterschießen, gibt es zusätzlich den entscheidenden Strafstoß als Video MMS oder Picture MMS. Nach dem Abpfiff erhält der Kunde dann noch einmal eine Zusammenfassung des Spiels. Ab dem Viertelfinale steht dieser Service für das jeweils folgende Spiel des Turniers zur Verfügung. Neben der Möglichkeit, jeweils das nächste Spiel der deutschen Elf oder das nächste Spiel der UEFA Euro 2004 zu bestellen, können T-Mobile Kunden vom Eröffnungsspiel bis zum Finale jedes einzelne Spiel des Turniers

bereits vorab abonnieren. Alle Bestellcodes für die jeweiligen Spiele finden Interessenten in einer Euro 2004 Broschüre, die der Handel am Point of Sale auslegen kann, oder online unter [www.t-mobile.de/euro2004](http://www.t-mobile.de/euro2004).

Ebenfalls per Video MMS oder Picture MMS informiert das Programmpaket „TEAM Tor-Ticker“ über die Spiele zehn ausgewählter Nationalteams, darunter zum Beispiel die des amtierenden Europameisters Frankreich. Eine Übersicht über die verfügbaren Dienste zur Europameisterschaft und die Bestellcodes finden sich ebenfalls im Internet unter [www.t-mobile.de/euro2004](http://www.t-mobile.de/euro2004). Der „TEAM Tor-Ticker“ kostet als Picture MMS-Programm für die gesamte Europameisterschaft 4,49 Euro, ein Video MMS-Programm ist für 9,95 Euro zu haben. Für den „Euro 2004 Tor-Ticker“ werden pro Spiel der Europameisterschaft als Picture MMS-Programm 1,29 Euro, als Video MMS-Programm 2,49 Euro berechnet.

Neben diesen exklusiv für T-Mobile Kunden zur Verfügung stehenden Diensten liefert T-Mobile auch MMS News und SMS News mit Inhalten rund um das Sportereignis in Portugal. Die Services informieren per MMS oder SMS zum Beispiel über die Ergebnisse bestimmter Spiele oder bieten Neuigkeiten zum Turnier. In t-zones stellt ein „EURO 2004 Special“ Wissenswertes um Kicker und Tore bereit, aber auch Klingeltöne, Sound-Logos, Wallpaper, Logos und Screen Styles zum Herunterladen auf das eigene Handy.

Spezielle Pakete aus Multimedia-Handys und News-Diensten runden das Angebot zur Euro 2004 ab. Zur Verfügung stehen das UMTS-Handy Nokia 7600 für 279,95 Euro, das Nokia 6600 für 149,95 Euro, das Sharp TM100 für 99,95 Euro, das Sony Ericsson T630 für 19,95 Euro und das Nokia 3660 für 9,95 Euro. Die Pakete sind nur in Verbindung mit dem Abschluß eines T-Mobile Laufzeitvertrages und solange der Vorrat reicht erhältlich. Als Prepaid-Angebot bietet T-Mobile das XtraPac LG C1200 für 129,95 Euro an. Kostenlos in allen Paketen enthalten ist der Euro 2004 MMS-Infodienst: Dabei kommt nach jedem Spiel des deutschen Teams automatisch eine Zusammenfassung als Picture MMS direkt aufs Handy.



## DAS NEUE T630

MIT BRILLANTEM FARBDISPLAY UND *QuickShare*™

- *QuickShare* – the easiest way to share pictures
- Brillantes, hochauflösendes TFT-Farbdisplay
- 65.536 Farben
- Eingebaute Kamera



- Extra Kameraauslöser
- Bluetooth™ Technik
- In den Farben Liquid Black oder Frosty Silver
- Mit vorinstalliertem Game-Klassiker V-Rally 2



Sony Ericsson

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

# Car+Sound: Großes Consumer- Event in der audio- mobilen Branche



Hubert Morzinek, Vertriebsdirektor von UltraMedia, zeigt ein Autoradio mit USB-Schnittstelle für MP3-Player.

Rund 180 Aussteller aus 17 Ländern waren vom 23. bis 25. April 2004 auf der 11. Car+Sound vertreten. Die Messe für die audiomobile Branche fand wie jedes Jahr in Sinsheim statt. Im Mittelpunkt standen Neuheiten aus den Bereichen Car Audio, Mobile Media, Navigation und Telematik.

Messtags statt. Über 3.600 Fachhändler und Einkäufer sowie Vertreter aus der Automobilindustrie waren vertreten. Insgesamt blieb sich die Zahl auf 18,5 Prozent mehr Fachbesucher im Vergleich zum Vorjahr.

Am Samstag und Sonntag war die Messe dann auch dem allgemeinen Publikum zugänglich. Präsentiert wurden unter anderem sogenannte „Kick offs“, bei denen inter-



Jörg Rahms, National Sales Manager, und Uwe Keuchel, Senior Manager Marketing (links), auf dem stark vergrößerten Stand von Alpine.

Nach Aussagen der Veranstalter hat die Car+Sound erneut an Bedeutung gewonnen. 30.000 Besucher haben in den drei Tagen den Weg nach Sinsheim gefunden und somit 4,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Aussteller zeigten sich mit der Messebeteiligung sehr zufrieden. Zahlreiche Anbieter tendieren mittlerweile dazu, der Car+Sound eine Vorrangstellung innerhalb der Marketingaktivitäten für das Produktsegment Car Audio bzw. Car-Infotainment anzubieten, heißt es außerdem im Abschlußbericht der Messe. Viele Unternehmen haben in diesem Jahr ganz neu entwickelte Produktlinien präsentiert. Car-HiFi-Produkte erreichen nun in einem verbesserten Preis-/Leistungsverhältnis immer höhere Qualitätsmaßstäbe.

Der neueste Trend auf der Car+Sound ging zu In-Car-Video Produkten, die bei immer mehr Anwendern auf Interesse stoßen. Nachdem im vergangenen Jahr wenige Aussteller die neuesten Produkte vorgestellt haben, war in diesem Jahr einiges an Innovationen zu sehen.

Viele Aussteller haben außerdem ihre Standfläche deutlich vergrößert. So wurden in diesem Jahr rund 23 Prozent mehr der Fläche genutzt. Die Messehalle 6 war komplett belegt und bot den pas-



Roland Herberts, General Sales Manager der Delphi Grundig Gruppe, beim ersten Auftritt des neugegründeten Unternehmens, das in den nächsten Monaten noch mit diversen neuen Produkten auf den Markt kommen wird.

senden Rahmen für Standpräsentationen der Aussteller.

Der Fachbesuchertag der Car+Sound fand direkt am ersten

nationale Klangkünstler mit einem Sound Quality Wettbewerb in die Saison starteten. Federführend war hier die EMMA (European Mobile



Stefan Schiller, Marketing Manager Pioneer, zeigt mit seiner Vertriebsmannschaft den neuen X1 und die fantastischen Möglichkeiten im Bereich Bild und Ton für den Car Entertainment-Markt.

Media Association). Beim db Drag Racing Wettbewerb sind verschiedene Fahrzeuge gegeneinander angetreten, um sich klangmäßig zu überbieten. Alle Wettbewerbe unterlagen dabei einem strengen Regelwerk.

Im nächsten Jahr findet die Car+Sound vom 8. bis 10. April, wie immer in Sinsheim, statt.

werden immer erschwinglicher, heißt es in einer Pressemitteilung der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik. (gfu). Allein in diesem Jahr sollen 680.000 Geräte in Deutschland abgesetzt werden. Das entspräche einem Zuwachs von 21 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit ist der deutsche Markt im Bereich der Navigationsgeräte mit fast 39



## Navigationsgeräte immer beliebter

Navigationsgeräte erfreuen sich immer größerer Beliebtheit und

Prozent des Gesamtumsatzes von 1,7555 Millionen Geräten führend. Etwa zwei Drittel des Absatzes in Deutschland gehören zu der sogenannten Erstausrüstung. Diese





Fred Breuer, General Manager e-Vehicle bei Sony, liefert sich mit Andreas Schönberger, Vertriebsdirektor von JVC, ein permanentes Kopf-an-Kopf-Rennen um die Nummer eins im deutschen Car Stereo Markt.



Navigationsanlagen werden direkt in Neuwagen eingebaut. Das restliche Drittel dient der Nachrüstung und wird über den Fachhandel und Werkstätten vertrieben. Rund 80 Prozent des Nachrüstgeschäfts sind Radio-Navigationsgeräte, die in den normalen Einbauschacht für das Autoradio passen. Lediglich jedes fünfte Gerät zählt zu den Systemen, die auf Farbmonitoren alle gewünschten Routen in Form von Straßenkarten anzeigen. Den Grund dieser Entwicklung sieht die gfu aufgrund des Preis-/Leistungsverhältnisses. Radio-Navigationsgeräte sind unkompliziert einzubauen, und der Preis beträgt im Durchschnitt zwischen 700,- und 900,- Euro.



Auf dem Panasonic-Stand wurde eindeutig das Engagement des Unternehmens in der Formel-1 demonstriert.



Blaupunkt, wie immer vertreten, mit dem „Volks-Navi“ bei der Car+Sound.

Auf rund zweieinhalb Millionen Geräte beziffert die gfu den aktuellen Bestand an Navigationsanlagen in Deutschland. Die Navigation selbst wurde inzwischen via Verkehrsfunk dynamisiert, d. h. aktuelle Verkehrsinformationen fließen in die Routenempfehlungen der Geräte ein. Neben Navigations-CDs sind bereits seit längerem auch Navigations-DVDs auf dem Markt. Angesichts der attraktiven Service-Angebote rechnet die gfu auch für die kommenden Jahre mit einer dynamischen Absatzentwicklung von Navigationsgeräten.

## Sony Fachhandels-Kooperation mit Renault



In Zusammenarbeit mit Renault Deutschland bietet Sony nun ausgesuchten Fachhändlern die Möglichkeit, die Welt des InCar-Entertainment in einem Demo-Fahrzeug zu präsentieren.



Über Jahrzehnte hinweg bestimmen Audio-Systeme die Trends im Bereich Car Entertainment. Mittlerweile gibt es eine wachsende Vielfalt an Entertainment-Möglichkeiten im Auto. Heute speichern Highend Audiosysteme Hunderte von Musiktiteln und dazugehörige Informationen, Bilder und auch kleine Filme auf Festplatten. Sie werden so zu regelrechten Jukeboxen. Sogar DVD-Player und Spielekonsolen können an Displays im Auto angeschlossen werden, um den Mitreisenden die Zeit zu verkürzen. Sony bietet

nun ausgesuchten Fachhändlern die Möglichkeit, diese neuen Möglichkeiten der InCar-Entertainment Welt in einem Demo-Fahrzeug zu präsentieren. Renault Deutschland hat zu diesem Zweck ausgewählten Fachhändlern zu günstigen Leasing-Konditionen jeweils einen aktuellen Renault Megane zur Verfügung gestellt. Diese Fahrzeuge wurden Mitte November vergangenen Jahres im Renault Autozentrum Rhein-Sieg an die Händler übergeben.

Ziel ist es, Highend-Demo-Fahrzeuge für den Fachhandel zu entwickeln, welche die vielfältigen Möglichkeiten zeigen, die sich im Auto bieten. Daher installieren ausgewählte Fachhändler mit Unterstützung von Sony die ganze Bandbreite an aktuellem Multimedia-Equipment in die Fahrzeuge. Die fertig ausgestatteten Fahrzeuge werden dann auf Veranstaltungen und Messen zu sehen sein. Auch auf der diesjährigen Car+Sound hat Sony in Zusammenarbeit mit Renault die Leistungsfähigkeit von Sony Multimedia-Systemen im Auto demonstriert.



Sony hat in die Fahrzeuge die ganze Bandbreite an aktuellem Multimedia-Equipment installiert. Auf der Car+Sound wurde die Leistungsfähigkeit der Sony Multimedia-Systeme im Auto demonstriert.



# Die Garantie für zufriedene Kunden und Chance für eine Fahrkarte zum EM 2004 Viertelfinale in Portugal

# Händler-Aktion: Fast TV-Server SE + NEC Plasma-Display

Der Verkauf der TV-Traumkombinationen von Fast und NEC, aus je einem Fast TV-Server SE und einem NEC Plasma-Display bestehend, bietet engagierten Händlern die Möglichkeit, hochzufriedene Kunden zu gewinnen und gleichzeitig die eigenen Chancen auf eine Flugreise zum EM 2004 Viertelfinale in Portugal zu erhöhen. Die Nutzung einer derartigen Kombination aus leistungsfähigem TV-Server und perfekt angepaßtem Plasma-Bildschirm ist die beim aktuellen Stand der Technik komfortabelste und eleganteste Art und Weise, fernzusehen und die effektivste Methode, um aus dem umfangreichen Programmangebot eine den persönlichen Vorlieben entsprechende Auswahl zu treffen und sich diese zu jedem beliebigen Zeitpunkt anschauen zu können.

## Weitere qualifizierte Fachhändler willkommen

Zur Auswahl stehen acht Kombinationen aus Fast TV-Server und NEC Plasma Display. Beim Verkauf dieser Geräte-Duos sammelt der Händler Punkte und erhöht seine Chancen auf ein unvergleichliches Fußballerlebnis in Portugal mit einem Ticket zum EM 2004 Viertelfinale, vier Tagen Sonne, einem Vier-Sterne-Hotel und exklusivem Rahmenprogramm. Je nachdem, welche Fast / NEC-Traumkombination verkauft wird, schwankt die Anzahl der Sammel-Punkte zwischen 30 und 175. Wer 450 Punkte und mehr erreicht, nimmt an der Auslosung der Flugreisen nach Portugal teil. Auch wer keine Flugreise gewinnt, kann sich zu den glücklichen Gewinnern zählen, denn im Verhältnis zu den angesammelten Punkten wird der HEK einer bezogenen Fast / NEC-Traumkombination reduziert. Beteiligte Händler erhalten kostenlos eine umfangreiche Palette von Werbemitteln.

## Der Aktionszeitpunkt ist optimal gewählt

Die Aktion findet zum Zeitpunkt erhöhter Kaufbereitschaft für hochwertige Fernsehgeräte-Ausrüstungen statt: Eine Kette internationaler Sportereignisse mit höchstem Publikumsinteresse liegt vor uns, wie sie innerhalb einer solchen Zeitspanne noch nie so konzentriert stattgefunden hat. Vom 12. Juni bis 4. Juli 2004 finden in Portugal die Europameisterschaften 2004 statt, gefolgt von den Olympischen Spielen in Athen. Nach der Olympiade wird in Deutschland das WM-Fieber zunehmen. Ab 2005 werden Vorrunden- und Qualifikationsspiele für die in Deutschland stattfindende Fußball-WM 2006 ausgetragen. Hersteller und Handel dürfen sich über zwei Jahre überdurchschnittliches Interesse für TV-Displays, Settop-Boxen und Video-Recorder freuen. Die von NEC und Fast angebotenen Traumkombinationen bieten ideale Voraussetzungen um sport-

liche Großereignisse ohne Streß und Zeitdruck alleine oder mit Freunden und Verwandten in gepflegter Umgebung genießen zu können. (Anmeldungen für die Aktion EM 2004 an: Fast TV-Server AG, Frau Körner, Tel.: 089-890 47- 841, Fax: 089-890 47-890, E-Mail: em2004@tv-server.de)

## Fast TV Server SE: 300 Stunden Aufnahmekapazität

Faßt man nur die wichtigsten Funktionen und Leistungen des TV Servers SE zusammen, so sind zu erwähnen: Der TV-Server verfügt über genug Kapazität, um z.B. alle Spiele der EM 2004 aufzuzeichnen und jederzeit abspielen zu können, ohne Suchen und Wechseln von Kassetten oder DVDs. Programme und Übertragungen können live betrachtet und gleichzeitig aufgenommen werden. Trotzdem können spannende Szenen mit einem Knopfdruck erneut abgerufen werden, während die Aufnahme weiterläuft. Der TV-Server SE nutzt das MPEG-2-Format der DVD und des digitalen Fernsehens. Der Benutzer kann zwischen vier Qualitätsstufen wählen und den optimalen Kompromiss aus Speicherkapazität und Qualität bestimmen. Lieblingssendungen werden in der elektronischen Programmzeitschrift ausgewählt. Aufnahmeassistent „Guido“ sorgt automatisch für die tägliche Aufnahme entsprechender Sendungen, ohne daß sich der Anwender mit komplizierter Programmierung befassen muß. Über TV-Kabel empfängt der TV-Server SE neben Programmkanälen die Daten für den tvtv EPG. Unerwünschte Aufnahme-Stellen lassen sich einfach ausblenden. Wichtige Szenen können markiert und ohne Suchen abgerufen werden. Die der Sendung zugeordneten Informationen des EPG Guide bleiben erhalten und im Auswahlménú sichtbar. Alphabetische oder zeitliche Sortierung und Filter, wie „Sparte“, „Neue Aufnahmen“, erleichtern die Suche. Wird der

Platz auf der Festplatte knapp, löscht der TV-Server SE die ältesten, schon gesehenen Sendungen. Von jedem Internetzugang aus ist der Fast TV-Server SE fernprogrammierbar, ohne daß der TV-Server SE einen Internetzugang benötigt. Alle Modelle unterstützen die Funktionen „TimeSlip“ und „TimeShift“ für zeitversetztes Fernsehen.

## Vier aktuelle TV-Server Second Edition Modelle

Die vier aktuellen TV-Server Second Edition Modelle von Fast unterscheiden sich durch unterschiedlich große Festplatten-Aufnahmekapazitäten von 300 oder 150 Stunden und die Ausrüstung mit einer PC Ethernet-Schnittstelle (mit „N“ in der Typenbezeichnung). Bei diesen lassen sich aufgezeichnete Inhalte zu beliebigen Computern mit Ethernet übertragen, bearbeiten, archivieren und auf DVD oder CD brennen. Die Modellbezeichnungen sind: TVS SE 150 (120 GB Festplatte, 150 Stunden Aufnahmekapazität), TVS SE 150-N (150 Stunden Kapazität und Netzwerkausführung), TVS SE 300 (250 GB Festplatte, 300 Stunden Kapazität), TVS SE 300-N (300 Stunden Kapazität und Netzwerk). „N“-Modelle sind außer in Silber auch in Anthrazit lieferbar. Im Lieferumfang enthalten sind Fernbedienung, Scart- und Antennenkabel. In die Modelle TVS SE 150 und TVS SE 300 kann die Netzwerkschnittstelle nachträglich eingebaut werden.

## Die XM Plasma Display-Reihe von NEC

NECs PlasmaSync XM-Serie überzeugt durch detailreiche Bildschärfe, optimale Leistungswerte und Perfektion bei der konstruktiven Gestaltung und Fertigungsqualität. Die hohe Auflösung von 1.024 x 768 bzw. 1.365 x 768 Bildpunk-



ten erschließt neue Dimensionen für Plasma-

Displays. Mit brillanten Farben und hervorragenden Kontrastwerten werden die Displays höchsten Ansprüchen gerecht. Auch bei Tageslicht machen sich die Stärken der NEC XM-Serie deutlich bemerkbar. Der Anwender kann zwischen drei Bildschirmgrößen und den Gehäusefarben Silber oder Schwarz wählen. Aktuell besteht die XM Reihe aus drei Displays: 42XM2 (107cm Bild-diagonale), 50XM3 (127cm) und 61XM2 (155cm). Mit modernsten, professionellen Schnittstellen ausgestattet sind die HDTV-tauglichen Bildschirme eine Investition mit Zukunftssicherheit. RGB Signaleingänge: Mini D-Sub, 15-polig BNC (R, G, B, H/CS und V), DVI digital. Audio Eingänge: 3 x Stereo RCA. Video Signaleingänge: 1 x Cinch, 1 x BNC, 1 x S-Video, 1 x Komponenten (Y, Pb, Pr), NTSC, PAL, SECAM, HD, DVD, DTV. Die mit 22 dB Betriebsgeräusch leisen Lüfter werden nur bei thermischer Belastung zugeschaltet. Vor allem bei Video- und DVD-Anwendungen spielen die XM Plasma Displays ihre Stärken aus. Das Flaggschiff der Serie, der 61XM2, fasziniert neben der Bildqualität durch seine riesige Bildhöhe von 1,5 Metern und 1.365 x 768 Bildpunkten. Der Betrachtungswinkel beträgt 160° horizontal/160° vertikal, die darstellbaren Farben 16.77 Millionen. Der Audioverstärker liefert 2 x 9 Watt. Besonderheiten: Capsulated Colour Filter (CCF) und New Drive Technology, Zoom, Video-Wall-Funktion. Optionales Zubehör: Standfuß, montierbare Lautsprecher, Wandhalterung, Deckenhalterung. Die

Garantieleistung für NEC-PDPs umfaßt zwei Jahre Vor-Ort-Service (Austausch oder Reparatur).

## Perfekt abgestimmt: Fast TV-Server SE und NEC Plasma-Displays

Um beim Betrieb des TV-Server SE mit einem NEC Plasma-Bildschirm ein optimales Ergebnis zu gewährleisten, sind die Produkte speziell aufeinander abgestimmt. Fast setzt unter anderem ein spezielles YUV/RGB-Anschlußkabel und den besten verfügbaren Tuner ein sowie einen Infrarot-Booster zur kabellosen Plasma-Steuerung und hat einen Bildschirmschoner gegen Einbrenneffekte in den Fast TV-Server SE integriert. Beide Geräte des starken TV-Duos sind mit einer gemeinsamen Fernbedienung bedienbar. Im Aktionsangebot sind acht verschiedene Kombinations-Pakete, gestaffelt nach TV-Server-Typ, Aufnahmekapazität und Bildschirm-Typ und -Größe verfügbar (in Klammern die beim Verkauf gutgeschriebenen Sammelpunkte): Basis Pack 42VP4 + TVS SE 150, UVP: 5.499 € (30), Advanced Pack 42VP4 + TVS SE 300, UVP: 5.999 € (40), Advanced Pack + 42XM2 + TVS SE 150, UVP: 5.999 € (40), Educated 42XM2 + TVS SE 300, UVP: 6.499 € (50), Professional 50XM3 + TVS SE 150, UVP: 8.999 € (75), Professional + 50XM3 + TVS SE 300, UVP: 9.499 € (85), High End 61XM2 + TVS SE 150, UVP: 16.999 € (160), High End + 61XM2 + TVS SE 300, UVP: 17.499 € (175). evo

# PHILIPS

*Let's make things better.*



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

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

Machen Sie sich Ihr eigenes Bild – unter [www.philips.de/flattv](http://www.philips.de/flattv)



PIXEL PLUS 2



ALLES SEHEN. ALLES ERLEBEN.

# Sharp Plasmacluster-Technologie:



„Mehr Umsatz mit frischer Luft“. Hinter dem Wortspiel stehen reale Fakten: Reine, sauerstoffreiche Luft mit einem Minimum an Verunreinigungen, auch „Schwebstoffe“ genannt, wirkt anregend auf Organismus und Psyche und fördert mit Sicherheit auch die Lust zum Erwerb von großen und kleinen Dingen. Frische Luft ist eine der wichtigsten Grundvoraussetzungen für den Erfolg eines persönlichen Verkaufsgesprächs und die „Kaufreudigkeit“ der Kunden. Weil der direkte Einfluß auf die Beschaffenheit der uns umgebenden Luft begrenzt ist, besteht ein großer Bedarf an Luftreinigungsgeräten. Wie hoch die Nachfrage ist, kann man an der großen Anzahl der auf dem Markt befindlichen Produkte ersehen, von denen viele jedoch die in sie gesetzten Erwartungen nur teilweise oder gar nicht erfüllen können.

Im Gegensatz dazu erzielen die jetzt in Deutschland auf den Markt gekommenen Raumluftreiniger von Sharp durch den Einsatz der neu entwickelten „Plasmacluster“-Technologie bei der Reinigung und Konditionierung von Luft das Optimum. Die Ausweitung des Sortiments durch Sharp Plasmacluster-Luftreiniger fördert deshalb gleichermaßen den Umsatz und das Wohlbefinden der Kunden.

## Sharp Raumluftreiniger mit Plasmacluster-Technologie

Die erfrischende und vitalisierende Wirkung der als „sauber“ empfundenen Luft in einem Laubwald, in der Nähe von größeren Gewässern oder nach einem Gewitter hat jeder schon einmal selbst verspürt. Der Grund sind zahlreiche, unter natürlichen Bedingungen in der Atmosphäre ablaufende Ionisationsvorgänge, die einen Ausgleich für den natürlichen, kontinuierlichen Verlust von negativen Sauerstoff-Ionen schaffen. Die drei neuesten auf dem deutschen Markt eingeführten Raumluftreiniger des japanischen Elektronikonzerns Sharp folgen dem Vorbild der Natur und setzen dazu auf modernste Technologie, die auf sanfte Art und ohne Einsatz von Chemie erfrischend saubere Raumluft erzeugt. Sharps vielfach patentierte Plasmacluster-Technologie arbeitet mit einem der Natur-Ionisation vergleichbaren Verfahren, geht aber darüber hinaus noch einige Schritte weiter und reinigt die Luft vor der Ionisie-

rung durch eine Intensiv-Filterung. Mit mehreren tausend, bioaktiven und hochwirksamen Plasmacluster-Ionen pro Kubikzentimeter optimal konditioniert, verteilt sich die gereinigte Luft danach im Raum und liefert die Frischeionisierung der Natur als Nebenprodukt dazu.



Sharp Luftreiniger verfügen neben dem Plasmacluster-Ionengenerator über ein wirkungsvolles, mehrstufiges Hochleistungs-filtersystem, das über Sensoren automatisch gesteuert wird.

## Plasmacluster Raumluftreiniger sind ein „Millionen-Ding“

Sharp verkaufte im ersten Jahr nach der Markteinführung allein in Japan mehr als eine halbe Million dieser Geräte. Auch in Deutschland hat Gesundheitsbewußtsein Hochkonjunktur. Unzählige TV-Sendungen, Bücher und Magazine beschäftigen sich ständig mit Themen über gesunde Lebensführung, naturbelassene Lebensmittel und deren optimale Zubereitung. Unser wichtigstes „Lebensmittel“ jedoch,



Das Prinzip der neuartigen Sharp Plasmacluster-Technologie ist einfach und wirkungsvoll zugleich: Elektronische Plasmacluster-Generatoren erzeugen negativ und positiv ionisierte Wasser- und Sauerstoffatome, die Cluster-Ionen. Diese verteilen sich mit der gefilterten Luft im Raum und desodorieren diverse Geruchsmoleküle, hindern bestimmte Schimmelpilze oder Keime in ihrer Auskeimfähigkeit und inaktivieren eine Reihe von Bakterien.

die Luft, ohne die wir nicht länger als einige Minuten überleben können, führt im allgemeinen Bewußtsein ein unverdientes Schattendasein.

Verbreitet ist die resignative Meinung, Luft müsse man eben in dem Zustand zu sich nehmen, wie sie gerade zur Verfügung steht. Diese Ansicht ist irrig, und Aufklärung ist angebracht. Zumindest in unseren Wohnräumen, und in vielen Fällen auch am Arbeitsplatz, läßt sich die im modernen Leben verlorengegangene Umgebungsbedingung „frische, natürliche Luft“ mit einem im Vergleich zum Nutzwert geringfügigen Kostenaufwand wie-



Sharp FU-40 Raumluftreiniger mit Plasmacluster-Technologie

derherstellen. Es klingt unglaublich, aber heutige Automotoren „atmen“ in der Regel reinere Luft als ihre Fahrer. Sharp liefert dem Handel umfangreiches Material für den PoS sowie einen informativen Verkaufshelfer, das „Air Booklet“ mit Grundwissen über Technologien, wissenschaftliche Gutachten und mit Hinweisen zu Aktionen, Kernargumenten und Schlüsselfragen.

## Der wichtige Unterschied: negative und positive Ionen

Im Unterschied zu bisherigen Verfahren zur Luft-Ionisation erzeugt der in die Raumluftreiniger von Sharp integrierte Plasmacluster-Ionengenerator aus in der Luft enthaltenen Wassermolekülen gleichzeitig negativ und positiv ionisierte Wasser- und Sauerstoffatome, die Cluster-Ionen. Diese ionisierten Wasser- und Sauerstoffatome verteilen sich mit der gefilterten Luft im Raum und heften sich auf vorhandene Schadstoff-Partikel verschiedenster Art. Die reaktive Wirkung ist vielschichtig und effektiv. Die Cluster-Ionen desodorieren diverse Geruchsmoleküle, hindern bestimmte Schimmelpilze oder Keime in ihrer Auskeimfähigkeit und inaktivieren eine Reihe von Bakterien. Der positive Effekt besteht aus gesünderer und besserer Raumluft, die das persönliche Wohlbefinden enorm steigert und keinerlei negative Nebenwirkungen mitsichbringt. Die Anzahl der bei diesem Verfahren in der Raumluft verteilten Plasmacluster-Ionen entspricht ziemlich genau den in einem gesunden, belaub-

ten Wald üblichen 4.100 bis 4.300 Stück pro cm<sup>3</sup>. Zur Aufzählung aller Vorteile durch den Einsatz der neuen Raumluftreiniger mit Plasmacluster reichen mehrere dieser Seiten nicht aus. Bedeutend ist z. B. die drastische Reduzierung von in der Raumluft schwebenden Pollen (Allergenen) um 90% schon nach einer Stunde Betriebszeit und um 97% nach vier Stunden.

## 3 Raumluftreiniger mit Plasmacluster-Technologie

Die aktuelle Reihe der Sharp Raumluftreiniger mit Plasmacluster-Technologie umfaßt drei Modelle, die mit ihrer Durchsatzleistung für unterschiedliche Raumvolumen und im Zusammenhang damit typische Anwendungen ausgelegt sind. Einsatzgebiete sind öffentliche Räume, Wohnbereiche, Schlafzimmer, Büros, Konferenz- und Warteräume, Raucherzonen. Und nicht zuletzt: Raumluftreiniger mit Plasmacluster schaffen „Verkaufsatmosphäre“. Der Betrieb erfolgt vollautomatisch, sensorisch gesteuert oder durch manuelle Einstellung. Alle Modelle unterstützen Raumluftreinigungsbetrieb, Auffrischungsbetrieb (Frische-Ionisierung), automatischen Cluster-Ionen-Betrieb, aktive Verteilung der Cluster-Ionen in den Raum, verfügen über einen Abschalt-Timer (1/4/8 Std.), HEPA-Hochleistungsstaubfilter mit Aktivkohlefilter, Geruchssensor, Aktivkohlefilter mit Desodorierungsfunktion und serienmäßige Komfort-Fernbedienung für elf Funktionen (FU60SES: 10 Funktionen). Die Modelle FU60SES und FU40SES sind mit einem zusätzlichen Staubsensor und Vorfilter bestückt. Das Modell FU40SES wird serienmäßig zusammen mit einem Fuß für den Einsatz als Tischgerät, einem Montagesatz für Wandbefestigung ausgeliefert. (www.sharp.de) *evo*



Reine Luft ist das wichtigste und unverzichtbare „Lebensmittel“, das sich bei ungesunder Beschaffenheit durch keine andere Maßnahme kompensieren oder ersetzen läßt. Mit Sharp Plasmacluster-Technologie kann man wieder durchatmen.

Modell:	FU60SES	FU40SES	U21SES
Bodenbereich: (bei ca. 2,4 m Höhe)	ca. 46 m <sup>2</sup>	ca. 31 m <sup>2</sup>	ca. 15 m <sup>2</sup>
Gebälseleistung: (m <sup>3</sup> Std./Watt):			
Stufe: Maximal	360m <sup>3</sup> /53 W	240m <sup>3</sup> /39 W	115m <sup>3</sup> /47 W
Stufe: Hoch	197m <sup>3</sup> /16 W	180m <sup>3</sup> /21 W	
Stufe: Mittel	95m <sup>3</sup> /6 W	117m <sup>3</sup> /10 W	58m <sup>3</sup> /31 W
Stufe: Ruhig	43m <sup>3</sup> /4 W	30m <sup>3</sup> /4 W	37m <sup>3</sup> /27 W
Abmessungen in mm: (BxHxT)	415 x 572 x 238	415 x 572 x 197	420 x 420 x 105
Gewicht:	9,3 kg	6,6 kg	4,3 kg
Sofort lieferbar zum UVP:	599,- Euro	499,- Euro	399,- Euro

SONY



**Einfach filmen.** Warum nicht ein Camcorder mit DVD? Einfach filmen, Klappe auf, mit dem DVD-Player direkt ansehen. Ganz ohne Kabelwirrwarr. Dafür inklusive **Carl Zeiss** Objektiv und 1,0 Mega Pixel mit CCD Sensor, damit sich die DVD von ihrer besten Seite zeigt. Genau, und wo wir schon mal dabei sind, bieten wir natürlich das -R Format an, damit Sie Ihre Filme auch bei Freunden und Familie abspielen können\*, einfach überall. Einfach, was?

\* Im Videomodus aufgenommene, finalisierte Sony DVD-R laufen auf allen dem DVD-Standard entsprechenden DVD-Playern.



**HANDYCAM**

Die neue DVD Handycam.

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

[www.sony.de/handycam](http://www.sony.de/handycam)



You make it a Sony

# Die neuesten Philips TV-Geräte mit Pixel Plus 2 Auf dem Gipfel der Bildqualität

Bei fünf seiner neuesten Flat TV-Modelle und zwei 100 Hz Breitbildfernsehern mit herkömmlicher Bildröhre setzt Philips seine bereits in der vorangehenden Version von internationalen Gremien mehrfach ausgezeichnete Bildverbesserungstechnik „Pixel Plus 2“ ein, die auf dem zur Zeit leistungsfähigsten Videoprozessor im gesamten Bereich der Unterhaltungselektronik basiert. 16 unterschiedliche digitale Bildoptimierungsverfahren sind in dieser bahnbrechenden neuen Technologie vereint, mit der es Philips gelungen ist, eine Bildarstellung in bisher nicht für möglich gehaltener Qualität und Natürlichkeit zu realisieren. Die fünf neuen Flat TV Modelle, davon drei mit LCD-Panels und zwei mit Plasma-Displays, sind außerdem mit „Ambi Light“ ausgestattet, einer von den Philips Unternehmensbereichen Forschung und Licht entwickelten Hintergrundbeleuchtung, mit der die Bildwahrnehmung zusätzlich optimiert wird.



Durch „Luminance Transient-Improvement“, einem der 16 in Pixel Plus 2 enthaltenen Bildverbesserungs-Processings, wird eine deutlich verbesserte Schärfe und Detailgenauigkeit erzeugt.

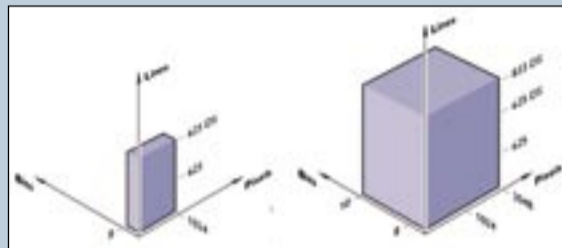
## Pixel Plus 2: Weltweit leistungsfähigster Videoprozessor

Nach dem Urteil neutraler und fachlich kompetenter Beobachter arbeitet die von Philips entwickelte und angewandte Bildverbesserungs-Technologie „Pixel Plus 2“ mit dem derzeit weltweit leistungsfähigsten Videoprozessor im gesamten Markt der Unterhaltungselektronik. Pixel Plus 2 kombiniert 16 verschiedene, aufeinander abgestimmte digitale Bildoptimierungsverfahren zu einem gemeinsamen Bild-Prozessing. Als eine maßgebliche Komponente der neuesten Version dieser Technologie ist „Luminance Transient-Improvement“ zu bewerten: Mit diesem Verfahren werden bei spezifischen Stellen der Bildinformation durch Interpolierung zusätzliche Pixel generiert und bearbeitet. Die Luminanzamplitude dieser „intelligenten“ Pixel wird so korrigiert, daß Übergänge zwischen unterschiedlichen Bildinformationen schärfer abgebildet werden können. Als Resultat entsteht ein Bild mit wesentlich mehr Details und Tiefen, als es bisher möglich gewesen ist. Für höchste Farbqualität sorgt „Color Dependent Sharpness“: Dieses Verfahren bewirkt im abgestimmten Zusammenwirken mit „Green Enhancement“, „Blue Stretch“ und „Skin Tone Correction“ deutlich wahrnehmbar bessere Farb-

Overview of benefits PAL/SECAM					
picture processing	# lines	field flicker free	line flicker free	film judder free	near high definition
50Hz	625	—	—	—	—
100Hz	625	•	—	—	—
100Hz DS	625	•	•	—	—
100Hz DNM	625	•	•	•	—
Pixel Plus	833	•	•	•	•

details und erzeugt sattere Farben. Ein auf diese Weise konditioniertes Fernsehbild zeichnet sich durch detailgenaue Schärfe und leuchtende, brillante Farben aus, bewahrt jedoch gleichzeitig die natürlichen Hauttöne, bei deren Bewertung das menschliche Urteilsvermögen besonders kritisch reagiert. Neben der konventionellen Rauschunterdrückung verbessert Pixel Plus 2 durch „3D Digital Noise Reduction (DNR)“ das Verhältnis zwischen Nutzsignal und Störungen: Besonders werden dynamische Bewegtbilder dadurch gesäubert und dann als rauschfreie Bilder ohne Nachzieheffekte auf dem Bildschirm dargestellt. Des weiteren setzt Pixel Plus 2 mit dem Prozessing „Dynamic Contrast“ ein digitales Bildoptimierungssystem ein, welches helle und dunkle Bildstellen optimal korrigiert und dadurch ein noch brillanteres Fernsehbild erzeugt, bei dem das Kontrastverhältnis um bis zu 30 Prozent erhöht wird. Zu den Technologie-Komponenten von Pixel Plus 2 gehört auch

Die CPU Performance der Philips Bildverbesserungstechnologie Pixel Plus 2 beträgt ein Vielfaches der bei herkömmlichen TV-Geräten eingesetzten Rechenleistung.



Durch Verdoppelung der Bildpunkte pro Zeile und Erhöhung der Zeilenzahl erreicht Pixel Plus 2 nahezu High Definition Auflösung (HDTV).

„Digital Natural Motion“, eine sehr wirkungsvolle Philips Technologie, mit deren Hilfe weich und natürlich fließende, ruckelfreie Bewegungsabläufe erzielt und gestochen scharfe bewegte Bilder erzeugt werden.

## Alles unter Kontrolle: Philips Active Control

Das zielgerichtete und koordinierte Zusammenwirken der 16 verschiedenen innerhalb Pixel Plus 2 integrierten Videoüberarbeitungsverfahren wird durch die übergeordnete Instanz „Philips Active Control“ gesteuert und sechzigmal pro Sekunde in Echtzeit analysiert und aktuell neu aufeinander abgestimmt. Die „aktive Kontrolle“ der diversen an Pixel Plus 2 beteiligten Prozessoren garantiert unabhängig von der Quelle und Beschaffenheit des Eingangssignals das jeweils erreichbare optimale Bild.

## Flat TVs mit Pixel Plus mehrfach prämiert

Für seine Pixel Plus Technologie wurde Philips bereits im vergangenen Jahr mit zahlreichen Auszeichnungen und Awards

bedacht. Zwei neue Philips Flat TVs wurden von der European Imaging and Sound Association (EISA) als „Europas LCD TV des Jahres 2003-2004“ und als „Europas Plasma TV des Jahres 2003-2004“ auserwählt und ausgezeichnet. Das ist inzwischen der vierte und fünfte EISA-Preis, mit dem die Philips Flat TV Reihe ausgezeichnet wurde. Die Pixel Plus-Technologie wurde von der EISA

42PF9986) sowie die Plasma-Flat TVs mit 106 bzw. 127 cm sichtbarer Diagonale (42PF9966 und 50PF9966) sind zusätzlich auch mit „Ambi Light“ bestückt, einer aufsehenerregenden, in die Geräte integrierten Hintergrundbeleuchtung, mit der die physiologische Bildwahrnehmung des Betrachters entscheidend verbessert wird. Die neuen Flat TVs verfügen über hochauflösende Bildschirme und beeindrucken durch ihr perfekt abgestimmtes Design. Bei allen fünf Modellen steht ein zusätzlicher digitaler Video Input zur Verfügung, der beim Anschluß von Zuspelgeräten mit digitalem Ausgang, deren Anzahl schnell zunimmt, optimale Audio- und Video-Wiedergabe garantiert. Die LCD TVs 32PF9986, 37PF9986 und 42PF9986 sind zusätzlich mit Invisible Flat NXT-Lautsprechern mit Surface Sound-Technologie ausgestattet. Bei diesen speziellen Lautsprechern sorgt eine Flachmembran für die optimale Verteilung

bereits schon einmal bei einem TV-Gerät mit herkömmlicher Bildröhre ausgezeichnet, dem Modell 32PW9527, das zu „Europas Fernseher des Jahres 2002-2003“ gewählt wurde. Dem Urteil der EISA wird sowohl in Fachkreisen wie bei Konsumenten hohe Bedeutung zuerkannt. Die Jury umfaßt rund 50 Fachzeitschriften für Unterhaltungselektronik, Video und Fotografie aus 20 europäischen Ländern. In jedem Jahr wählt die EISA-Jury in verschiedenen Kategorien aus den neuesten Produkten aller bedeutenden Hersteller die jeweils besten Modelle oder Technologien aus.



Zwei Modelle der Philips Flat TVs Pixel Plus 2 sind mit Plasma Displays mit Bild diagonalen von 106 cm und 127 cm bestückt.

## Sieben neue Philips TV Modelle mit Pixel Plus 2

Alle sieben nachfolgend aufgezählten neuen TV-Modelle, darunter zwei Breitbildfernseher mit Bildröhre, sind mit Pixel Plus 2 ausgestattet. Die LCD-Flat TVs mit 81, 94 und 106 cm Bildschirmdiagonale (32PF9986, 37PF9986 und

der Schallwellen im Raum. Die neuartige Bauart der Lautsprecher erzeugt ein gleichmäßig verteiltes Schallfeld mit verbesserter Direktionalität und Klangqualität. Zusammen mit Virtual Dolby Surround liefert die wOOx-Technologie einen äußerst realistischen und faszinierenden Heimkino-Sound. *evo*

## Preise und Verfügbarkeiten der Pixel Plus 2 TVs

Flat TVs mit Pixel Plus 2 und Ambi Light:	
32PF9986 (LCD, 81 cm Diagonale):	4.500,- Euro (UVP), verfügbar ab: April 2004
37PF9986 (LCD, 94 cm Diagonale):	7.000,- Euro (UVP), verfügbar ab: Juli 2004
42PF9986 (LCD, 106 cm Diagonale):	9.000,- Euro (UVP), verfügbar ab: April 2004
42PF9966 (Plasma, 106 cm Diagonale):	7.000,- Euro (UVP), verfügbar ab: April 2004
50PF9966 (Plasma, 127 cm Diagonale):	10.000,- Euro (UVP), verfügbar ab: Mai 2004
100 Hz Breitbildfernseher mit Pixel Plus 2:	
28PW9509 (70 cm Diagonale):	1.400,- Euro (UVP), verfügbar ab: 2. Quartal 2004
32PW9509 (82 cm Diagonale):	1.600,- Euro (UVP), verfügbar ab: 2. Quartal 2004

# Ingram Micro Distribution: Engagierter Ein- stieg bei LCD-TV's

**Die Nachfrage und der Markt für LCD-TV's boomen. Der Absatz der eleganten und superflachen Fernsehgeräte mit Flüssigkristall-Panels ragte im vergangenen Jahr mit Wachstumszahlen von mehreren hundert Prozent wie ein Leuchtturm über das Niveau des sonstigen Wirtschaftsgeschehens hinaus. Positiv und einhellig fallen auch die Prognosen aller führenden Analysten für 2004 aus.**

Die Umsatzzahlen für LCD-TV's werden nach Meinung der Marktforschungsinstitute in diesem Jahr weit über hundert Prozent höher liegen als im Vorjahr. Die inzwischen nahezu vollkommene Konvergenz der Medien von IT- und UE-Bereich und die Standardisierung und Marktdurchdringung mit gemeinsamen Schnittstellen haben besonders im Display-Bereich die Nutzungsabgrenzung zwischen IT-Anwendungen und dem Einsatz im UE-Bereich weitgehend aufgehoben. Der Dornacher Distributor Ingram Micro Distribution GmbH trägt dieser Entwicklung Rechnung und unternimmt mit dem Einstieg in das Segment der LCD-TV's einen entschlossenen Schritt in den Markt für Consumer Electronics.

## Daniela Degen wird Product Manager Marketing LCD-TV bei Ingram Micro



Ab Mai dieses Jahres besetzt Daniela Degen (32) die neu geschaffene Position des Product Managers Marketing LCD-TV

bei der Ingram Micro Distribution GmbH. Mit der Persönlichkeit von Daniela Degen wird diese Stelle durch eine erfahrene Vertriebs- und Marketing-Spezialistin besetzt. Daniela Degen hat seit ihrem Eintritt bei Ingram Micro im Februar 2002 die Monitore und Projektoren der Eigenmarke V7 Videoseven erfolgreich in allen Vertriebskanälen implementiert und aufgebaut. Sie verfügt über umfangreiches Wissen über die verschiedenen Channel-Anforderungen und Preisgestaltungen – vom

Systemhaus über den Fachhandel bis hin zum Retailer und E-tailer. Vor Ingram Micro war die studierte Wirtschaftsgeographin mehrere Jahre bei Vobis sowie bei TerraTec und beim IT-Dienstleister PH24 AG (ehemals TSC GmbH) tätig. In ihrer neuen Position als Product Manager Marketing LCD-TV berichtet Daniela Degen an Christoph Dassau, Senior Manager Displays. „Ingram Micro ist seit vielen Jahren der führende Display-Distributor in Deutschland. Unsere Positionierung in den wichtigsten Vertriebskanälen mit breitem Produktportfolio in Kombination mit spezifischem Produkt-Know-how ermöglichte es uns, binnen nur fünf Jahren zum größten Distributor für Daten- und Videoprojektoren in Europa zu werden – ein Schritt in einen neuen Markt, der sich gelohnt hat. Die zusätzliche Vermarktung von LCD-TV's ist für uns eine logische Konsequenz, um dem Wiederverkäufer weiterhin alles aus einer Hand zu bieten“, kommentiert Christoph Dassau das Engagement im LCD-TV-Segment.

## Ingram Micro Distribution bald führender Großhändler für UE-Produkte?

Als führender Großhändler für Produkte der Informationstechnologie in Deutschland bietet die Ingram Micro Distribution GmbH, Dornach bei München, ein um-

fassendes marktgerechtes Produktspektrum von mehr als 350 namhaften IT-Lieferanten sowie Dienstleistungen in den Bereichen E-Commerce, Finanzen, Marketing und Logistik für über 30.000 Kunden. Sie ist ein deutsches Tochterunternehmen der Ingram Micro Inc. mit Sitz in Santa Ana, USA. Als ein wesentliches Glied der Beschaffungskette für Technologieprodukte ermöglicht Ingram Micro Herstellern und Wiederverkäufern Umsatz- und Profitancen durch das Outsourcen von logistischen Dienstleistungen, technischem Support, Finanzservices und Marketingprogrammen sowie durch Produktaggregation und Distribution. Das Unternehmen bedient 100 Länder weltweit und hat im Geschäftsjahr 2003 US \$22.6 Milliarden Umsatz gemacht. Der engagierte Einstieg des Unternehmens in den Markt für LCD-TV's dürfte vermutlich nur ein erster Schritt in Richtung Ausweitung des Angebots auf UE-Produkte sein. Da die Grenzen zwischen IT und UE nicht nur bei Technologie, Herstellern und Distribution zunehmend aufgehoben werden, sondern auch in weiten Bereichen des Einzelhandels völlig verschwinden werden, könnte Ingram Micro die geballte Nachfragemacht seiner bisherigen Clientel aus dem IT-Bereich zunehmend auch in den UE-Markt einbringen. Auf die Auswirkungen und Umschichtungen dieser Entwicklung darf man zu Recht gespannt sein. *evo*



Unter dem Motto „Schneller, höher, weiter“ fand die mittlerweile fünfte „IM.Top“ in der Münchner Werner-von-Linde-Halle auf dem Olympiagelände statt. Bei strahlendem Sonnenschein und guten 20 Grad („Ingram-Wetter“) kamen rund 2.000 Besucher in die Sportarena. Ein stabiler Erfolg, und ein deutliches Zeichen für den bedeutenden Anteil der Ingram Micro Fachhändler am Marktgeschehen.

**TOSHIBA**

www.toshiba.de/consumer

## Brillant!

Für spannungsreiche und spannenstarke Wochen sorgt Toshiba mit den LCD-TV und DVD-Recorder-Neuheiten im Vorfeld der sportlichen Highlights 2004.

### 17 WL 46 G

- 43 cm Bildschirmdiagonale / 16:9
- Reaktionszeit 16 msec.
- Helligkeit 450 cd/m<sup>2</sup>
- Auflösung 1024 x 768 x RGB (W-XGA)
- Megatext
- PC-Eingang



### 23 WL 46 G

- 58 cm Bildschirmdiagonale / 16:9
- Reaktionszeit 16 msec.
- Helligkeit 450 cd/m<sup>2</sup>
- Auflösung 1024 x 768 x RGB (W-XGA)
- Megatext
- PC-Eingang



### 26 WL 46 P

- 66 cm Bildschirmdiagonale / 16:9
- kristalline
- Reaktionszeit 10 msec.
- Helligkeit 450 cd/m<sup>2</sup>
- Auflösung 1366 x 768 x RGB (W-XGA)

- 1024 Graustufen
- Megatext
- Component Video In - YUV
- PC-Eingang



### PIXEL PROCESSING II



### 32 WL 46 P

- 82 cm Bildschirmdiagonale / 16:9
- kristalline
- Reaktionszeit 10 msec.
- Helligkeit 450 cd/m<sup>2</sup>
- Kontrastverhältnis 800:1
- Auflösung 1366 x 768 x RGB (W-XGA)

- 1024 Graustufen
- Real Speed Progressive
- Megatext
- Component Video In - YUV
- PC-Eingang

### PIXEL PROCESSING II



### RD-XS 32

- DVD-RAM/-R/-RW/HDD-Recorder (80 GB, max. 103 Std.)
- Wiedergabe: DVD-Video, MP3, WMA, VCD 2.0, SVCD, JPEG, Audio-CD
- PAL-PROGRESSIVE SCAN (über YUV-Ausgang)

- ShowView DELUXE/VPS
- Eingänge (Front): DV-In (IE1394), S-Video, Composite Video, Analog Audio L/R

# Samsung mit zahlreichen TV-Neuheiten



## Riesige Plasma- und LCD-TVs

**Samsung ist mit zahlreichen TV-Neuheiten in den Frühling gestartet. Mit den, nach eigenen Angaben, weltweit größten Geräten in Plasma- und TFT-LCD Technologie möchte das Unternehmen seine Bedeutung im Segment der Unterhaltungselektronik unterstreichen.**

Der größte PDP-TV von Samsung hat eine Bildhöhe von 203 cm (80 Zoll). Der Bildschirm überzeugt mit einem HD-Bild mit 2,07 Millionen Pixeln (1.920 x 1.080) und Progressive-Scan-Technologie. Die für Samsung patentierte Bildoptimierungstechnologie DNIe (Digital Natural Image engine) sorgt natürlich auch bei diesem Gerät für Bilder in bestmöglicher Qualität und einer Helligkeit von 1000 cd/m<sup>2</sup> und einem Kontrast von 2000:1. Durch seine Größe und dank seiner Bildqualität bietet der 80" Plasma ein völlig neues Bilderlebnis – auch unter Tageslichtbedingungen.

Mit einer Bildschirmgröße von 145 cm (57 Zoll) zählt Samsungs neuester Riesen-TFT-LCD-TV ebenfalls zu den größten in seiner Klasse. Das Gerät besticht durch ein hochauflösendes, farb- und detailgetreues Bild und eine besonders kurze Reaktionszeit. Mit weniger als 8 ms hat dieser Bildschirm selbst mit extremen Action-Filmsequenzen keine Probleme. Ein Helligkeitswert von 600 cd/m<sup>2</sup>, eine Kontrastrate von 1.000:1 und eine Farbsättigung von 75 Prozent sorgen für detailreiche und lebendige Bilder. Mit einer Auflösung von

1.920 x 1.080 Pixeln hat Samsung seinen TFT-Riesen ebenfalls auf die neuen HDTV-Übertragungstechniken bestens vorbereitet.

„Samsung setzt neue Grenzen im Bereich Home Entertainment für den professionellen und den privaten Einsatz – dabei konzentrieren wir uns insbesondere auf Bildschirme“, erläutert Marketing Direktor Wolfgang Spenner. „Beispielsweise kann unser 80-Zoll-PDP-Gerät sowohl Herzstück einer High-End-Heimkinoanlage sein, aber auch in einem Konferenzraum professionell für Videokonferenzen oder Präsentationen zum Einsatz kommen. Es ist die Kombination aus Größe und der hochauflösenden, farb- und detailgetreuen Progressive-Scan-Technologie, mit der wir Maßstäbe in Sachen Qualität und Größe setzen. Wann die neuen Geräte serienmäßig für den deutschen Markt lieferbar sind, steht derzeit noch nicht fest.“

Zu den neuesten Riesen, die Samsung nun in den Markt bringt gehört unter anderem auch ein 50-Zoll Plasma-TV mit einem Kontrastverhältnis von 3.000:1 und einer Bildhelligkeit von 1.000 cd/m<sup>2</sup>. Mit zwei Tunern, die eine Bild-in-Bild-Funktion ermöglichen, eignet sich der PS-50PDH als ideales Medium für die diesjährige Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele. Das Gerät ist ebenfalls mit dem Bildverbesserungssystem DNIe der dritten Generation ausgestattet. Außerdem verfügt es über ein besonders hochwertiges Audiosystem. So sorgt die neue SRS-TruSurround-XT-Technologie über zehn integrierte Lautsprecher für die Wiedergabe von 5.1 Kanälen mit Surroundsound-Effekt. Anschlüsse für Camcorder und Digitalkameras befinden sich an der Seite des Gerätes. Der neue Plasma-Fernseher von Samsung bietet



*Zu den neuesten Riesen, die Samsung nun in den Markt bringt, gehört unter anderem auch ein 50-Zoll Plasma-TV mit einem Kontrastverhältnis von 3.000:1 und einer Bildhelligkeit von 1.000 cd/m<sup>2</sup>. Mit zwei Tunern, die eine Bild-in-Bild-Funktion ermöglichen, eignet sich der PS-50PDH als ideales Medium für die diesjährige Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele.*

außerdem eine Reihe eleganter Designmerkmale, wie zum Beispiel einen Aluminiumrahmen und eine Acrylblende, wodurch man sich von dem PC-Monitor-Design früherer Modelle abheben möchte.

### LCD-TVs in Größen von 15 bis 46 Zoll

„Unsere starke Position bei LCD-Flachbildfernsehern hat die Marke Samsung noch bekannter gemacht“, so Wolfgang Spenner. „Mit unseren neuesten LCD-TV-Modellen wollen wir die Bedürfnisse einer noch größeren Verbrauchergruppe ansprechen und unseren Marktanteil im Flachbildschirmbereich weiter ausbauen.“ Samsungs neue M2-Serie verbindet LCD-TV-Technologie mit elegantem Stil und macht diese für eine breite Käuferschicht erschwinglich. Die Modelle LW-15M21 (15 Zoll), LW-17M24 (17 Zoll) und LW-20M21 (20 Zoll) bieten eine außergewöhnliche Bildqualität und ein elegantes Design. Ein besonderer Clou ist der eingebaute Standfuß, der auch für die Wandmontage verwendet werden kann.

N2 heißt die zweite neue Serie von LCD-TVs im 16:9 Breitbildformat. Die Modelle LW17N23 (17 Zoll) und LW 22N2 (22 Zoll) verfügen über zwei Scart-Eingänge und ein Kontrastverhältnis von 600:1. Zudem sind diese Geräte mit PC-/Bild-in-Bild-Funktion (PC/PIP) ausgestattet, die es dem Anwender ermöglicht, ein Fernsehprogramm oder ein Video zu sehen und gleichzeitig am PC zu arbeiten.

Mit dem neuen 26-Zoll-Modell LW-26A33 (ein Tuner) und dem 32-Zoll-Modell LW-32A33 (zwei integrierte Tuner) bedient Samsung das obere Marktsegment. Beide Geräte haben eine Bildauflösung

von 1.280 x 768 Punkten, ein Kontrastverhältnis von 600:1, einen Helligkeitswert von 500 cd/m<sup>2</sup> und eine Reaktionszeit von 16 ms. Außerdem verfügen beide Modelle über das Bildverbesserungssystem DNIe mit „Image-Optimizer“-Funktion. Qualitativ hochwertige Audiosysteme mit integrierten JBL-Lautsprechern sorgen bei beiden Geräten zudem für einen excellenten Klang. Das Modell LW-26A33 verfügt über eine Musikleistung von 2 x 5 W und SRS-TruSurround-XT-Technologie, die 5.1-Mehrkanalsignale umwandelt und als brillanten Surroundsound über zwei Lautsprecher wiedergibt.

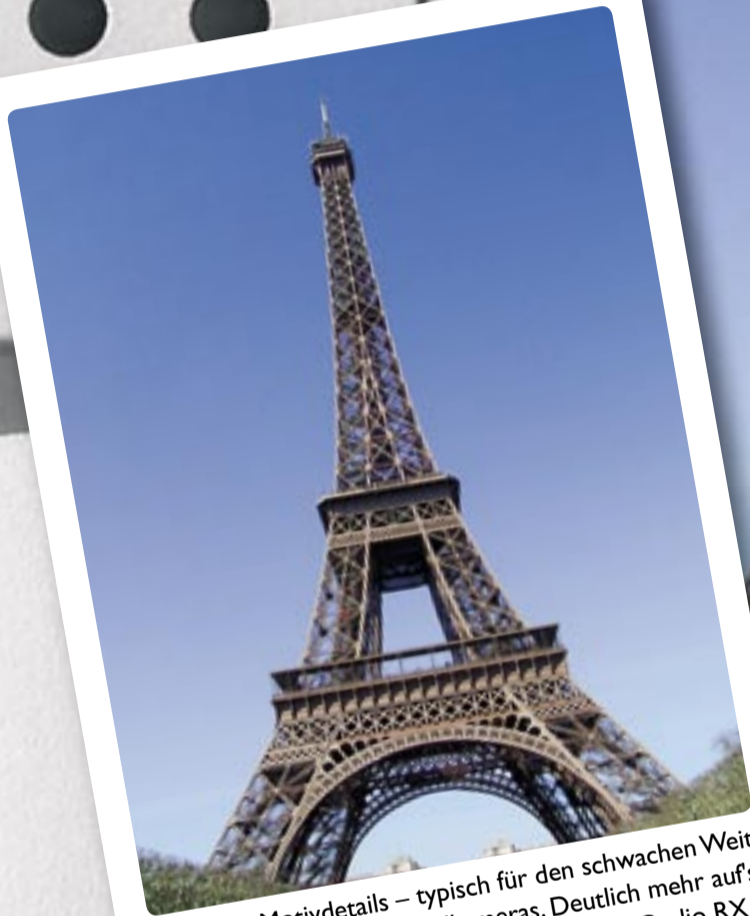
Flaggschiff der neuesten LCD-TVs ist der 46-Zöller LW-46G15W. Das Gerät verfügt über eine Auflösung von 6,2 Megapixeln (1920 x 1080 in Progressive-Scan-Vollbildwiedergabe), schnelle Reaktionszeiten von 12 ms und einen Betrachtungswinkel von 170° aus allen Richtungen. Die beeindruckende Bildauflösung wird durch eine Helligkeit von 500 cd/m<sup>2</sup> und ein Kontrastverhältnis von 800:1 unterstrichen. Mit der Markteinführung des neuen 46-Zoll-LCD-Flachbildfernsehers beabsichtigt Samsung, seine Offensive zur Vermarktung seiner mittel- und großformatigen LCD-Fernsehergeräte fortzusetzen. Hierzu gehören auch die 32- und 40-Zoll-Modelle, die bislang das größte Segment des LCD-TV-Marktes bilden.

Neben den genannten neuen Geräten bringt Samsung mit dem 15-Zöller LW-15B13 auch seinen ersten kabellosen Flachbildfernseher auf den Markt. Mit diesem Gerät kann bis zu drei Stunden, unabhängig von jeglichem Kabelanschluß, ferngesehen werden. Dabei sorgt sein 5 GHz-Empfangsteil für eine deutlich bessere Bildqualität. miz



PO

RICOH



Fehlende Motivdetails – typisch für den schwachen Weitwinkelbereich vieler Digitalkameras. Deutlich mehr auf's Bild bringt das 28 mm Weitwinkelzoom der Caplio RX.



## Ricoh Caplio RX. Einfach mehr drauf.

Die neue Ricoh Caplio RX sorgt in jeder Situation dafür, dass alle wichtigen Motivdetails mit auf's Foto kommen. Wo viele andere Digitalkameras längst passen müssen, zeigt die Caplio RX einfach mehr Format. Der Weitwinkelbereich ihres optischen 3,6-fachen Hochleistungszooms entspricht einer Brennweite von 28 mm bei Kleinbild. Damit gelangen Ihnen die schönsten Schnappschüsse. Und dank des starken Telebereichs kommen sogar entfernte Motive ganz groß ins Bild. Dabei sorgen die kurze Auslöse-Reaktionszeit von nur 0,12 Sekunden und die Einschaltgeschwindigkeit von 0,9 Sekunden dafür, dass Sie die schönsten Momente nicht verpassen.



Hat mehr drauf:  
das Ricoh Zoom  
28 - 100 mm

RICOH EUROPE B.V. (EPMMC Center)  
Oberrather Straße 6  
D-40472 Düsseldorf  
Telefon (0211) 65 46-0  
Telefax (0211) 65 46-308

How well do you share?

**RICOH**  
Image Communication

[www.ricohpmmc.com](http://www.ricohpmmc.com)

# Interview mit Klaus-Dieter Dahl, General Manager Consumer Products der Toshiba Europe GmbH

## Dynamik im Home Cinema Markt

**Im Geschäftsbereich Consumer Products zählt die Toshiba Europe GmbH zu den Global Playern. PoS-MAIL sprach mit Klaus-Dieter Dahl, General Manager, über die Trends und Entwicklungen dieses Marktsegmentes.**

**PoS-MAIL:** Herr Dahl, wie sehen Sie die Entwicklungstendenzen im Bereich Home Cinema in den kommenden Monaten?

**Klaus-Dieter Dahl:** Die Erfahrungen der vergangenen Monate haben gezeigt, daß sich der Markt mit einer unglaublichen Dynamik entwickelt, und wir gehen davon aus, daß dieser Prozeß erst ganz am Anfang steht. Aus diesem Grund konzentrieren wir uns bei Toshiba auf die sogenannten Trendprodukte, wie z. B. LCD-TVs, Beamer, Rückprojektions- und Großbild-TVs sowie DVDs.

**PoS-MAIL:** Wie stellt sich die Marktposition von Toshiba in diesem Bereich ganz aktuell dar?

**Klaus-Dieter Dahl:** Laut GfK-Erhebung im Januar 2004 steht Toshiba bei LCD-TVs auf Platz 3, gemessen an den verkauften Stückzahlen. Bei Projektoren stehen wir umsatzbezogen auf Position 2. Dank unserer umfangreichen Rückpro-/Großbild-Range konnten wir uns sowohl wertmäßig als auch in verkauften Stückzahlen den zweiten Platz sichern.

**PoS-MAIL:** Wie wollen Sie dem ruinösen Preis-Dumping in diesen Produktgruppen begegnen?

**Klaus-Dieter Dahl:** Selbstverständlich müssen wir uns diesem Wettbewerb stellen. Dies tun wir, indem wir Basic-Produkte zu attraktiven Einsteigerpreisen anbieten und in einer zweiten Linie hochqualitative Komponenten mit

deutlich mehr Ausstattung und Nutzen, z. B. durch Pixel Processing II. In Verbindung mit diesem Mehrwert ist auch die Bereitschaft der Konsumenten erkennbar, mehr zu investieren. Gerade hier ist der Fachhandel gefordert, seine Beratungskompetenz unter Beweis zu stellen.

**PoS-MAIL:** Was empfehlen Sie Ihren Fachhändlern, der Schnäppchenmentalität der Konsumenten entgegenzusetzen?

**Klaus-Dieter Dahl:** Die Antwort ist ganz klar. Der Fachhandel muß seinen Kunden vermitteln, daß Design, Qualität und damit Lebensdauer sowie Service und Support deutlich pro Marke sprechen. Gerade der aufgeklärte Verbraucher weiß, daß nur derjenige Leistung bieten kann, der letztendlich auch Geld verdient. Innovative Technologien von Toshiba werden Sie deshalb



in Zukunft nicht als Stapelware im Discount-Bereich finden.

**PoS-MAIL:** Wo sehen Sie Toshibas Marktposition im Segment DVD?

**Klaus-Dieter Dahl:** Mit der Einführung neuer Produkte in den kommenden Monaten hält Toshiba sowohl für den Wettbewerb als auch für den Verbraucher noch einige Überraschungen bereit. Der steigenden Nachfrage nach

DVD-Recordern begegnen wir mit diversen neuen Modellen wie z. B. einer DVD-/Videorecorder-Kombination. Aufgrund des großen Einsatzes an innovativen Technologien gehen wir davon aus, daß unsere starke Marktposition im Bereich DVD weiter gefestigt und ausgebaut werden kann.

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

### PoS Aktuell

#### Rekordjahr bei Sharp dank anhaltendem Boom bei LCD-TVs

Sharp hat mit Rekordzahlen das vergangene Geschäftsjahr abgeschlossen. Der Umsatz stieg um 12,7 Prozent auf 2,25 Billionen Yen (17,1 Mrd. Euro), der Reingewinn konnte sogar um 86,3 Prozent auf 60,7 Milliarden Yen (460 Mio. Euro) im Vergleich zum Vorjahr gesteigert werden. Das hervorragende Ergebnis führt Sharp insbesondere auf die positive Entwicklung in den Bereichen LCD, LCD-TV und Elektronische Bauteile zurück. Die anhaltend starke Nachfrage und eine steigende Effizienz durch die Inbetriebnahme neuer Produktionsstätten läßt Sharp für das nächste Geschäftsjahr einen weiteren Rekordumsatz prognostizieren, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Speziell vom boomenden LCD-Fernseher-Markt werde Sharp

weiter stark profitieren. Helmut Engel, Präsident und Geschäftsführer Sharp Electronics Deutschland: „Die Entwicklung des Flachbildfernseher-Marktes war bisher vergleichbar mit einer Bergetappe beim Radrennen, es ging zwar steil bergauf, dafür mußte aber auch kräftig gestrampelt werden. Was jetzt kommt, ist die Schußfahrt.“ Sharp setzt hierbei in Deutschland ganz auf den Fachhandel. „Wir sind in allen dafür qualifizierten Fachgeschäften mit LCD-Fernsehern präsent“, so Engel. Deutlich wurde dies auch bei der im April bundesweit durchgeführten „Tour der Innovationen“, bei der sich mehr als 700 Fachhändler über die neuesten Sharp Highlights aus dem Bereich CE informierten.

#### Neuer Marketing-Chef bei Sony Computer Entertainment

Ulrich Barbian, bislang Senior Marketing Manager bei der Sony Computer Entertainment Deutschland GmbH, wurde mit Wirkung zum 1. April 2004 zum Marketing



Director des Unternehmens ernannt. Die Beförderung ist eine Anerkennung der Erfolge, die er in den vergangenen Jahren für SCE erzielt hat, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Barbian habe maßgeblich dazu beigetragen, daß PlayStation mit einer Markenbekanntheit von 94 Prozent (in der Kernzielgruppe Männer zwischen 14 und 29 Jahre) inzwischen als Synonym für spannungsgeladene Videospiele-Entertainment im Wohnzimmer steht. Zahlreiche preisgekrönte Kampagnen, darunter aktuell der vom ADC mit einem Goldenen Nagel ausgezeichnete TV-Spot „Mountain“, sind unter Barbians Ägide entwickelt worden. In seiner neuen

Position will Ulrich Barbian verstärkt den Fokus darauf richten, den Bekanntheitsgrad der Marke PlayStation bei einer erweiterten Zielgruppe (Frauen und Männer zwischen 14 und 40 Jahren) weiter auszubauen. Aktuell arbeitet Barbian gemeinsam mit den beauftragten Agenturen an der Implementierung der neuen Positionierungs-Strategie von SCE, Gaming in der Bevölkerung als gleichwertige Unterhaltung zu Film und Musik sowie als vorurteilsfreie und relevante Freizeitbeschäftigung zu etablieren.

#### Neuer Zentral- und Osteuropacheef bei Pinnacle Systems


Stefan Kühn ist ab sofort neuer Regional Manager Central & Eastern Europe bei Pinnacle Systems. Er ist Nachfolger von Armin Fendrich, der Pinnacle Systems im Herbst vergangenen Jahres verlassen hat. Stefan Kühn war zuvor Senior Manager Retail EMEA bei Motorola und verantwortete den Aufbau der B2C-Vertriebskanäle



und interner Strukturen im Unternehmensbereich Broadband Communications. Von Mai 2000 bis Dezember 2002 hat er den Aufbau der deutschen Handspring-Niederlassung verantwortet, dort als Regional Sales Manager neue Vertriebsstrukturen Mitteleuropa aufgebaut und die Handspring-Handhelds und Smartphones in allen relevanten Vertriebskanälen platziert. Von 1993 bis 2000 war Kühn bei Apple. Dort war er unter anderem als Sales Manager für die Unternehmensbereiche Distribution und Retail Deutschland verantwortlich. In dieser Zeit reorganisierte er die deutschen Distributionskanäle und baute das Retail-Geschäft neu auf.

# *Dolby Digital für die Augen.*

*Samsung Hyper-Vision-Home-Theatre-Anlage HT-DS 1000 in visionärem Design.*



In jeder Hinsicht eine sinnliche Erfahrung: Samsung Hyper-Vision-Home-Theatre-Anlage HT-DS 1000. Das Design pure Ästhetik, die Leistung mitreißend, voller Kraft und durch den Super Digital Sound Master im ganzen Raum so präsent, dass man alles um sich herum vergisst. Und so war großes Kino ja von Anfang an gedacht. Erleben Sie unsere Stärke im Inneren. [www.samsung.de](http://www.samsung.de)

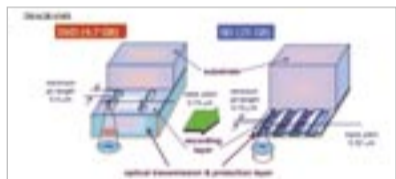
**SAMSUNG**

# Viel Platz für Filme, Bilder und Daten: Die „Blue ray Disk“ kommt

Die Zeit ist reif für die mit viel Vorschußlorbeer bedachte „Blue ray Disk“, den Wechselspeicher auf Basis der Optical Disk mit 20 bis 27 Gigabyte Speicherplatz und nahezu gleichen Abmessungen wie eine DVD. Die Zeit ist reif, weil hochauflösende Fernsehbilder und Videofilme trotz effektiver Datenkompression sehr speicherhungrig sind, wie man bildhaft sagt, und deshalb zur Aufzeichnung und Archivierung, aber auch zur Distribuierung von Videofilmen mit HD-Auflösung die Verfügbarkeit von Medien mit viel Speicherplatz eine Grundvoraussetzung ist. Noch vor wenigen Jahren hätten die meisten Anwender und Konsumenten fassungslos auf Datenspeicher-Kapazitäten dieser Größenordnung geschaut und nicht gewußt, wo eine ausreichende Menge sinnvoller Informationen zu finden wäre, um sie zu beschreiben. Doch inzwischen werden schon in einigen Ländern HDTV-Programme ausgestrahlt, und in Europa steht die Einführung des hochauflösenden Fernsehens bevor. Deshalb wird es einen großen Markt für Blue ray und HD-DVDs geben.

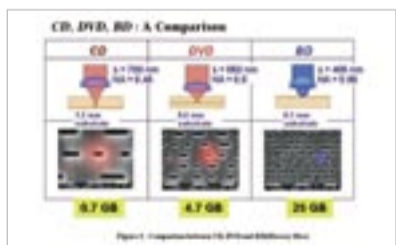
## Blue ray? AOD? Double Layer DVD? Oder alle drei?

Wie schon oft, konnte sich die Industrie auch diesmal nicht im Vorfeld einigen, welches allgemein verbindliche Format die zukünftige High Density (HD) Optical Disk haben soll. Zu gegensätzlich sind die unterschiedlichen Interessen von Hardware-Herstellern und Filmindustrie, zu groß die wirtschaftliche Konkurrenz zwischen Firmengruppierungen und Konzernen, und zu verschieden die



Durch die Verkleinerung von Pitch-Abstand und Pit-Länge und den Einsatz von blauem, statt rotem Laserlicht kann die fünffache Datenmenge einer herkömmlichen DVD auf der Blue ray Disk untergebracht werden.

jeweiligen strategischen Ziele der an der Standardisierung und Herstellung beteiligten Unternehmen. Vielleicht ist technischer Wettbewerb bei der Durchsetzung des eigenen Formats gegenüber dem Medienformat des Mitbewerbers



Vergleich von Pitch-Abstand, Pit-Größe und Substrat-Dicke bei CD, DVD und Blue ray Disk

ja eine Garantie dafür, daß der Verbraucher das beste nach dem Stand der Technik machbare Produkt erhält. Der aktuelle Stand: Das DVD-Forum, ein Konsortium von Hardware- und Softwareherstellern für die DVD, hat nach dem Read-Only-Format der HD-DVD inzwischen auch die wiederbeschreibbare HD-DVD standardisiert. Dieses von Toshiba und NEC entwickelte Format „HD-DVD (High Density DVD)“,

auch als „AOD“ (Advanced Optical Disc) bekannt, basiert auf blauem Laserlicht und soll nach Auffassung des Konsortiums das bisherige, mit rotem Laserlicht arbeitende DVD-Format ablösen.



Seit April dieses Jahres bietet Sony in Japan bereits einen Blue ray-Recorder an: Der BDZ-S77 soll für umgerechnet 3.500 Euro zu haben sein. Die Video-Aufzeichnung von HD-Programm-Material erfolgt mit bis zu 1.920 x 1.080 Pixeln. Die ersten Blue ray DVD-Medien haben eine Kapazität von 23 GB und kosten ca. 27 Euro.

Der entscheidende Vorteil des neuen Standards ist seine im Vergleich zu herkömmlichen DVDs weit höhere Speicherkapazität. Durch die kürzere Wellenlänge des blauen Laserlichts gegenüber



Das Anschlußterminal des Sony Blue ray Recorders BDZ-S77 mit elektrischem und optischem Digital Out

rotem Laserlicht lassen sich die Datenspuren enger benachbart aufzeichnen. Bis zu 20 Gigabyte können auf einem wiederbeschreibbaren Medium gespeichert werden. Das Read-Only-Format



Der Einzugschlitten des Sony Blue ray Recorders BDZ-S77

der HD-DVD faßt immerhin bis zu 15 Gigabyte Daten und wurde vom DVD-Forum bereits im November 2003 verabschiedet. Erste Hardwarelösungen für HD-DVD wurden auf der CeBIT 2004 vorgestellt und kommen in diesem Jahr auf den Markt. Die konkurrierende Blue ray Technologie verwendet ebenfalls blaues Laserlicht und bringt bis zu 27 Gigabyte Daten auf einer DVD unter. Den Blue ray Standard unterstützen elf Unternehmen, die sich in der Organisation „The Blue



Die Blue ray Medien sind zum Schutz der empfindlichen Oberfläche gegen Beschädigungen und Verunreinigungen in einer Cartridge konfektioniert.

ray Disc Founders“ zusammengeschlossen haben, um die Durchsetzung von Blue ray zu unterstützen und voranzutreiben. Das Blue ray Optical Disk Format ist jedoch, im Gegensatz zur HD-DVD, nicht abwärtskompatibel zu herkömmlichen DVDs und DVD-Geräten und außerdem in der Herstellung deutlich teurer. Im April hat Sony in Japan seinen ersten Blue ray-DVD-Recorder schon auf den Markt gebracht.

## Double Layer Geräte schon serienreif

Unabhängig und nicht in Konkurrenz zu Blue ray und HD-DVD haben mehrere bedeutende Hersteller eine DVD-Technologie mit Medien aus zwei übereinander liegenden beschreibbaren Schichten entwickelt. Dadurch wird der nutzbare Speicherplatz nahezu verdoppelt, von bisher 4,7 GB auf 8,5 GB. Eine hohe Nachfrage nach Double Layer DVD-Geräten und -Medien erwarten die Hersteller vor allem wegen der zunehmenden Anzahl (legaler und illegaler) Kopien von

Spielfilmen und anderem digitalem Video-Material mit hoher Dateigröße. Bisher mußten Anwender in solchen Fällen die Datenmenge durch höhere Kompression verringern und dabei Qualitätsverluste hinnehmen oder den Film auf zwei



Als internes und externes Double Layer DVD-Recorder Laufwerk sind der Sony DRU-700A und DRX-700 UL bereits verfügbar.

oder mehrere DVDs verteilen. Hardware-Produkte und Medien für Double Layer DVD sind bereits verfügbar oder kommen in diesem Jahr auf den Markt. So haben z. B. Pioneer, Philips und Mitsubishi Kagaku schon Prototypen von Double Layer Modellen im DVD-R und DVD+R Format vorgestellt. Die 8,5 GB Double Layer Technologie basiert voll auf den Spezifikationen des DVD-Standards und ist schon seit Mitte der 90er Jahre detailliert spezifiziert. Die zweischichtigen DVDs können von fast allen modernen DVD-Abspielgeräten gelesen werden. Zum Beschreiben von zweischichtigen Medien benötigt man jedoch neue, dafür ausgelegte DVD-Recorder,



Blue ray Medien entsprechen in ihrer Größe den DVD-Medien und sind gegen Beschädigungen durch eine Cartridge geschützt.

denn die Optik des Lasers muß beim Schreibvorgang exakt auf den oberen oder unteren Layer (aktive Schicht) fokussiert werden. Mitsubishi eröffnet mit seinen Produkten die Möglichkeit, zweischichtige DVDs mit jeweils einer Schicht auf der oberen und unteren Seite der Disk zu beschreiben. Allerdings müßte der Anwender dabei den Rohling aus dem Laufwerk nehmen und mit der Hand umdrehen, wenn er die zweite Seite beschreiben oder abspielen will. Das Fassungsvermögen beträgt dann 9,4 GB. Möglicherweise werden irgendwann auch DVD-Rohlinge angeboten werden, bei denen

auf beiden Seiten zwei Schichten beschrieben werden können, verlautebarte es von seitens Mitsubishis. Das würde dann der vierfachen Speicherkapazität heutiger DVDs entsprechen.

## 4 Stunden Non-Stop DVD-Cinema: Sony DRU-700A und DRX-700 UL

Mit Sonys neuen Double Layer Dual-RW DVD-Laufwerken vom Typ DRU-700A und DRX-700 UL gehören Unterbrechungen der Filmvorführung durch die Notwendigkeit des Wechsels der DVD der Vergangenheit an. Bis zu vier Stunden Filmvergnügen an einem Stück passen auf die Dual-RW Rohlinge. Realisiert wird das durch die neue Double Layer Technologie, die ein Beschreiben und Abspielen auf zwei Ebenen der DVD ermöglicht. Die DVD+R DL (Double Layer) Technologie verdoppelt die Spielzeit von DVD-Rohlingen von zwei auf vier Stunden (8,5 GB).

Sonys Double Layer Technologie wird in zwei Versionen angeboten: Das DRX-700UL ist ein externes Laufwerk für den Betrieb an PCs oder Mac Computern, das je nach Platzangebot horizontal oder vertikal aufgestellt betrieben werden kann. Das interne Einbau-Laufwerk DRU-700A ist durch seine kürzere Bauform besonders einfach zu installieren. Die Frontseite kann mit den drei zur Verfügung stehenden Farben Weiß, Silber oder Schwarz optimal an einen bereits vorhandenen PC angepaßt werden. Die DVD+R DL Rohlinge sind außerdem kompatibel zu bisherigen DVD-ROM-Laufwerken und DVD-Playern. Das Double Layer Format beschreiben beide Sony-Laufwerke mit der Geschwindigkeit von 2.4x. Konventionelle DVD+R werden mit 8facher und DVD+RW mit 4facher Geschwindigkeit beschrieben. Beide Dual-RW-Laufwerke beschreiben DVD-R mit 8facher und DVD-RW mit 4facher Geschwindigkeit. CD-R/RW werden mit 40facher bzw. 24facher Geschwindigkeit beschrieben. Abgespielt werden CD-ROMs mit 40facher und DVD-ROMs mit 12facher Geschwindigkeit. Zusammen mit einem reichhaltigen Softwarepaket sind die beiden Double Layer Laufwerke verfügbar zum UVP von: DRU-700A: 249,- Euro, DRX-700UL: 349,- Euro.

# JVC präsentiert neuen Kombi-Recorder

## DVD und VHS unter einem Dach

**Mit dem DVD/VHS-Recorder DR-MV1 präsentiert JVC eine neue Gerätekombination. Da jedes Gerät über einen eigenen Tuner verfügt, können beide Recorder unabhängig voneinander betrieben werden.**

Durch die getrennte Bedienmöglichkeit der Recorder lassen sich mit dem Doppeltuner zeitgleich unterschiedliche Programme aufzeichnen – einmal auf DVD und einmal auf VHS. Oder es besteht die Möglichkeit, das eine Gerät zur Wiedergabe zu nutzen, während das andere parallel als Recorder fungiert. Auch „innerhalb“ des Multi Format DVD-Recorders lassen sich zur gleichen Zeit Aufnahme und Wiedergabe oder zeitversetztes Fernsehen (Live Memory) realisieren. Auch DVD- oder VHS-Aufnahmen von externen Quellen, z. B. einer Digitalkamera, sind über

den DV-Eingang möglich. Auf diese Weise können auch Digital-zu-Digital-Wandlungen realisiert werden. Die zur Verfügung stehende automatische Bildformatschaltung (16:9/4:3) und die entsprechende Aufnahme bzw. Wiedergabe sind weitere Features.

### Kopierstation

Ein besonderer Vorteil des DR-MV1: Er eignet sich mit der Übertragung von VHS-Material auf DVD als Kopierstation. Hierzu hat JVC eine ganz besondere Technik eingebaut: Während der Übertragung von VHS auf DVD wird die ursprüngliche VHS-Qualität durch die hochentwickelten Rauschunterdrückungssysteme und den integrierten TBC (Time Base Corrector) sichtbar verbessert, indem Rauschen und störende Jitter-Effekte eliminiert werden. Damit wird es möglich, alte VHS-Filme sichtbar aufzuwerten und in digitaler Form auf DVD zu archivieren. Die praktische Eintasten-Kopier-



Der Multi-Format-DVD-Recorder DR-M10 ist mit zahlreichen Formaten kompatibel, d. h. für die Aufnahme: DVD-RAM, DVD-R, DVD-RW (VR und Video) und DVD-R und die Wiedergabe: DVD-RAM, DVD-RW, DVD-Video, CD, CD-R/RW, S/VCD, VCD sowie MP3/JPG.

funktion erleichtert dabei die Bedienung, wobei auch das Kopieren in beide Richtungen – von VHS auf DVD und umgekehrt – möglich ist.

Bei dem DVD-Recorder handelt es sich um das JVC-Modell DR-M10, ein Allround-Talent mit Bedienungskomfort. Als Multi-Format-DVD-Recorder ist er mit zahlreichen Formaten kompatibel, d. h. für die Aufnahme: DVD-RAM, DVD-R, DVD-RW (VR und Video) und DVD-R und die Wiedergabe:

DVD-RAM, DVD-RW, DVD-Video, CD, CD-R/RW, S/VCD, VCD sowie MP3/JPG. Ein weiterer Pluspunkt ist die Bildqualität, die mit Hilfe der progressiven Bildtechnologie (625/25p) ein bisher kaum für möglich gehaltenes Niveau erreicht. Im Aufnahmemodus spielt der verbesserte Super MPEG Encoding Pre-Processor seine Vorteile aus, zumal noch ein integrierter Frame Synchronizer und die aktive Bewegungskompensation (Motion Active Noise Reduc-

tion) zum Einsatz kommen. Bei der Wiedergabe sorgt der ebenfalls verbesserte Super MPEG Post-Processor im Zusammenspiel mit speziellen Filtereinstellungen (Colour DigiPure, Black Noise Reduction, Hadamard Noise Reduction) für die optimale Bildqualität.

Auch der VHS-Recorder, der als HiFi-Stereo-Gerät ausgelegt ist, gehört zu den Besten seiner Klasse. Die hohe Bildqualität wird auch hier durch das bewährte B.E.S.T. Aufnahme- und Wiedergabesystem gewährleistet, so daß sowohl bei der Aufzeichnung als auch bei der Überspielung auf DVD die bestmögliche Qualität erzielt wird. Als vollwertiger VHS-Recorder bietet er auch Komfort-Features wie bequeme Programmierung mittels ShowView Deluxe und Auto VPS sowie T-V Link.

Der Doppelrecorder DR-MV1 ist seit Mai lieferbar (UVP: 749,- Euro). *miz*

### PoS Aktuell

#### Sanyo erweitert seine Herstellergarantie

Ab 1. Juni erhöht Sanyo für seine Digitalkameras die Herstellergarantie von derzeit einem Jahr auf drei Jahre. Das Unternehmen wird allen Digital Imaging Produkten eine entsprechende Garantiekarte beilegen. Auf dieser Karte findet der Kunde Informationen über die neue Serviceregulierung. Die Kunden können sich wahlweise online auf der Sanyo Homepage registrieren lassen oder per Postkarte, die der Garantiekarte beigelegt ist.

#### Fujitsu und Samsung streiten um Patente

Der japanische Elektronikkonzern Fujitsu klagt gegen seinen südkoreanischen Konkurrenten Samsung. Das japanische Unternehmen wirft dem Wettbewerber Patentverletzungen bei der Herstellung von Plasma-Flachbildschirmen vor. Fujitsu will in Japan und den USA gerichtlich ein Import- und Verkaufsverbot für Samsungs Plasmabildschirme durchsetzen und fordert eine Entschädigung. Japan und die USA sind die zur Zeit weltweit größten Plasma-TV-Märkte. Fujitsu hat als erstes Unternehmen 1967 mit der

Entwicklung von Plasma Displays begonnen und stellte 1992 der Öffentlichkeit den ersten produktionsreifen Plasma-Bildschirm vor, der mit einer Bilddiagonale von 21 Zoll (53 Zentimeter) alle damals existierenden Flachdisplays übertraf. Fujitsu hält nach eigenen Angaben mehr als 800 Patente für die Herstellung von PDPs. In der Klage gegen Samsung wendet sich Fujitsu gegen die Nutzung seiner Technologien zur Erhöhung der Leuchtkraft und der Verlängerung der Lebensdauer der Plasmazellen durch Samsung. Vor dem kalifornischen Bundesbezirksgericht bezichtigt Fujitsu Samsung der Verletzung von zehn Fujitsu Patenten für Plasma-Displays. Mit der Klage will Fujitsu seine technologische Führung für diesen Produktbereich und die von einem Gemeinschaftsunternehmen von Fujitsu und Hitachi gehaltene Marktführung bei Plasma-Displays verteidigen.

Das Joint-venture von Fujitsu/Hitachi hält zur Zeit 25 Prozent des Weltmarktanteils für Plasma-Bildschirme. Samsung ist mit ungefähr 20 Prozent bereit, auf die Überholspur zu wechseln. Mit den Mitbewerbern Matsushita Electric Industrial und Pioneer, die auch von Fujitsu patentierte Technologien nutzen, hat Fujitsu sich bereits auf die Zahlung von Entschädigungen einigen können. Die entsprechenden Verhandlungen mit LG Electronics laufen noch. Auch mit Samsung hat Fujitsu nach eigenen Angaben ver-

sucht, eine „vernünftige Entschädigung“ auszuhandeln. Erst als keine Einigung mit Samsung zustandekam, habe man die Gerichte bemüht. „Fujitsu hat über 30 Jahre bedeutende Ressourcen in die Entwicklung einer kommerziell nutzbaren PDP-Technik gesteckt“, erklärte Masanobu Kato, Chef der Fujitsu-Abteilung für geistiges Eigentum. „Mein Unternehmen kann nicht zulassen, daß andere Erfindungen Fujitsus ohne eine angemessene Entschädigung nutzen.“

#### Management-Wechsel bei NEC-Mitsubishi

Die NEC-Mitsubishi Electronics Display-Europe GmbH hat einen Wechsel in der Besetzung des oberen Managements bekanntgegeben: Mit Wirkung vom 16. Mai übernahm Nick Akagi (49) die Position des Managing Directors der Hauptverwaltung von NEC-Mitsubishi Electronics Display-Europe GmbH, München. Katsuhiko Koike, Member of the Board of NEC-Mitsubishi in Japan und Europa Managing Director seit 2002, kehrte wie geplant zu Mitsubishi Electric in Japan zurück. Die Position des Division General Manager of Europe wurde an Nobutsugu Kurisaka, Vice President, COO and Member of the Board of NEC-Mitsubishi Electric Visual Systems Corp., Japan, übergeben. In seiner neuen Position als European Managing Director wird Nick Akagi verantwortlich sein für die European Headquarters, eingeschlos-

sen NEC-Mitsubishi Electronics Display-UK Ltd. (inklusive UK and Skandinavien), NEC-Mitsubishi Electronics Display-France S.A.S. (Frankreich, Spanien, Portugal) und die Verkaufsgebiete Central Europe (Deutschland, Schweiz, Österreich), Süd- und Osteuropa sowie Rußland, die drei Baltischen Staaten und Finnland.

#### Sony senkt Preise für Plasma-Monitore

Für die Präsentation am PoS oder Pol, im Einzelhandel, auf Messen, Flughäfen oder öffentlichen Lokalitäten wie Hotels oder Restaurants sind Plasma-Displays besonders geeignet. Wer bei den Präsentationsinhalten auf Bewegtbilder setzt, hinterläßt bleibende Eindrücke bei den Betrachtern. Mit einer deutlichen Preissenkung will die Division Professional Solutions Europe von Sony Deutschland GmbH bei allen drei Plasma-Monitoren der aktuellen PFM-Serie die Entscheidung für die gewinnbringende Investition in modernste Präsentations-Technologie erleichtern: Das Einstiegsmodell PFM-42V1E mit WVGA-Auflösung ist als 42-Zoll-Gerät (106 cm) jetzt bereits für 3.900 Euro (plus MWSt.) erhältlich. Der PFM42-B2E, ebenfalls mit einer Bilddiagonale von 42 Zoll, besitzt mit 1.024 x 768 Bildpunkten XGA-Auflösung. Bei diesem Modell senkte Sony den Endpreis um 1.300 Euro auf jetzt 4.690 Euro (plus MWSt.). Das 50 Zoll XGA-Top Modell kostet nach der Preissenkung anstatt

9.490 Euro 8.000 Euro (plus MWSt.). Die professionellen Präsentations-Displays bieten den Angaben des Herstellers zufolge klare, kontrastreiche und helle Bilder, die auch bei einem Betrachtungswinkel von 160 Grad sehr gut sichtbar sind. Panels der PFM-Serie bieten dank einer Anti-Reflexionsschicht auch in hellen Umgebungen perfekte Bildqualität. An den bei den Modellen PFM-42V1E und PFM-50C1E integrierten, digitalen Audioverstärker können optionale Lautsprecher angeschlossen werden. Für den PFM-42B2E sind optional horizontale oder vertikale Aktiv-Lautsprecher verfügbar. Alle drei Modelle sind mit einem Scan-Konverter der Spitzenklasse ausgestattet, der unterschiedlichste Eingangssignale erkennt und optimal für das Display konvertiert. Dadurch werden Videos, Grafiken und Texte scharf und pixelgenau dargestellt. Außer im üblichen Breitformat sind die Bildschirme auch im Hochformat nutzbar.

Zu beziehen sind die Displays über die IT-Distribution: Actebis Computer Deutschland GmbH, BHS Binkert GmbH, Delo Computer GmbH, Ingram Micro Distribution GmbH, Tech Data Deutschland GmbH, OE-Distribution: Anders + Kern GmbH, MultiVision GmbH sowie über alle SBE (D) autorisierten Sony Partner und alle teilnehmenden IT-/AV-Händler.

# Panasonic DIGA

# Vielseitiges DVD-Recording

**Panasonic hat seine DIGA-Serie um fünf neue Geräte erweitert. Dabei hat das Unternehmen unterschiedliche Produktkonzepte realisiert, die sich sowohl an Einsteiger ins DVD-Recording als auch an Umsteiger aus der VHS-Welt oder Videofilmer richten.**

Mit dem DMR-E95H bringt Panasonic einen digitalen Alleskönner für das Wohnzimmer. Er speichert Videos auf Festplatte oder DVD, überspielt Filme in hoher Geschwindigkeit von einem Medium auf das andere, gibt Filme während der Aufzeichnung wieder, speichert Fotos und selbstgedrehte Videos, spielt Musik im MP3- und DVD-Audio-Format und ist dabei dank übersichtlicher Programmlisten und guter Benutzerführung einfach zu bedienen.

Der DMR-E95E zeichnet bis zu 284 Stunden Video auf der eingebauten 160 Gigabyte Festplatte auf. Bevor das Material auf DVD überspielt wird, kann es bearbeitet und so zum Beispiel von Werbeblöcken „befreit“ werden. Je nach gewählter Videoqualität passen zwischen einer und 16 Stunden Video auf eine beispielbare DVD. Der Recorder kann sowohl DVD-RAM als auch DVD-R bespielen. Die Aufnahmequalität läßt sich in fünf Stunden einstellen. So passen zwischen einer Stunde Video in bester Qualität und 16 Stunden im „Extra Long Recording Mode“ auf eine DVD. Ein „Flexible Recording Mode“ paßt die Aufzeichnungsqualität an den zur Verfügung stehenden Platz auf der DVD und die Länge des aufzuzeichnenden Films an und sorgt dafür, daß die Aufzeichnung in bestmöglicher Qualität bis zum Schluß auf die beispielbare Scheibe paßt. Reicht der Platz auf der eingelegten DVD nicht mehr aus, wird das Ende des Films sogar automatisch auf der Festplatte weiter gespeichert. Auch wenn noch keine DVD eingelegt ist, sorgt diese Funktion für einen problemlosen Mitschnitt auf der Festplatte. Um Filme schnell von

der Festplatte auf DVD zu übertragen, genügt ein Tastendruck. Dabei sorgt das Laufwerk mit dreifacher Geschwindigkeit bei DVD-RAMs für genügend Tempo. DVD-Rs werden sogar mit vierfacher Geschwindigkeit beschrieben. Die Aufnahmen landen auf der DVD mit gleich hoher Qualität, wie sie auf der Festplatte gespeichert waren.

Digitale Fotos lassen sich per SD-Karte oder PC-Card einfach auf der Festplatte oder DVD-RAM archivieren und auf dem Fernseher als „Diashow“ anzeigen. Digitale Camcorder finden über den digitalen DV-Eingang am DMR-E95H Anschluß. Die selbstgedrehten Videos landen dann verlustfrei auf Festplatte oder DVD-RAM. Dabei werden automatisch sogenannte Playlisten erstellt, die das Finden von Szenen erleichtern. Unerwünschte Szenen können einfach und ohne den Einsatz eines Computers herausgeschnitten und gekürzt werden.

Mit 25 hochauflösenden Videobildern pro Sekunde versorgt der „Progressive Scan“-Chip im PAL-Modus wahlweise Plasma TVs, LCD-Fernseher oder LCD-Beamer, die diese Bilder dann in brillanter Qualität darstellen können.

Die Aufnahmefunktion ermöglicht sowohl zeitversetztes Fernsehen während der Aufnahme als auch die gleichzeitige Aufnahme eines Programms, während eine andere Aufzeichnung wiedergegeben wird. Die „Time Slip Funktion“ ermöglicht zu jeder Zeit das Zurückspringen in der Aufzeichnung, zwischen einer Minute und acht Stunden vor dem Aufnahmezeitpunkt. Mit der Quick View-Funktion läßt sich eine Aufnahme



in 1,3facher Geschwindigkeit mit Ton wiedergeben, was das Auffinden von Szenen erleichtert. Der DMR-E95H ist ab Juli lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis steht zur Zeit noch nicht fest.

## Für verschiedene DVD-Recording Ansprüche

Mit den vier DVD-Recordern DMR-E85H, DMR-E75V, DMR-E65 und DMR-E55 verstärkt Panasonic außerdem seine DIGA-Serie. Alle Modelle bieten fünf Recording Modi an: vom XP-Modus (1 Std. auf 4,7 GB DVD-RAM/-R) bis zum EP-Modus (max. 16 Std. auf 9,4 GB DVD-RAM). Besonders praktisch ist die FR (Flexible Recording)-Einstellung. Hierbei werden der Speicherbedarf des ausgewählten Titels und das Speicherangebot der eingelegten DVD ermittelt und die Aufzeichnung automatisch in der bestmöglichen Bildqualität gestartet. Der neue Direct Navigator zeigt übersichtlich von jeder Aufzeichnung ein Bild mit dem eingegebenen Titel an. Einfach auf das Bild klicken, welches übrigens beliebig aus dem Aufnahme-Material gewählt werden kann, und die Wiedergabe beginnt. Ganz Eilige werden sich über Quick View freuen, der Aufzeichnungen plus Ton mit 1,3 facher Geschwindigkeit wiedergibt. So lassen sich etwa gespeicherte Nachrichtensendungen schneller auf relevante News durchsuchen. Der DMR-E85H zeichnet nicht nur auf DVD-RAM und DVD-R, sondern zusätzlich auf seiner 80

GB-Festplatte auf. Im EP-Modus finden dort bis zu 142 Stunden Programm Platz. Filmfans können also knapp sechs Tage Programm nonstop speichern. Mit nur einem Tastendruck wird der Datentransfer von der Festplatte auf DVD in Gang gesetzt, der dank High Speed Recording – 24fach zu DVD-RAM und 32fach zu DVD-R – im Nu abgeschlossen ist.

VHS oder DVD? Mit dem DMR-E75V ist die Antwort schnell gefunden: beides. Der DMR-E75V kann sowohl DVDs als auch VHS-Kassetten aufnehmen und abspielen. Damit eignet er sich insbesondere für die Anwender, die eine Videosammlung besitzen und dennoch nicht länger auf DVD-Komfort verzichten möchten. Ein Tastendruck startet den „One-Touch-2-Way-Transfer“, und schon wird das VHS-Videomaterial auf DVD übertragen. Schneller und bequemer läßt sich eine Videosammlung nicht in eine DVD-Sammlung umwandeln. Die Aufzeichnung ist natürlich auch in umgekehrte Richtung von DVD auf VHS-Band möglich. Mit seinen integrierten Tunern kann der DMR-E75V sogar zwei Programme gleichzeitig aufzeichnen – einmal auf DVD, einmal auf VHS.

Videofilmer, die ihre Camcorder-Aufnahmen verarbeiten und speichern möchten, sind mit dem DMR-E65 bestens beraten. Sobald der Camcorder an den DV-Eingang des DVD-Recorders angeschlossen ist, startet das Auto-Recording auf DVD. Dabei wird automatisch eine Playlist erstellt, die später das Auffinden gesuchter Szenen er-

leichtert. Mit seinem SD/PC-Karteneingang ist der DMR-E65 außerdem für die Speicherung und Wiedergabe von JPEG- und Tiff-Daten bestens gerüstet. So finden auch Fotos von einer SD Memory Card oder einer Speicherkarte den Weg auf eine DVD-RAM. Mit der Dia-Show-Funktion können die Aufnahmen aber auch einfach auf dem TV angezeigt werden.

Auch das Einsteigermodell DMR-E55 bietet zahlreiche Features. Sämtliche Time Slip-Funktionen beherrscht es aus dem Effeff und nutzt den Flexible Recording-Modus für eine Ausnutzung der DVD-Kapazitäten bei bestmöglicher Bildqualität. Für Bildbrillanz sorgt auch hier Progressive Scan. Mit dem entsprechenden Bildschirm oder Projektor sorgt der DMR-E55 für scharfe Bilder. *miz*

## Neuer Hauptgeschäftsführer

Mit sofortiger Wirkung hat Yorihsa Shiokowa als Chief Executive Officer die Hauptgeschäftsführung der Panasonic Deutschland GmbH (PDG) übernommen. Gemeinsam mit COO Takeo Endo soll er für eine Fortsetzung der positiven Entwicklung bei Panasonic sorgen. Yorihsa folgt Joachim Reinhardt, der sich als COO der Matsushita Electric Europe Ltd. wieder auf seine europäischen Aufgaben konzentriert und gerade zum Executive Officer der Muttergesellschaft berufen wurde.



Panasonics neuester DIGA-DVD Recorder DMR-E95H speichert bis zu 248 Stunden Lieblings-Filme auf Festplatte (160 GB) und archiviert per Knopfdruck Filme auf DVD-RAM oder DVD-R. Zudem speichert der Recorder auch Fotos und selbstgedrehte Videos, spielt Musik im MP3- und DVD-Audio-Format und ist einfach in der Bedienführung.

-  **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 Bliemer GmbH, 40678 Ratingen, Fredigstr. 18-20, Telefon (02102) 3021-0



[www.cat-verlag.de](http://www.cat-verlag.de) • [www.foto-contact.de](http://www.foto-contact.de)  
[www.worldofphoto.de](http://www.worldofphoto.de) • [www.pos-mail.de](http://www.pos-mail.de)  
[www.prepressworld.de](http://www.prepressworld.de)  
[www.worldofprint.de](http://www.worldofprint.de) • [www.worldofprint.com](http://www.worldofprint.com)



Dauerbrenner bei Sharp: Der tragbare, batteriebetriebene 15" LCD-TV, der sich besonders gut für die kommenden Sportevents als mobiles Gerät verkaufen läßt, vorgestellt von Andreas Schuur, Key Account Manager Kooperationen, und Jörg Christiansen, Vertriebsleiter Retail Sales Division.



Von links nach rechts: Detlef Kratz (Hifi im Hinterhof, Berlin) und Dietmar Knaup (Vorstand der DK Digital AG) sowie Leo Schwarte (Audioforum, Hamm). DK Digital präsentierte erstmalig auf der R.I.C. Messe eine große Palette von Flachdisplays.



Kunden auf Einkaufstour: hier Dirk Wittmer, Waltraud Dutkiewicz und Wilfried Johann von Red Zac in Ratingen.



Holger Schön, Senior National Key Account Manager, und Ralf Tappendorf, Bezirksleiter Leipzig, präsentieren die nächste Generation Pixel Plus II.

# R.I.C.-Kongreß in Leipzig

## Positive Bilanz

**Eine rundum gelungene Kongreß-Premiere am Messe-Standort Leipzig konnte die R.I.C. GmbH als Fazit ihrer diesjährigen Hauptveranstaltung bilanzieren.**

„Rund 1.300 Mitgliedsbetriebe an zwei Messetagen, zufriedene Aussteller und eine gute Organisation in einem phantastischen Ambiente auf der Neuen Messe Leipzig – der dritte R.I.C.-Kongreß hatte alles, was zu einer positiven Veranstaltung gehört“, so Werner Winkelmann, Sprecher der Geschäftsführung der R.I.C. GmbH. Zu der Erfolgsbilanz der Veranstaltung, die vom 2. bis 4. April stattgefunden hat, gehört auch die Weichenstellung für die Zukunft der Kooperation, die in den Versammlungen der Ruffach- und Interfunk-Mitglieder am ersten Kongreßtag vollzogen worden war: Einstimmig wurden hier notwendige Änderungen von Satzungen und Gesellschaftervertrag beschlossen, um den Start der Euronics Deutschland eG zum 1. Oktober zu ermöglichen. Damit baut die Kooperation ihre Wettbewerbsfähigkeit weiter aus und stärkt ihre Position als zweitgrößter Marktteilnehmer.

Insgesamt reisten rund 3.000 Mitglieder zum neuen Kongreß-Veranstaltungsort Leipzig und nutzten

das breite Angebot der über 200 Aussteller von Industrieseite. Besonders großes Interesse fanden dabei die Neuheiten aus den Bereichen Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und IT, die im Rahmen der CeBIT 2004 bereits vorgestellt worden waren, heißt es im Abschlußbericht des R.I.C.-Kongresses. Die Messe bot damit zahlreichen Händlern nochmal die Möglichkeit, sich an zwei Tagen mit den neuesten Produkten der digitalen Welt vertraut zu machen;

dies nicht zuletzt auch angeregt durch die Themen der R.I.C.-Präsentation am ersten Kongreßtag, an dem Geschäftsführung und Produktmanagement die aktuellen

Entwicklungen im Consumer Electronics Markt und die Strategie der R.I.C. für die entsprechenden Segmente vorgestellt haben. Entsprechend groß war der Andrang an den Messeständen der Hersteller aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik sowie der Dienstleister aus dem Bereich der Telekommunikation. Das Interesse an den zukunfts-trächtigen Produkten und die einstimmige Bejahung der gemeinsamen Zukunft von Ruffach und



Manfred Glauber und Helene Metz: „Das ist kein Fernseher! Das ist ein Metz!“



Torsten Lutkat vom Panasonic Zentralvertrieb Fotofachhandel mit der Digitalkamera DMC-LC1EG-K und dem darauf abgestimmten Blitzgerät. Das Objektiv von Leica hat die sagenhafte Lichtstärke von F2.0-2.4/28-90 mm.



Fujitsu General, vertreten durch Thomas Reumshüssel (Gebietsverkaufsleiter Ost), Doris Kreyß (Sales Managerin Europe) und Udo Groth (Gebietsverkaufsleiter Süd): „Mit der R.I.C. haben wir qualifizierte Handelsmittler gefunden.“

Interfunk durch die Mitglieder-Versammlungen spiegelten auch die allgemeine Atmosphäre wider. Die Perspektiven für den Fachhandel durch die Konvergenzen der digitalen Welt und die Stärkung der eigenen Händlergemeinschaft durch die Unternehmenszusammenführung zur Euronics Deutschland eG schufen eine durchweg positive Grundstimmung in den Hallen der Neuen Messe.

### Gutes Ergebnis in schwierigerem Jahr

Mit einer Bonusausschüttung von 65,5 Millionen Euro an die Mitglieder und einem Bilanzgewinn von rund 1 Million Euro bei einem Zen-



tral-Umsatz von über 1,4 Milliarden Euro zog die R.I.C. GmbH auf ihrer Jahrespressekonferenz in Leipzig ein insgesamt positives Fazit zum Geschäftsjahr 2002/2003. „Die R.I.C. hat sich im schwierigen Markt des vergangenen Jahres bewährt. Das Ergebnis belegt, daß der Weg der Zusammenarbeit von Ruedach GmbH & Co. KG und Interfunk eG richtig ist“, so Werner Winkelmann. „Mit der nun anstehenden Zusammenführung der Kooperation zur Euro-nics Deutschland eG werden wir die bereits erzielten Kostenoptimierungen im Sinne unserer Mitglieder noch steigern und unsere Marktposition noch weiter ausbauen können.“

Insgesamt summieren sich die zentralregulierten Umsätze aus den Waren- und Servicebereichen der R.I.C. GmbH auf 1,403 Milliarden Euro (Vorjahr: 1,452 Mrd. Euro/Änderung -3,4%). Jedoch weist der um neue und ausgeschiedene Mitglieder bereinigte Zentral-Umsatz für den Berichtszeitraum ein Wachstum von 1,3 Prozent aus. Der Verkaufsumsatz, der von allen Mitgliedern erwirtschaftet worden ist, beläuft sich auf rund 3,2 Mrd. Euro. Für die R.I.C.-Mitglieder ergibt sich eine Bonus-Ausschüttung von 65,5 Millionen Euro (4,7 Prozent des zentralregulierten Umsatzes). Der Bilanzgewinn, den die R.I.C. GmbH in ihrem Jahresabschluß für das Geschäftsjahr 2002/2003 ausweist, beläuft sich



Jürgen Manns, Vorsitzender des Aufsichtsrates der R.I.C. (links), und Günther Hertel, stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrates: „Trotz eines schwierigen Branchenjahres haben wir erfolgreich abgeschlossen und sind sehr zuversichtlich für das kommende Geschäftsjahr.“

triebstypen-Konzept „service point“, das die R.I.C. GmbH für die kleineren Mitgliedsunternehmen zusammengestellt hat, als gefragtes Paket: „Bei 180 Mitgliedern ist das Konzept bereits umgesetzt oder befindet sich in der Umsetzungsphase, 200 weitere haben starkes Interesse angemeldet“, so Werner Winkelmann im Rahmen des R. I. C.-Kongresses. Damit bewahrheitet sich, was man in der Ditzinger Kooperationszentrale dem noch recht jungen Modell beim Start im September 2003 zugetraut hatte: Das Konzept kommt gut an und bietet kleinen Unternehmen echte Perspektiven.

Das Betriebstypen-Konzept „service point“ ist speziell für kleine Unternehmen mit weniger



Martin Heitzmann, Senior National Sales and Marketing Manager A.V. der Samsung Electronics GmbH, zeigt den neuen 42“ Plasma, der ausschließlich für den Vertrieb im Fachhandel vorgesehen ist.

in einem Umfeld, das zum Kauf animiert. Für die optimale Nutzung und Darstellung der Angebote im service point bietet die R.I.C. deshalb in ihrem Konzept eine breite Palette an, die es dem Mitglied erlaubt, optimal laufende Produkte anhand von regelmäßig aktualisierten Bestseller-Listen auszuwählen. Zudem bekommt der Konzeptteilnehmer von der R.I.C. Zugriff auf attraktive und dennoch günstige Ladenbau- und Fassaden-Elemente, Beleuchtung und andere Ausstattungsmerkmale, die auch kleine Verkaufsräume reizvoll machen.

Daneben profitiert er von Dienstleistungen der Kooperationszentrale wie etwa vom preisgünstigen Zugriff auf das Informationssystem der R.I.C., auf die Beratungsdienstleistungen von der Werkstatt bis hin zur betriebswirtschaftlichen Beratung oder vom vergünstigten Bezug von Diensten wie Telefon, Paketversand oder Fahrzeugkauf.

„Die gute Resonanz auf unser Angebot zeigt, daß wir das Konzept voll am Bedarf orientiert haben“, so Winkelmann. „Zugleich haben wir damit unseren vielen kleineren Mitgliedern signalisiert, daß wir sie als Teil unserer Kooperation ernst nehmen, wir an ihre Zukunft glauben und sie entsprechend in ihrer Wettbewerbsfähigkeit fördern wollen.“



Der DBV-T Tuner von Pioneer, zum Größenvergleich abgebildet mit einer Schachtel Zigaretten, zu einem Verkaufspreis von 149,- Euro.



Tobias Villmow, Key Account Manager bei Pioneer Deutschland, präsentiert die neue 1 DIN/DVD-Navieinheit AVIC-X1.

auf rund 994.000,- Euro, der jeweils zur Hälfte an die Ruedach GmbH & Co. KG und die Interfunk eG ausgeschüttet wird. Im Geschäftsjahr 2001/2002 hatte das damals neu gestartete Unternehmen R.I.C. GmbH noch einen Fehlbetrag in Höhe von rund 1,2 Millionen Euro in der Bilanz ausgewiesen.

### Große Akzeptanz für „service point“

Knapp ein halbes Jahr nach seiner Vorstellung erweist sich das Be-



Gute Geschäfte bei Thomson. Die GfK berichtet in der Februar/März Periode 2004: Thomson auf Platz 2 bei Rückpros, Platz 3 bei LCD-TVs und Platz 5 bei Röhren-TVs.



Die T-Mobile Mannschaft, wie immer auf der R.I.C. Messe stark vertreten, mit Marcus Duesberg, Uwe Fries, H.-C. Zuncke, Dieter Stanglmayer und Jens Wilkening (von links nach rechts).



Außendienstmitarbeiter Boris Pollack erklärt dem Kunden Cyril Schumacher aus Albruck die Möglichkeiten der Kombination von DVD und VCR Recorder.



Rudolf Reim, Geschäftsführer der Duttenhofer GmbH & Co. KG (links), mit Fred Breuer, General Manager e-Vehicle bei Sony Deutschland: „Das Jahr 2004 zieht an, und wir sind sicher, daß es für Handel und Industrie sehr erfolgreich werden wird.“

# Smartphones sollen zu Kultobjekten werden

## Motorola wieder mit Rückenwind auf Erfolgskurs

**„Vor der CeBIT sind wir mit der optimistischen Prognose vor die Presse getreten, daß 2004 ein Motorola-Jahr wird. Heute, gut zwei Monate nach der Messe, kann ich zu meiner vollkommenen Zufriedenheit sagen, daß alle Zeichen darauf hindeuten, daß sich diese Vorhersage erfüllen wird“, stellte Volker Häbel, Marketingleiter bei der Motorola GmbH in Taunusstein, im Gespräch mit PoS-MAIL fest. Nachdem man das Jahr 2003 genutzt habe, um sich in einer Flaute neu zu positionieren, hätten die vergangenen Monate gezeigt, „daß das Motorola-Schiff wieder mit starkem Rückenwind auf Erfolgskurs gegangen ist“.**

Der Erfolg zeige sich dabei sowohl in meßbaren Tatsachen als auch in Empfindungen. So habe die GfK dem Unternehmen beispielsweise für das erste Quartal einen zweistelligen Marktanteil bescheinigt, den zu erreichen noch vor wenigen Monaten für viele als beinahe aussichtsloses Unterfangen schien. „Besonders erfolgreich waren die

„Die Reklamationsquote ist äußerst gering. Der Benutzer hat mit den jüngsten Motorola-Mobiltelefonen wieder erfahren können, daß er dem Unternehmen vertrauen kann. Das hat uns einen großen Imagegewinn gebracht und dafür gesorgt, daß viele Menschen sich für ein Motorola-Handy entschieden haben, weil ein Freund oder Bekannter es ihnen empfohlen hat.“ Alles in allem habe man deutlich gespürt, daß der Handel sich freue, daß Motorola wieder da sei.

### Konzentration auf drei Innovationsbereiche

Mit einer ganzen Reihe von Neuheiten will Motorola im Laufe des Jahres das soeben gewonnene Käufervertrauen weiter festigen. „Wir konzentrieren uns in den kommenden Monaten auf drei Innovationsbereiche“, meinte Häbel. „Das ist zum einen 3G. Wir werden im Herbst zwei neue UMTS-Modelle in den Markt einführen und damit unsere vierte Generation ins Leben rufen.“

Ein weiteres Thema sei Push-to-talk. Nachdem die Technologie zur CeBIT bereits in den ersten Motorola-Handys integriert wurde, wolle Motorola als die Nummer eins in diesem Bereich diesen Markt auch weiter ankurbeln. „Allerdings müssen hier erst einmal zusammen mit den Netzbetreibern und anderen Industriepartnern sinnvolle Anwendungen geschaffen und die Netze dementsprechend vorbereitet werden“, räumte Häbel ein. „Ein Geschäft für den Handel ist mit Push-to-talk deshalb allerfrü-

hestens zum Weihnachtsgeschäft zu erwarten, möglicherweise aber auch erst im kommenden Jahr. Der dritte Innovationsbereich betrifft Smartphones, die Motorola unter der Produktbezeichnung MPx in den Markt einführen wird,



Mit dem E1000 bringt Motorola ein Gerät der vierten UMTS-Generation auf den Markt.

bzw. (mit dem Modell MPx 200) bereits eingeführt hat. Diesem werden im August/September das Modell MPx 100 und das MPx (ohne Zahl) folgen. „Das MPx wird mit einer kompletten Tastatur ausgestattet sein, und wir erwarten, daß wir mit diesem Gerät ein neues Kultprodukt innerhalb der Zielgruppe der Business-Anwender schaffen werden“, sagte Häbel. Als argumentative Pfunde stünden dabei das Microsoft Betriebssystem für Mobiltelefone und eine Vielzahl von Branchenlösungen zur Verfügung. Diese sollen dem Händler, ebenso wie das Zubehörportfolio und weitere Spe-



Das Smartphone MPx ist mit einer kompletten Tastatur ausgestattet.

zialanwendungen für die Besitzer von Motorola-Handys, die Chance geben, Zusatzumsatz zu generieren und sich gegenüber seinen

Kunden als kompetenter und vertrauenswürdiger Berater zu profilieren. „Selbst erleben überzeugt mehr als tausend Argumente“, so der Motorola Marketingleiter. „Nur wenn der Fachhandel von den neuen Produkten begeistert ist, kann er seine Begeisterung auch an seine Kunden weitergeben.“

Auf der Schulung der Händler in Sachen Motorola Smartphones und Microsoft Handybetriebssystem liegt deshalb in den kommenden Wochen auch der Schwerpunkt der Handelsunterstützung. „Das System ist zwar leicht zu verstehen, aber wie bei allem Neuen muß man sich zunächst damit vertraut machen“, führte Häbel aus. Die Schulungen sind deshalb sehr praxisnah ausgelegt und präsentieren neben den Telefonen mit ihren Grundfunktionen auch beispielhafte Lösungen für verschiedene Nutzergruppen. Vorgestellt werden beispielsweise Programme für Rechtsanwälte, die das Diktieren von Texten erleichtern, oder für Steuerberater, die damit zum Beispiel bei der Kalkulation und Berechnung von Honoraren unterstützt wurden. Häbel: „Wir können dem Händler einige Dutzend

spielen, „indem er durch Aktualität und Attraktivität ein Zuhause für eine hoffentlich stetig wachsende Motorola-Gemeinschaft bietet“. Und auch bei der Promotion für die einzelnen Handymodelle soll nicht mehr das Produkt als vom Umfeld losgelöstes Einzelteil im Mittelpunkt der Kommunikation zum Endverbraucher stehen. Häbel: „Wir werden das Produkt nicht mehr nur als Produkt darstellen, sondern zu jedem Handy eine passende Geschichte liefern und damit eine Identifikationsmöglichkeit für die unterschiedlichsten Zielgruppen schaffen. Es muß zu einem Muß werden, ein Motorola-Handy zu besitzen.“

Herbert Päge

### Motorola trainiert Händler in Sachen Smartphones

Rechtzeitig vor der Einführung der neuen Microsoft-Mobiltelefone bietet Motorola dem Fachhandel spezielle Trainings rund um das Thema Motorola Smartphones an. Im Mittelpunkt stehende neuen Anwendungen, die sich mit den Smartphones und dem Windows Mobile Betriebssystem bieten. Neben Produktinformationen stellt Motorola die geplanten Marketingaktivitäten vor und gibt den Händlern Verkaufsargumente zur Hand. Selbstverständlich haben die Teilnehmer auch die Möglichkeit, die Geräte auszuprobieren. Neben Vorführgeräten zum Anfassen stehen Experten für persönliche Gespräche zur Verfügung. Ziel der Einführungstour ist es, den Handelspartnern die Motorola Smartphones intensiv vorzustellen und sie bei der Vermarktung der Geräte bestmöglich zu unterstützen.

In Deutschland finden insgesamt 29 Abendveranstaltungen in 22 Städten statt. Nach den Auftaktveranstaltungen im Mai stehen im Juni noch folgende Termine an:

- 01.06.: Dresden, Essen, Frankfurt
  - 02.06.: Frankfurt, Köln, Leipzig
  - 03.06.: Erfurt, Köln, Trier
  - 07.06.: Hannover, Mannheim, Stuttgart
  - 08.06.: Bremen, Freiburg, Stuttgart
  - 09.06.: Kiel
  - 10.06.: Rostock
- Die Trainings beginnen um 18:00 Uhr und finden in ausgewählten Locations in den jeweiligen Städten statt. Interessierte Händler können sich ab sofort online unter [www.mototraining.de](http://www.mototraining.de) anmelden.



Volker Häbel

Modelle V300, V525 und V600, die über die Netzbetreiber vertrieben werden“, erläuterte Häbel. „Das zeigt uns, daß die Netzbetreiber uns wieder als ernstzunehmende Partner akzeptieren und sich für die Marke engagieren.“ Positive Resonanz habe das Unternehmen in den vergangenen Wochen auch vom Handel erfahren. „Der war natürlich begeistert, daß unsere Geräte nicht nur lieferbar, sondern auch quasi im selben Augenblick durchverkauft waren, als sie im Geschäft eintrafen.“ Gleichzeitig habe der Handel erkannt, daß Motorola-Handys für zufriedene Kunden sorgen. Häbel:

# Hier können Sie Ihr Abo

# POS-MAIL

# bestellen!



Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

## Digitale Technologien schaffen neue Märkte

Internetfähige Fernsehgeräte, Digital-TV, Standards wie DVD, SACD, MP3, WLAN und Linux 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.

## Coupon

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

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:  
 Consumer Electronics-Fachhandel  Telekom-Fachhandel  
 PC + Peripherie-Fachhandel  Foto-Fachhandel  
 Kaufhaus  Versender  
 Großfläche  E-Commerce  
 Fachmarkt

Dienstleister:  
 Netzbetreiber  TK-Provider  
 Distributor  Foto- und Imaging Service

Lieferanten:  
 Hersteller  Distributor/Großhandel  
 Kooperationspartner  
 sonstige (Schulen, Verbände etc.)

# Der Umgang mit Handyfotos wird einfacher

## Lösungen von Fujicolor und CeWe Color

25 Millionen weltweit verkaufte Kamerahandys seit Mitte 2003 (das sind mehr Einheiten als bei Digitalkameras) und zirka 95 Millionen allein in Deutschland verschickte MMS, also Kurznachrichten mit einem Foto, sprechen eine klare Sprache: Fotohandys und Bildanwendungen für Mobiltelefone boomen. Doch trotz aller Begeisterung könnte die Nutzung noch deutlich höher sein, wären die Kosten für die Datenübertragung niedriger und die Handhabung der Handyfotos einfacher. Neue Lösungen für diese Probleme haben in den vergangenen Wochen die beiden Fotogroßlabor-Unternehmen Fujicolor und CeWe Color vorgestellt.

So bietet bei Fujicolor der neue provider-unabhängige Fujicolor mobile service ein überall verfügbares Netzwerk aus Online-Bildalbum, MMS und WAP. Dieses Angebot soll zum einen dazu beitragen, die Kosten für die Bildübertragung zu reduzieren, zum anderen soll die Bestellung von Fotos auf Fotopapier erleichtert werden. Das Prinzip des Fujicolor mobile service: Statt seine Fotohandy-Schnappschüsse von Handy zu Handy zu verschicken, lädt der Anwender diese per MMS in sein persönliches, paßwortgeschütztes Online-Bildalbum auf der Internetplattform Fujicolor order.net (www.fujicolor-order.net). Von diesem Moment an kann jeder, dem ein Paßwort mitgeteilt wird, auf die Bilder zugreifen, und zwar nicht nur wie bisher vom PC via Internet, sondern auch direkt über ein WAP-fähiges Handy.

Die Integration web- und mobiltechnikgestützter Anwendungen à la Fujicolor mobile bietet nach Angaben von Fujicolor gleich drei wesentliche Vorteile im Vergleich zur Handy-to-Handy-Kommunikation: Erstens fällt der teure MMS-Versand nur ein einziges Mal pro Bild an. Zweitens funktioniert das Handy auch dann als mobiles Bildalbum, wenn die Bilder gar nicht physisch auf ihm gespeichert sind. Und drittens kann jeder Paßwortbesitzer von den Bildern selbst Abzüge auf echtem Fotopapier bestellen – jederzeit, von überall und ohne daß sich der Handyfotograf selbst um die Nachbestellungswünsche seiner Bildersharing-Partner kümmern müßte. Damit ist Fujicolor mobile als eine Umsetzung des „Mobloggen“ (mobiles Weblog) eines der derzeit meist diskutierten Zwitteranwendungen zwischen mobilen und web-basierten Datendiensten. Es ist vergleichbar mit einem Online-Tagebuch, in dem die Einträge mobil vorgenommen werden. Doch

gewackelt hat, lassen sich wegschneiden. Mehrere Szenen können zu einem Videoband verbunden werden, das non-stop läuft. Das Manko vieler Handy-Kameras, daß die Aufnahme nach 30 Sekunden stoppt, läßt sich mit VideoStudio M-Style leicht beheben, indem man einfach mehrere Clips miteinander verbindet. Es werden die Videoformate 3GP und MPEG-4 sowie das Audioformat AMR unterstützt. Foto- und Videostudio laufen auf allen Nokia-Modellen der Serie 60 mit mindestens 250 KB freiem Speicherplatz. Die Software zur Bildbearbeitung kostet 4,99 Euro, das Videostudio ist ebenfalls für 4,99 Euro zu haben.

Damit ist Fujicolor mobile als eine Umsetzung des „Mobloggen“ (mobiles Weblog) eines der derzeit meist diskutierten Zwitteranwendungen zwischen mobilen und web-basierten Datendiensten. Es ist vergleichbar mit einem Online-Tagebuch, in dem die Einträge mobil vorgenommen werden. Doch



Mit Fujicolor mobile hat das Großlaborunternehmen eine neue Lösung vorgestellt, Handybilder in ein Online-Bildalbum einzustellen und zum Drucken an ein Labor zu schicken.

### Bild- und Videobearbeitungssoftware fürs Handy bei Jamba!

Fotos retuschieren, Farbfilter einsetzen, Bildmeldungen und Emoticons anwenden, elektronische Fotokarten erstellen und per MMS versenden – das sind die Fähigkeiten der Bildbearbeitungssoftware PhotoExpress M-Style für Handys, die ab sofort beim Internet-Portal Jamba! zur Verfügung steht. Und mit VideoStudio M-Style können per Handy gedrehte Videoclips verbessert werden, denn mit VideoStudio M-Style können zum Beispiel weiche Übergänge geschnitten, mehrere Clips verbunden oder Audiotracks durch die eigene Lieblingsmusik oder einen persönlichen Kommentar ersetzt werden. Um dies zu tun, wählt der Benutzer einfach ein Video in der Thumbnail-Liste aus und springt dann entweder von Bild zu Bild oder direkt auf die Szene, die bearbeitet werden soll. Ein fortlaufender Zeitstempel erleichtert die Zuordnung. Ausschnitte, die versehentlich mit aufs Bild gekommen sind oder bei denen die Kamera



gewackelt hat, lassen sich wegschneiden. Mehrere Szenen können zu einem Videoband verbunden werden, das non-stop läuft. Das Manko vieler Handy-Kameras, daß die Aufnahme nach 30 Sekunden stoppt, läßt sich mit VideoStudio M-Style leicht beheben, indem man einfach mehrere Clips miteinander verbindet. Es werden die Videoformate 3GP und MPEG-4 sowie das Audioformat AMR unterstützt. Foto- und Videostudio laufen auf allen Nokia-Modellen der Serie 60 mit mindestens 250 KB freiem Speicherplatz. Die Software zur Bildbearbeitung kostet 4,99 Euro, das Videostudio ist ebenfalls für 4,99 Euro zu haben.



Schritt für Schritt informiert Fujicolor auf seiner Internetseite über die Handhabung des Fujicolor Mobile Services.

während Moblogs bislang gewöhnlich in der virtuellen Welt enden, geht Fujicolor mobile service einen Schritt weiter: Die Dienstleistung führt die Welt der fliegenden (und sich damit tendenziell verflüchtigenden) Bilder auf ein Medium zurück, das handfeste, dauerhafte und vielseitige Qualitäten aufweist: echtes Fotopapier.

Der Convenience-Gedanke, zentrales Element aller mobilen Dienste, bleibt dabei erhalten: Die Prints, deren Preise moderat und im Vergleich zum MMS-Versand preiswerter sind, können der Mobilfunk-Fotograf und seine Bildadressaten nicht nur bei einem Fotohändler ihrer Wahl, der von Fujicolor beliefert wird, abholen, sondern sich auch per Post zuschicken lassen.

**Mit dem CeWe Color Mobile Photo Service werden Handybilder in Originalgröße ans Labor geschickt**

Bei der Oldenburger CeWe Color Gruppe, dem größten europäischen Fotofinishing-Unternehmen, sind die Verantwortlichen ebenfalls davon überzeugt, daß mit den Fotohandys auch ein neuer Markt für Bilddienstleistungen entsteht. Dabei sei im Moment allerdings noch der Weg sehr entscheidend, auf dem die Bilder zum Handel kommen,

meinte Wulf-D. Schmidt-Sacht, CeWe Vorstandsmitglied und im Vorstand verantwortlich für Technik, Forschung und Entwicklung, im Gespräch mit PoS-



Die CeWe Software erscheint automatisch im Menü des Handys



MAIL. Der Versand per MMS sein dabei eine der schlechteren Alternativen, meinte Schmidt-Sacht, „da beim Versand einer Medianachricht die Dateigröße soweit untergerechnet wird, daß sie zwar zur Darstellung auf einem Handymonitor geeignet ist, aber beim Drucken auf Fotopapier Bilder in akzeptabler Qualität höchstens in Stickergröße liefert.“

Als Alternative stellte CeWe Color im Rahmen ihrer Bilanzpressekonferenz in Bremen eine Software vor, die es dem Besitzer eines geeigneten Mobiltelefons ermöglicht, direkt „over the air“ eine Bildbestellung mobil von jedem beliebigen Standort aus auszulösen, um seine Bilder nach zwei Tagen bei einem zuvor ausgewählten Händler abzuholen. Theoretisch steht das Programm jedem Fotohandybesitzer unabhängig von der Marke seines Telefons oder von einem Netzbetreiber zur Verfügung. Zu haben ist die Software entweder bei dem Händler, der auch das Fotohandy verkauft, oder als Download im Internet.

Beim CeWe Color Mobile Photo Service handelt es sich um eine selbstentwickelte Software, die es Fotohandybesitzern extrem einfach machen soll, ihre Bilder direkt vom Handy aus per Mobilfunk zu bestellen. Der Nutzer kann damit mit wenigen Schritten seine Bilder zum Versand aussuchen, das entsprechende Endprodukt und die Art der Bezahlung auswählen und entscheiden, an welchen der registrierten Händler er die



Schritt für Schritt führt die CeWe Software den Anwender durch das Menü bis zur abschließenden Auftragsnummer, um die Fotos beim zuvor gewählten Händler abholen zu können

Fotos zum Ausarbeiten schickt. Dort werden die Aufträge dann auch abgeholt. Der Vorteil des CeWe Color Mobile Photo Services liegt nach Meinung Schmidt-Sachts für den Händler darin, daß er die Software in wenigen Minuten selbst auf das Handy des Kunden aufspielen kann und damit einen weiteren Weg hat, um seine Kompetenz zu beweisen. Derzeit

testet CeWe Color darüber hinaus die Möglichkeit, die DigiFilm-Maker mit einem Telefonmodem auszustatten, so daß der Händler als Besitzer einer solchen Digitalstation direkt vom Handy aus ausgewählt werden kann.

Der Anwender profitiert durch den CeWe Color Mobile Photo Service laut Schmidt-Sacht von der einfachen Handhabung des

Programms und von der Tatsache, daß er die Bilddaten in Originalgröße verschicken kann, denn eine Reduzierung der Dateigröße wie bei MMS findet nicht statt. Außerdem kann er die geprinteten Bilder oder Fun-Produkte selbst bei einem von ihm ausgewählten Händler abholen und dort auch bezahlen. Auf diese Weise spart er die sonst üblichen Portokosten. hepä

*Pioneer sound.vision.soul*



**AVIC-X1.**

**All in one: DVD-Navigation, Verkehrsinformation und beste Unterhaltung im Auto. Von Pioneer.**

Was auch immer Ihr Ziel ist: Mit dem neuen AVIC-X1 von Pioneer erreichen Sie es so einfach, so sicher, so erfolgreich und so relaxed wie noch nie. Denn das AVIC-X1 ist ein einzigartiges Komplettsystem, das zielsichere DVD-Navigation in ganz Westeuropa und beste Unterhaltung via CD, MP3 auf CD, Radio und DVD-Film in einem Gerät kombiniert und beide Funktionen zur gleichen Zeit beherrscht. Sogar im Dual-Zone-Betrieb – also getrennt für den vorderen und hinteren Bereich im Auto. Heißt: Navigation vorn und DVD-Film-Schau per Zusatzdisplay hinten im Auto – damit auch da gelassene Ruhe herrscht. Und es spricht noch mehr für höchst zufriedene Kunden und ganz entspannte Geschäfte mit dem AVIC-X1: zum Beispiel ein großes, ausklappbares, interaktives Touch-Screen-Display oder der integrierte TMC-Empfänger, der die aktuelle Verkehrslage permanent in der Karte anzeigt und bei Navigationsführung in die Routenberechnung einfließen lässt. Und das alles in einem einzigen Gerät, das erstens zu einem richtungsweisend günstigen Preis kommt und zweitens nicht mehr Platz braucht als ein Autoradio – was den Kabelsalat beendet und den Einbau für alle stressfrei macht. Mehr zum neuen AVIC-X1 und über den entspannten Weg zu einem richtig guten Geschäft erfahren Sie unter: 021 54/913-256.

<http://www.pioneer.de>



# Erste Handyangebote von T-Mobile und Vodafone

## Netzbetreiber starten ins UMTS-Zeitalter

Lange ist darüber (kontrovers) geredet worden, jetzt ist es endlich da, das UMTS-Zeitalter: Wenige Wochen nach der Einführung der ersten mobilen Highspeed-Datendienste haben T-Mobile und Vodafone mit der Vermarktung der ersten UMTS-fähigen Telefone begonnen und damit ein weiteres Tor zur mobilen Multimedia-Welt geöffnet. Für den Handel heißt es jetzt, die Begeisterung für die neue Mobilfunktechnologie aufzugreifen, den Funken auf den Kunden überspringen zu lassen und von den neuen Möglichkeiten neues Umsatz- und Ertragspotential zu schöpfen.

Mit dem UMTS-fähigen Mobiltelefon Nokia 7600 erleben T-Mobile Kunden ab sofort die gesamte Palette mobiler Breitbandkommunikation. Das Angebot ist ein weiterer Eckpfeiler der auf der CeBIT vorgestellten T-Mobile Multimedia Strategie. Mit T-Mobile Multimedia (tm<sup>3</sup>, PoS-MAIL berichtete in Ausgabe 5/2004) schnürt T-Mobile für seine Kunden Pakete aus modernster Mobilfunktechnik, interessanten Multimedia-Inhalten und -Services, leistungsfähigen Geräten, attraktiven Tarifen und kompetentem Kundenservice für die nahtlose Mobilkommunikation.

Das Nokia 7600 ermöglicht den mobilen Datenaustausch mit Übertragungsgeschwindigkeiten von

bis zu 384 Kilobit pro Sekunde und unterstützt Multimedia-Services wie die Mobile Jukebox und das Aufnehmen und Versenden von Videoclips (Video Messaging). Das Nokia 7600 ist ab sofort bei Abschluß eines T-Mobile Laufzeitvertrages erhältlich und kostet zum Beispiel im T-Mobile Online-Shop 279,95 Euro in Verbindung mit dem Tarif Relax100.

Kunden können mit dem Gerät über t-zones, dem mobilen Multimedia-Portal von T-Mobile, Musikstücke via UMTS herunterladen

und abspielen. Darüber hinaus lassen sich mit dem Gerät Videosequenzen, aber auch Fotos und andere multimediale Botschaften breitbandig senden und empfangen. Für eigene Film- und Fotoaufnahmen besitzt das Nokia 7600 eine integrierte Kamera. Ein ebenfalls integrierter Music-Player und ein im Lieferumfang enthaltenes Stereo-Headset sorgen für hohen Musikgenuß. Weitere Kennzeichen des Gerätes

sind sein Farbdisplay mit über 65.000 Farben und sein futuristisches Design. Besonders geeignet ist das Nokia 7600 für innovative Multimedia-Services wie die Mobile Jukebox. Mit diesem neuen Dienst können T-Mobile Kunden in t-zones ihren Lieblingstitel aussuchen, probieren und auf das Nokia 7600 her-

vereint. Das Gerät ist den Angaben zufolge optimal für UMTS vorbereitet. Damit können Vodafone-Kunden erstmals die Vorzüge von UMTS wie zum Beispiel die Live-Übertragung von bewegten Bildern erleben. Das neue Handy ist ab sofort in allen Vodafone-Shops erhältlich. In den nächsten Wochen wird Vodafone außerdem

gerechnet werden, die kostenlose Nutzung von VideoClips aus Bereichen wie Sport, News und Musik und einer Auswahl aus einem Sortiment an Premium-Services sowie das unbegrenzte Surfen im Vodafone live!-Portal enthalten.

Das Einführungsangebot vereint laut Vodafone eine Vielzahl an Pluspunkten für alle, die UMTS schon in der Einführungsphase nutzen wollen und bietet viele attraktive Dienste, die mit UMTS überhaupt erst möglich bzw. besser und schneller werden. Zum Beispiel die Videotelefonie, die zunächst ohne Aufpreis genutzt werden kann. In der Einführungsphase bis Ende September dieses Jahres werden die Videogespräche zum Preis von Sprachtelefonaten angeboten und auf die Inklusivminuten angerechnet. Außerdem können kostenlos VideoClips (ohne Downloads) angeschaut werden, darunter zum Beispiel

### Bei T-Mobile gibt es das Nokia 7600

### Vodafone schließt UMTS-Roamingabkommen

Ab sofort können Notebook-Nutzer mit der neuen „Mobile Connect Card UMTS“ von Vodafone auch im Ausland im Highspeed-Tempo auf Internet, Intranet oder E-Mails zugreifen, denn der Düsseldorfer Mobilfunkbetreiber ermöglicht in Großbritannien, Italien, Holland, Portugal, Spanien und Schweden UMTS-Roaming via Datenkarte. Eine zusätzliche Grundgebühr fällt nicht an. Die Neukonfiguration von Karte oder Notebook ist nicht erforderlich. Damit wird komfortables Online-Arbeiten via E-Mail und bequemes Internetsurfen auch international möglich.

Abgerechnet wird die UMTS-Nutzung im Ausland entsprechend der bereits für GSM und GPRS geltenden Konditionen. So wird die Datenübertragung in den westeuropäischen Vodafone-Netzen für Kunden mit den Tarifoptionen Vodafone-Time und Vodafone-Volume mit 0,59 Euro pro 100 KB abgerechnet (zuzüglich 0,40 Euro pro Verbindung, Preise inklusive Mehrwertsteuer).



### Videotelefonie mit dem Handy

So funktioniert Videotelefonie mit dem UMTS-Handy von Vodafone live!



1. Telefonnummer ins Handy eingeben und Videotelefonie auswählen



2. Die Angerufene nimmt das Gespräch an



3. Mobil telefonieren und sich dabei in die Augen sehen...



unterladen. Der Download erfolgt je nach Verfügbarkeit des Netzes über UMTS oder GPRS. Zum Start des Dienstes stehen mehrere hundert Titel, unter anderem aus dem Hause Universal, zur Auswahl, darunter Songs aus den Kategorien Pop, Rock, Dance, HipHop und weiteren Genres. Das Angebot umfaßt zum Beispiel Top Hits von den Black Eyed Peas oder The Rasmus und wird im Laufe des Jahres kontinuierlich ausgebaut. Die Titel werden im Mobilfunk-optimierten „Mobile Mix-Format“ angeboten. In der Einführungsphase bis 31. August 2004 kostet der Download eines Titels 1,49 Euro.

Nach dem erfolgreichen Start von UMTS im Februar hat auch Vodafone mit der Vermarktung von UMTS-Handys begonnen: Das Vodafone live! Modell Samsung Z105 ist das erste UMTS-Handy, das ein attraktives Klappenhandy mit Videotelefonie, Multimedia-Player und schneller Datenübertragung

das UMTS-Handy Sony Ericsson Z1010 anbieten. UMTS ist für Vodafone-Kunden bereits in rund 400 Städten in Deutschland verfügbar. Der Ausbau des Netzes geht weiter. Außerhalb dieser Städte kann mit dem UMTS-Handy wie mit allen anderen Vodafone live! Handys ganz normal telefoniert und Vodafone live! genutzt werden.

Zum UMTS-Handy-Start bietet Vodafone seinen Kunden bei Vertragsabschluß das UMTS-Handy Samsung Z105 zum Einführungspreis von 299 Euro in Kombination mit einem monatlichen „Vodafone live! UMTS Inklusiv Paket“ für 29,95 Euro an. In diesem Preis sind 100 Inklusivminuten monatlich für nationale Standardgespräche, die bis zum 30. September vollständig auf Videotelefonie an-

BundesligaClips, aktuelle News von N24 oder Entertainment-Videos von MTV. Damit nicht genug: Das Surfen durch das umfangreiche Angebot des Vodafone live!-Portals ist in diesem Paket komplett inbegriffen. Außerdem können Premium-Services im Vodafone live!-Portal, zum Beispiel die mobilen Services von Spiegel-Online, Wetter Online, Sport 1, TV Movie und ebay ebenfalls kostenfrei genutzt werden.

Bei den monatlich enthaltenen 100 Inklusivminuten werden Gespräche ins deutsche Vodafone- oder ins deutsche Festnetz rund um die Uhr mit sekundengenauer Taktung nach der ersten Minute abgerechnet. Ist das Minutenvolumen verbraucht, werden alle weiteren Telefoneinheiten, unabhängig von der Tageszeit, zu festen Minutenpreisen in Rechnung gestellt.

### Vodafone setzt auf das Samsung Z105

# Im Telekom-Markt geht LGs Weg nach oben

„Ssang Su Kim, der CEO von LG Electronics, will das koreanische Unternehmen bis zum Jahr 2010 unter die Top drei der Elektronikbranche führen. Ein wichtiger Ertragsbringer auf diesem Weg soll die Mobiltelefonie sein. Ich bin zuversichtlich, daß LG in Deutschland seinen Teil zum Erreichen des Zieles beitragen wird.“ Tor Nordli-Mathisen, seit einigen Monaten Sales Director Mobile Communication in Diensten des Willicher Unternehmens, zeigte sich im Gespräch mit PoS-MAIL optimistisch, daß ihm seine neue Aufgabe in den kommenden Jahren eine Menge Spaß bereiten wird.

„LG ist heute schon in anderen Bereichen der Consumer Electronics ein wichtiger Hersteller, und die dort gewonnenen Erfahrungen, gepaart mit der Kompetenz im Mobilfunk in anderen Ländern,

werden uns sehr schnell zu einem ernstzunehmenden Teilnehmer im Markt machen“, so Nordli-Mathisen. „Ich freue mich darauf, an dieser Entwicklung teilhaben zu dürfen und habe mich vor allem wegen des ungeheuren Potentials den Herausforderungen bei LG gestellt.“

senden Mobilfunkherstellern verliehen“, führte Nordli-Mathisen aus. „Und selbst wenn man bedenkt, daß wir in diesem Markt erst seit einigen Jahren vertreten sind, handelt es sich bei dieser Zahl nicht um eine kleine Basis, denn weltweit dürften wir inzwischen Platz fünf der Produzenten von Mobiltelefonen innehaben.“

Einer der großen Vorteile gegenüber Wettbewerbern sei darin zu sehen, daß LG als koreanisches Unternehmen bereits kostengünstig in Ostasien produziere. „Während an-



Unter [www.wowlg.com](http://www.wowlg.com) finden die Benutzer von LG Telefonen eine Internetseite, die zahlreiche Downloadmöglichkeiten bietet, beispielsweise für Klingeltöne, Bilder oder Spiele.

damit auch das Hauptargument für den Handel, sich mit Geräten aus dem Hause LG auseinanderzusetzen. „Wir produzieren Hightech-Telefone mit hervorragender Ausstattung zu einem absolut konkurrenzfähigen Preis“, betonte Nordli-Mathisen. „Deshalb sind LG Handys gleichermaßen gut für den Verbraucher und den Handel.“

Darüber hinaus spreche auch die Tatsache, daß sich die Netzbetreiber mit den LG Produkten identifizieren, für die Marke. LG liefert Geräte, die exakt

an die Erfordernisse der Mobilfunkunternehmen angepaßt seien und damit auch die Bedürfnisse der Konsumenten befriedigen würden. „Ich glaube nicht, daß man den Händlern etwas vormachen kann“, so Nordli-

Mathisen. „Und deshalb bin ich mir sicher, daß Händler, die sich mit LG auseinandersetzen, sehr schnell von der hohen Qualität der Produkte überzeugt sein werden.“

Herbert Päge

## Klapphandy C1200 kommt als exklusives T-Mobile Modell

Mit dem LG C1200 bringt T-Mobile ein Klapphandy für das Prepaid-Segment auf den Markt. Das 82 x 45 x 22,5 Millimeter große und 81,5 Gramm schwere Handy besitzt einen 128 x 160



Pixel großen Monitor innen, auf dem bis zu 65.000 Farben dargestellt werden können. Ein Außenmonitor fehlt dagegen – stattdessen befindet sich an der Außenseite ein Spiegel. Die Tastatur wird mit blauem Licht hinterleuchtet. Als Gesprächszeit gibt der Hersteller 3,5 Stunden an, die Standbyzeit beträgt bis zu 200 Stunden. Das LG C1200 unterstützt SMS, lange SMS, EMS und MMS (dabei erleichtert die Texteingabehilfe T9 das Schreiben) und versetzt den Benutzer in die Lage, Klingeltöne und Bilder herunterzuladen. Im Telefonbuch lassen sich bis zu 200 Namen ablegen. Mit dem LG C1200 können weiterhin Sprachmemos aufgenommen und Konferenzgespräche geführt werden. Die Anruferliste zeigt die jeweils zehn verpaßten, gewählten und erhaltenen Anrufe. Das Telefon unterstützt auch die automatische Wahlwiederholung.

# „LG Telefone sind gut für den Handel“

Die drei wichtigsten Stärken des Unternehmens sind laut Nordli-Mathisen der Wille, erfolgreich zu sein, die extreme Lernfähigkeit und das stetige Bestreben, sich in allen Unternehmensbereichen immer weiter zu verbessern. Diese Unternehmensphilosophie, von CEO Ssang Su Kim allen Interessierten auf einer eigenen Internetseite ([www.kimssangsu.com](http://www.kimssangsu.com)) präsentiert, habe zum Beispiel dazu beigetragen, daß LG im breitbandigen CDMA-Mobilfunk inzwischen zur Nummer eins geworden sei. Und auch im GSM-Markt könnten sich die Erfolge

dere Hersteller gerade dabei sind, ihre Produktion dorthin zu verlagern, nutzen wir die Standortvorteile bereits“, führte Nordli-Mathisen aus. „Wir brauchen uns deshalb nicht mehr mit logistischen Problemen zu beschäftigen und eine Produktion aufzubauen, die qualitativ internationalen Maßstäben entspricht, sondern können uns ganz darauf konzentrieren, hervorragend ausgestattete Geräte zu einem sehr interessanten Preis in den Markt zu bringen.“ Darüber hinaus sieht der LG Geschäftsführer mit dem Eintritt ins UMTS-Zeitalter die Chancen für

diesem Bereich werden wir einsetzen, um auch sehr schnell bei UMTS Fuß zu fassen.“ Grundlage dieser Einschätzung sei zum einen die Tatsache, daß sich die Technologien nicht dramatisch unterscheiden würden und daß LG zum anderen die Gerätearchitektur für breitbandige Mobiltelefone schon seit langem beherrsche. Nordli-Mathisen: „Es wird nicht viele Möglichkeiten geben, einem UMTS Nutzer großformatige Displays in relativ kleinen Gehäusen anzubieten. Klapphandys sind eine dieser Möglichkeiten. Und diese Bauweise bildet bei LG, im Gegensatz zu anderen Herstellern, einen Schwerpunkt.“

Mit Klapphandys will LG in den kommenden Monaten für Furore auf dem deutschen Mobilfunkmarkt sorgen. So wird T-Mobile das Modell LG-C1200 exklusiv vermarkten (siehe Kasten links), und das Modell LG-G5400 (siehe Kasten rechts) wird exklusiv von O2 auf den Markt gebracht. Das Besondere daran ist die Tatsache, daß es sich bei beiden Modellen um Prepaid-Handys handelt, die sich bezüglich ihrer Ausstattung durchaus mit vielen Postpaid-Telefonen messen können. Herausragendes Merkmal beider Modelle ist dabei das Display mit 65.000 Farben. Nordli-Mathisen: „Das ist die Prepaid-Revolution. Alle anderen Prepaid-Handys, die derzeit auf dem Markt sind, weisen höchstens 4.096 Farben auf.“ Das Preis-/Leistungsverhältnis liefert



Tor Nordli-Mathisen, Sales Director Mobile Communication bei LG Electronics.

des Unternehmens sehen lassen. „Eine angesehene Frankfurter Tageszeitung hat uns mit knapp 70 Prozent jährlichem Wachstum das Attribut des am schnellsten wach-

LG weiter steigen. „Das Unternehmen hat beim breitbandigen CDMA-Mobilfunk bereits heute eine technologische Spitzenposition inne. Unsere Erfahrungen in

## Klapphandy G5400 kommt als exklusives Modell von O2

Das 128 x 160 Pixel große Innendisplay mit 65.000 Farben Außendisplay, sieben verschiedene Hintergrundfarben, GPRS Klasse 10 und WAP sind die herausragenden Ausstattungsmerkmale des Klapp-



handys LG-G5400, das exklusiv bei O2 zu haben ist. Außerdem bietet das Gerät Java, MMS, EMS, SMS, lange SMS und eine blaue Tastaturbeleuchtung. Die Abmessungen lauten 86 x 46 x 22 mm, das Gewicht beträgt 85 g. Die Sprechzeit gibt LG mit bis zu drei Stunden an.

# Für den VATM bieten MMS großes Potential Voraussetzungen ändern

**Rund 95 Millionen MMS sind im vergangenen Jahr in Deutschland verschickt worden (siehe Kasten unten). Tendenz steigend. Doch es könnte noch besser laufen, meinte Jürgen Grützner, Geschäftsführer des Verbandes der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM), im Gespräch mit PoS-MAIL. „Zweifelloos nutzen Handybesitzer in zunehmendem Maße auch den Dienst MMS, aber um daraus ein Massengeschäft zu machen, von dem Telekomanbieter und Fachhandel gleichermaßen profitieren können, muß noch eine Reihe von Voraussetzungen geändert werden.“**

Punkt eins sei dabei die Ausstattung der Handys. Hier sei zunächst die Qualität der in die Mobiltelefone integrierten Kameras zu nennen. „Die Hersteller müssen die Fotofeatures möglichst schnell weiterentwickeln, zum Beispiel durch verbesserte Optiken, Zoomobjektive und Software zur automatischen Optimierung der Bilder“, so Grützner. Nur wenn Fotohandys den qualitativen Vergleich mit entsprechenden digitalen Kompaktkameras nicht zu scheuen bräuchten, könnten sie als Ersatz für diese betrachtet werden. „Vieles spricht dafür, daß Fotohandys die Schnappschußkameras im unteren Preissegment einmal vollkommen ersetzen können, zum Beispiel die Tatsache, daß Handys gewöhnlich von der Industrie subventioniert werden und daß der Besitzer eines Mobiltelefons deutlich mehr Anwendungen nutzen kann als bei einer Kamera“, so Grützner, „aber dies wird nur funktionieren, wenn sie vergleichbare Ergebnisse hervorbringen.“

schossene Bilder schnell wieder gelöscht würden, zum anderen könnten auch vielfältige Bilddienstleistungen beim Handel genutzt werden, etwa das Bestellen von Vergrößerungen auf echtem Fotopapier über digitale Bilderkioske. „Ich bin mir sicher, daß die Handybesitzer mehr MMS verschicken werden, wenn diese in guter Qualität vorhanden sind“, stellte der Verbandsgeschäftsführer fest.

## Handhabung verbessern

Deutlich zu verbessern sei, Punkt zwei, darüber hinaus die Handhabung der Fotohandys. „Es kann doch nicht angehen, daß ich erst in einem komplizierten Verfahren Einstellungen vornehmen und Dienste freischalten lassen muß, wenn ich sie nutzen will, also sozusagen den Mobilfunkbetreiber darum zu bitten habe, daß er mit mir Geld verdient“, so Grützner. „Besonders unerfreulich ist das natürlich dann, wenn ich mit meinem neuen Handy in den Auslandsurlaub fahre, dort feststelle,

sei. Grützner: „Ein großer Teil der verkauften Mobiltelefone ist doch ohnehin schon von der Software her auf einen bestimmten Anbieter zugeschnitten. Da kann es doch kein allzu großes Problem sein, auch die Einstellungen für MMS schon mit dem Gerät auszuliefern.“ Alternativ sei wünschenswert, diese Einstellungen automatisiert per SMS vorzunehmen, zum Beispiel bei Geräten, die nur exklusiv von bestimmten Mobilfunkanbietern vertrieben werden. Auch die Nutzung von Alternativen zum MMS-Versand sollte nach Ansicht des VATM-Geschäftsführers verbessert werden. „Fotos per MMS zu verschicken, ist ja nur eine von vielen Optionen. Aber der-



Jürgen Grützner

jenige, der sie zum Beispiel auf seinen PC herunterladen möchte, um sie dort zu bearbeiten, sie auf seinem heimischen Drucker auf Papier zu bringen oder sie per Festnetz in ein Online-Bilderalbum stellen will, stößt in der Regel auf Schwierigkeiten, weil notwendiges Zubehör wie Datenkabel nicht im Lieferumfang enthalten ist oder, ebenso wie bei MMS, zuvor noch bestimmte Einstellungen vorgenommen werden müssen“, stellte Grützner fest. „Und wem ich den Spaß an der Handyfotografie dadurch vermiese, daß er zunächst 15 Euro für ein Datenkabel ausgeben muß, den kann ich sicherlich nicht davon überzeugen, das Handy als Fotoapparat und damit letztlich auch MMS zu nutzen.“

## Preise senken

Denn davon lassen die aktuellen Preise viele Anwender zurückschrecken. „Daß im vergangenen Jahr 95 Millionen MMS, aber beinahe 26 Milliarden SMS verschickt wurden, hat seinen Grund nicht nur in der Tatsache, daß MMS-Handys deutlich geringer verbreitet sind, sondern auch in der Preisgestaltung der Mobil-

funkunternehmen“, gab sich Grützner überzeugt. Deshalb sei es, Punkt drei, notwendig, Alternativen zu den derzeit einzeln abgerechneten MMS zu finden. Grützner: „Man sollte auch hier über die Einführung von preisgünstigen Flatrates oder bestimmten Paketen nachdenken, die mit Events, wie zum Beispiel Urlaubsreisen ins Ausland, verbunden sind. Nur über den praktischen Nutzen zum angemessenen Preis kann der Anwender an die neuen Dienste herangeführt werden, die er potentiell noch als zu teuer empfindet.“ Eine Alternative zu der bisherigen Preisgestaltung „eine MMS = ein Preis“ könne zum Beispiel auch die Einführung von gestaffelten Gebühren sein, so wie es in der Sprachtelefonie schon lange üblich sei. „Bislang hat es manchmal mehrere Wochen gedauert, bis eine Ansichtskarte aus dem Urlaub in Deutschland angekommen ist, und jedermann hat das klaglos akzeptiert“, führte Grützner aus. „Da wird es doch wohl auch Akzeptanz finden, wenn MMS auf irgendeinem Server zwischengelagert und erst nachts weiterverschickt werden, wenn dafür die Preise niedriger sind.“ Für diejenigen, der es besonders eilig habe, könne man beispielsweise teurere „Eil-MMS“ anbieten.

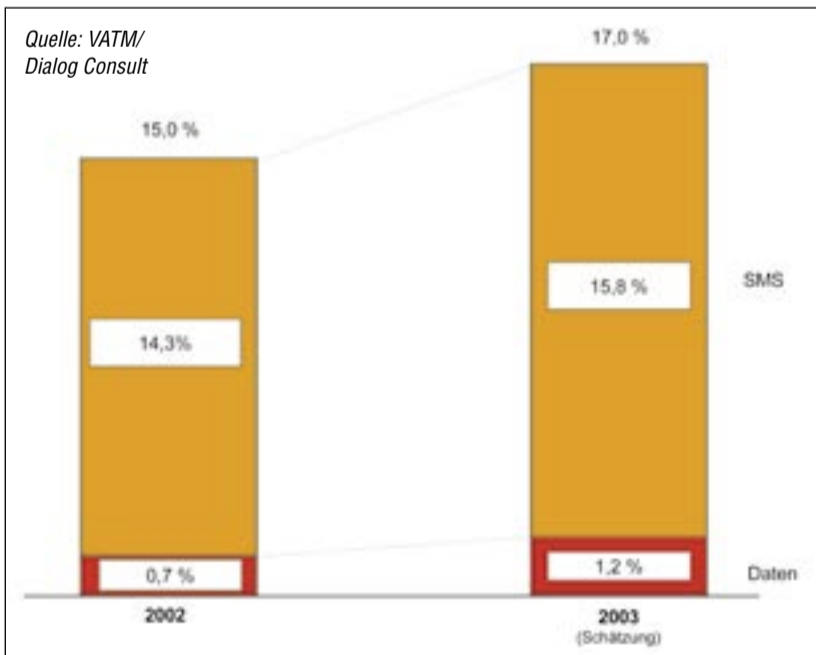
## Transparenz gewähren

Auf jeden Fall sei zu fordern, Punkt vier, daß dem Kunden volle Transparenz gewährt werde. „Beim MMS-Versand aus dem Ausland wissen nur wenige Kunden genau, welche Roaming-Kosten auf sie zukommen“, stellte der VATM-Geschäftsführer fest. Die anderen sehen die tatsächlichen Kosten erst auf der Rechnung; und dann ist es zu spät, um sich noch gegen den Versand von MMS zu entscheiden.“

Neben den exakten Preisen müsse offengelegt werden, von welchen Netzen aus in welche Netze MMS verschickt werden können. „Was hat der Kunde davon, wenn er vor dem Urlaub noch ein MMS-Handy kauft und nachher merkt, daß seine Fotos aufgrund fehlender Kompatibilität der Netze gerade dort nicht angekommen sind, wo er sie hinsenden wollte?“, so Grützner. Würde der Kunde dies schon vorher wissen, könnte er seine Kaufentscheidung sicherer treffen. Grützner: „Es schadet einer Anwendung, wenn per Mund-zu-Mund-Propaganda oder durch die Presse weitergegeben wird, daß sie nicht funktioniert. Und das kann doch auch nicht im Sinne der Hersteller und Netzbetreiber sein.“

Herbert Päge

Quelle: VATM/  
Dialog Consult



Der Anteil von Datendiensten im Mobilfunk nimmt langsam, aber stetig zu.

Auch sei wünschenswert, daß Fotohandys mit Wechselspeicherkarten und/oder größeren integrierten Speichern ausgestattet würden. So könne zum einen verhindert werden, daß einmal ge-

daß der Dienst nicht funktioniert und dann für viel Geld erst einmal die Hotline in Deutschland anrufen muß.“ Unverständlich sei ihm vor allem, warum die notwendige Konfiguration nicht bereits installiert



Quelle: VATM/Dialog Consult

## Mehr Kunden nutzen immer mehr SMS und MMS

Im deutschen Mobilfunkmarkt ist die Zahl der Kunden im Jahr 2003 auf insgesamt 64,78 Millionen gestiegen. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Zunahme von 5,5 Millionen. Die Penetrationsrate stieg damit in 2003 auf gut 80 Prozent. Der Anteil der Service Provider lag, bezogen auf die Kundenzahlen, im Jahr 2003 bei zirka 27 Prozent und blieb damit gegenüber 2002 nahezu unverändert. Nach Ansicht des Verbandes der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten (VATM), der diese Zahlen aufgrund einer gemeinsam mit Dialog Consult durchgeführten Marktanalyse zur Telekommunikation bekanntgab, zeige dieser stabile Anteil der Service Provider, daß der Wettbewerb im Mobilfunk funktioniere. Steigender Beliebtheit erfreuen sich nach VATM-Erkenntnissen nach wie vor SMS-Anwendungen. Auch die neuen MMS-Dienste würden von den Kunden zunehmend in Anspruch genommen. Nach Schätzung des Verbandes erreichte die Zahl der MMS-Nutzungen im vergangenen Jahr bereits eine Größenordnung von 95 Millionen. Demgegenüber wurden laut VATM in 2003 knapp 26 Milliarden SMS verschickt.



# Die Verkaufschancen bei Ebay steigen durch zusätzliche Funktionalitäten

Für immer mehr High-Tech-Händler entwickelt sich der weltweite Online-Marktplatz Ebay zu einem wichtigen Umsatz- und Ertragsbringer. Um die Verkaufschancen der Händler weiter zu erhöhen, hat Ebay seine Shops mit neuen und erweiterten Funktionen sowie zusätzlichen Gestaltungsmöglichkeiten ausgestattet. Die Ebay Shops bieten jedem Internetnutzer die Möglichkeit, ein eigenes virtuelles Ladengeschäft auf dem Online-Marktplatz zu eröffnen. Die Verkäufer können hier ihre bei Ebay eingestellten Artikel im individuellen Design präsentieren und sich kostengünstig eine eigene Präsenz im Internet aufbauen. Jeder Ebay Shop besitzt eine eigene URL, unter der der Verkäufer direkt im Internet erreichbar ist.

Es gibt drei verschiedene Ebay Shop-Formate, die abonniert werden können: Basis-Shops, Top-Shops und Premium-Shops. Basis-Shops (monatliche Gebühren: 9,95 Euro) sind laut Ebay die ideale Lösung für neue Verkäufer mit wenig Erfahrung, die eine günstige und benutzerfreundliche Plattform für ihren Online-Handel suchen. Top-Shops (49,95 Euro pro Monat) stellen eine umfassendere Lösung für kleine und mittelständische Betriebe sowie erfahrene Verkäufer dar, die in erster Linie ihre Online-Umsätze steigern möchten. Und Premium-Shops (499,95 Euro pro Monat) stellen schließlich den Angaben zufolge eine Lösung für Verkäufer mit sehr umfangreichem Angebot dar, die ihren Absatz bei Ebay maximieren möchten.

## Festpreisartikel kostengünstig anbieten

Ab sofort verfügen alle genannten Ebay Shops über ein eigenes Angebotsformat. Festpreisartikel können jetzt kostengünstig mit längeren Laufzeiten ausschließlich in den Ebay Shops zum Verkauf angeboten werden. Die Shop-Artikel sind über die Shop-Suche und die Shop-Kategorien sowie durch Cross-Promotion mit anderen Artikeln auffindbar, jedoch nicht über die normale Suche und die normalen Kategorien von Ebay. Die Verkäufer können zwischen einer Laufzeit von 30 Tagen, 90 Tagen oder einer unbefristeten Laufzeit wählen. Wie bisher werden – neben den im neuen Shop-Ange-

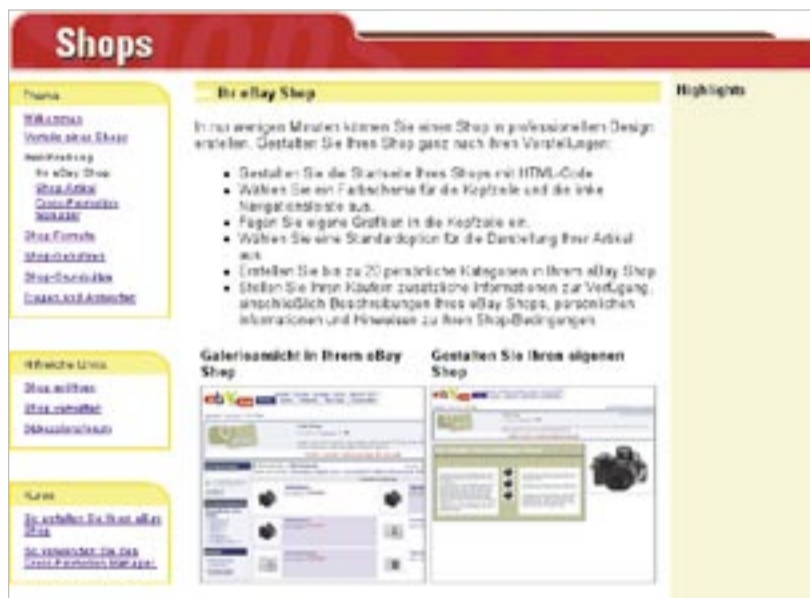
botsformat eingestellten Artikeln – auch alle weiteren Artikel, die ein Verkäufer bei Ebay eingestellt hat, in seinem Ebay Shop gelistet.

## Cross-Promotions sorgen für Aufmerksamkeit

Um potentielle Käufer auf die Artikel aufmerksam zu machen, die ausschließlich in den Ebay Shops eingestellt sind, hat das Unternehmen eine speziell auf die Bedürfnisse seiner Shop-Betreiber zugeschnittene Werbefunktionalität entwickelt: den Cross-Promotion-Manager. Mit diesem Verkaufsförderungstool können weitere vom Shop-Betreiber angebotene Artikel prominent auf seinen Artikelseiten präsentiert werden. Der Anbieter ermuntert so seine Kunden, zusätzliche oder höherwertige Artikel zu kaufen. So funktionieren Cross-Promotions:

- Wenn ein Interessent das Angebot aufruft, werden vier weitere Angebote über die Option „Cross-Promotions“ beworben.
- Nachdem ein Mitglied auf einen Artikel geboten oder einen Artikel gekauft hat, werden ebenfalls weitere Angebote auf der Seite gezeigt, die der Käufer nach dem Bieten oder Kaufen sieht.
- Cross-Promotions lassen sich so einstellen, daß Beziehungen zwischen einzelnen Shop-Kategorien hergestellt werden.

Aufgrund der Besonderheiten des Angebotsformats Shop-Artikel,



Die Online-Hilfe auf der Ebay-Homepage unterstützt den Interessenten bei der Einrichtung und Gestaltung seines Shops.

zum Beispiel lange Angebotslaufzeiten und geringe -gebühren, ist es nach Aussage von Ebay besonders sinnvoll, in Auktionen oder Festpreisangeboten auf die Shop-Artikel hinzuweisen. Mit Cross-Promotions können Verkäufer automatisch und auf bestimmten Regeln basierend für ihren Ebay Shop und die dort angebotenen Artikel Werbung betreiben. Diese wird in die Artikelseiten sowie in die Ebay-System-E-Mails zur Gebotsbestätigung und Kaufabwicklung eingebunden.

## Individuelles Shop-Design

Die Ebay Shops bieten ab sofort außerdem neue individuelle Gestaltungsmöglichkeiten, um den eigenen Design-Vorstellungen der Verkäufer Rechnung zu tragen. Die Kopfzeile sowie der Hauptteil der Startseite der Ebay Shops sind durch HTML frei gestaltbar. Statt bisher elf können nun bis zu 19 eigene Kategorien angelegt werden – individuell strukturiert und auf das jeweilige Angebot abgestimmt. Zudem haben die Shop-Betreiber ab sofort die Möglichkeit, Artikellisten in den Ebay Shops in normaler Ansicht oder in Galerieansicht darzustellen.

Die Einrichtung eines eigenen Shops ist mit zwei Schritten machbar: Nachdem die wichtigsten Angaben zum Shop gemacht wurden, kann die optische Gestaltung des

Shops beginnen. Zunächst werden die wichtigsten Angaben zum Shop gemacht. So muß dieser einen Namen haben.

Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um einen frei erfundenen oder um einen bekannten Geschäftsnamen handelt. Anschließend werden weitere Angaben zum Shop hinterlegt. Dazu gehören Zahlungshinweise, eine aussagekräftige Shop-Beschreibung und die Reihenfolge, in der die Artikel angezeigt werden. Ebenso können Shop-Betreiber hier auf Besonderheiten hinweisen und bis zu 20 persönliche Shop-Kategorien wählen.

Im zweiten Schritt wählt der Betreiber eine Farbe für seinen Shop oder er entscheidet sich für eine der Ebay-Farbvorlagen. Er hat außerdem die Möglichkeit, passend zu seiner Kategorie ein Shop-Logo zu wählen oder ein eigenes Shop-Logo hochzuladen. Ebay paßt das Logo bei Bedarf durch Ver-

größern an die erforderlichen Maße an. Um den Kopfteil des Shops informativer zu gestalten, kann eine weitere Beschreibung zum Shop hinzugefügt werden. Mit der Vorschau-Funktion erhält der zukünftige Shop-Betreiber eine Voransicht des Kopfteils.

Beim Anzeigen der Artikel kann zwischen der Galerieansicht und der Listenansicht gewählt werden. Der Verkäufer kann eine eigene Shop-Startseite anlegen, indem er den Texteditor benutzt oder eigenen HTML-Quellcode verwendet. Wenn er sich dafür entscheidet, keine eigene Shop-Homepage anzulegen, öffnet sich der Shop in der Listen- oder Galerieansicht. Auch hier steht eine Vorschau-Funktion zur Verfügung. *Herbert Päge*



Wie auf diesen Musterseiten für einen Fotohändler könnte der eigene Ebay Shop aussehen.

# Ebay Shops bieten deutlich mehr individuelle Gestaltungsmöglichkeiten

## POS Neuheiten

### ISDN-DECT-Telefon mit Farbdisplay und Funktion zum MMS-Empfang

Die DeTeWe AG & Co. KG hat das schnurlose ISDN-DECT-Telefon BeeTel 550i vorgestellt, das über ein Farbdisplay mit 120 x 160 Pixeln verfügt und sowohl SMS- als auch MMS-Nachrichten im Festnetz empfangen kann. Das siebenzei-



BeeTel 550i ist die Ausstattung mit der Kommunikationssoftware WinSuite für Fax, Anrufbeantworter und Datentransfer. Außerdem ist die Datenfähigkeit des BeeTel 550i sowohl über das Mobilteil als auch über die Basisstation gewährleistet und ermöglicht so eine schnurlose Internetanbindung. Am Mobilteil sind außerdem Schnittstellen für Headset- und USB-Geräte vorhanden. Die Freisprechfunktion am Mobilteil ermöglicht Gespräche auch, wenn der Nutzer die Hände gerade nicht frei hat. Eine optionale SIM-Karten-Option und Vibrationsalarm gehören ebenfalls zur Ausstattung des BeeTel 550i. Darüber hinaus verfügt es über die bekannten Komfortfeatures der BeeTel-Familie, wie etwa beleuchtete Tasten, freistehendes Mobilteil, Steuerelement Wippe, Softkeys oder Ladezustandsanzeige für den Akku.

### Das Panasonic Handy X300 besitzt ein ausklappbares Display

**Mobil** Panasonic Mobile Communications will im Herbst mit dem X300 das erste Mobiltelefon mit einem Pop-Up-Screen auf den Markt bringen. Das Telefon bietet darüber hinaus

Tri-Band, ein Display mit 65.000 Farben, Video- und Playback-Funktion, eine integrierte Digitalkamera, Multimedia Messaging (MMS) und polyphone Klingeltöne. Auf Knopfdruck öffnet sich beim X300 der Pop-Up-Screen und dreht sich seitlich zum Handy. So verwandelt sich das Farbdisplay in einen Sucher für Foto-Shootings und Video-Drehs. Auch



ein Selbstauslöser gehört zur integrierten VGA-Kamera. Sämtliche Fotos und Videos kommen auf dem Pop-Up-Display mit 65.000 Farben brillant zur Geltung und können per Playback-Funktion jederzeit abgespielt werden. Über GPRS und MMS werden Fotos und sogar Video-Clips versendet. Trotz seiner Fülle an Funktionen ist das X300 nach Angaben des Herstel-

lige Display mit 65.000 Farben ist hintergrundbeleuchtet. Eine Datenschnittstelle am Mobilteil ermöglicht auch schnurloses Surfen. Ein weiteres Kennzeichen des

### Mit neuen Funkmeldern und -schaltern von Agfeo können Händler in den wachstumsstarken Markt der Sicherheits- und Fernschalttechnik einsteigen

**Der Bereich der Überwachungs-, Sicherheits- und Fernschalttechnik ist derzeit ein attraktiver Wachstumsmarkt. Agfeo Telekommunikation stellt sich dem steigenden Sicherheitsbedürfnis im Privat- und nicht überwachungs-pflichtigen Gewerbebereich mit der Anbindung und Lieferung einer abgerundeten Palette diverser Funkmelder und Funkschalter.**

Diese Melder und Schalter werden über den Agfeo Wireless-Alarm-Controller (WAC) in Agfeo Tk-Anlagen ab Anlagenfirmware 6.1 integriert und verwaltet. Die professionellen SiRoute Produkte eignen sich den Angaben des Herstellers zufolge aufgrund ihrer 868-MHz-Funktechnologie und der damit verbundenen, einfachen und preiswerten Installation auch für Händler, die sich bislang noch nicht mit dem Thema Alarmanlagenbau auseinandergesetzt haben.

Bis zu 24 Funkmelder/-schalter, die sich automatisch zu einem Netzwerk formieren, sind über den Wireless-Alarm-Controller an eine Agfeo Tk-Anlage anzubinden. Zusätzlich können bis zu zehn Fernbedienungen (Handsender mit Schalt-, Schlüssel- oder Panikfunktion) im System integriert werden. Eine Verkabelung im Haus entfällt. Alle Funkmelder/-schalter adressieren sich automatisch im Wireless-Alarm-Controller (WAC) und sind nach erfolgreicher Anmeldung (Funkverbindung steht) auf der bekannten Agfeo Konfiguratoroberfläche zu erkennen. Somit ist schon bei der Konfiguration die korrekte funktechnische Installation der Geräte sicher überprüfbar. Im Konfigurator wird festgelegt, um welchen Melder oder Schalter es sich handelt und welche Aktion auf eine Meldung erfolgen soll (zum Beispiel Meldung auf ein Telefon, eine Sirene, Licht an oder Garagentor auf etc.).

Als Funkmelder bzw. -Schalter stehen sechs verschiedene Komponenten zur Verfügung. Hierbei handelt es sich um:

- Glasbruchmelder akustisch: wird nicht auf die einzelne Scheibe geklebt, sondern wertet die

beim Glasbruch entstehenden typischen Geräusche aus und ist somit zur Überwachung mehrerer Fenster geeignet.

- Türkontaktmelder: arbeitet auf Magnetbasis und meldet das Öffnen eines Fensters oder einer Tür
- Rauchmelder optisch, arbeitet nach der Streulicht-Meßmethode
- Bewegungsmelder: hochwertige 12 m/90° Weitwinkel-Fresnellinse
- Alarmsirenen, innen und außen mit einer Lautstärke von 80 dB
- Funkkontakte mit jeweils zwei Eingangs- und zwei Ausgangskontakten

Über diese verschiedenen Melder/Schalter werden die Signale in der Agfeo Tk-Anlage empfangen und entsprechend verarbeitet. Mit Hilfe von Agfeos AIS-Modul kann auf Wunsch bei Auslösen eines Alarms sogar eine entsprechende Ansage (Kellertür wurde geöffnet) zum Beispiel zu einem internen oder externen Telefon erfolgen. Außerdem können über die Funkkontakte, mittels Zeitsteuerung, verschiedene Geräte zu bestimmten Zeiten ein- bzw. ausgeschaltet werden. Aber auch andere Meldungen, etwa das Abtauen einer Kühltruhe, können per Funkkontakt an die ISDN Tk-Anlage gesendet und entsprechend verarbeitet werden.

Eine optional erhältliche Fernbedienung ermöglicht, alle wesentlichen Funktionen des Agfeo Security-Line Konzeptes ungebunden zu steuern. Aufgrund ihrer Größe paßt die Fernbedienung in jede Hosentasche oder an den Schlüsselanhänger. Damit eignet sie sich vor allem, um Hausbewohnern, die nicht mit einem Handy ausgestattet sind, Teil- oder Komplettzugangsrechte zur Alarmanlage zu gewähren. Es kann die ganze Anlage oder nur Teilkomponenten der Anlage in Betrieb genommen werden, beispielsweise Licht schalten oder Haustür öffnen etc. Ausgestattet mit einer Panikalarm-Taste eignet sich die Fernbedienung auch für hilfsbedürftige Mitbewohner. Sämtliche Funktionen können über einen PIN-Code geschützt werden.

### Agfeo stellt neuen Tk Home-Server vor

**www** Agfeo hat eine neuartige Kommunikations-Zentrale angekündigt. Der Tk Home-Server stellt nach Aussage des Herstellers eine Kombination aus komfortablem, persönlichen, autarken Webserver und bewährter Telefonanlage dar. Es handelt sich um ein komplett voreingestelltes und einfach zu bedienendes System für den Home und Small-Office-Bereich. Im Grundausbau soll der Agfeo Tk Home-Server hardwareseitig über einen externen S<sub>0</sub>, vier analoge Anschlüsse, integriertes DSL-Modem, zwei LAN Buchsen, einen Steckplatz für WLAN und einen CF-Speicher-Steckplatz verfügen. Die Software bietet:

- Einen persönlichen Internet-Briefkasten, einen eigenen Webserver im Internet zum Bereitstellen und Austausch von Bildern, Dateien und Dokumenten. Einen eigenen E-Mail Server zum Senden und Empfangen und der Ar-

chivierung von E-Mails. Die Signalisierung neuer Nachrichten erfolgt optisch. Eine integrierte Voice-E-Mail-Funktionalität gibt es zusätzlich. Als Speichermedium dient eine CF-Karte.

- Eine Firewall zum Schutz des eigenen Netzwerkes. Nebenbei erhöht sich die Sicherheit im elektronischen Postverkehr durch die Speicherung aller Daten „in einem speziellen Quarantäne-Bereich“ auf der CF-Karte.
- Schnittstelle zu Dyn DNS Diensten mit automatischer Anmeldung. Somit Erreichbarkeit des TK Home-Servers im Internet zum Beispiel unter MeineAnlage.DynDNS.de.
- Kontaktmanagement über Agfeo Tk-Suite. Dies ermöglicht Computer-Telefonie und zentrale Adreßverwaltung. Ein Update über LAN und Internet ist möglich und Fernkonfiguration selbstverständlich.

lers leicht zu handhaben. Das X300 bietet darüber hinaus 20 Melodien, 40fach polyphone Klingeltöne, Kalender, Taschenrechner, Spiele und die Möglichkeit, zusätzliche Wallpapers herunterzuladen.

### Samsung stattet schnelle Laserfaxgeräte auch mit Sparfunktionen aus

**Die neuen Laserfaxe SF-560 und SF-565P von Samsung sind ab sofort zu haben. Bei den neuen Geräten setzt Samsung erneut auf ein ausgereiftes Laserdruckwerk, das schon in anderen Geräten eingesetzt wird. Neben der reinen Fax- und Kopierfunktion des SF-560 verfügt das SF-565P außerdem über Funktionen zum Scannen und Drucken. Zudem bieten die Geräte ein schnelles 33,6-kbps-Modem. Mit der hohen Geschwindigkeit von bis zu 16 DIN-A4-Seiten pro Minute lassen sich Dokumente schnell kopieren oder drucken. Anspruchsvolle Privatanwender, Selbständige, Kleinbetriebe und mittelständische Unternehmen erhalten so leistungsstarke Geräte für professionelles Arbeiten. Zur Ausstattung gehören Sende- und Empfangsspeicher für bis zu 160 Seiten, Speicherplatz für 20 Kurzwahl- und 80 Zielwahl-Nummern sowie bis zu vier Tage Puffer für Einstellungen und gespeicherte Faxe bei einem Stromausfall. Die Papierversorgung übernimmt eine Papierkassette für 250 Blatt, und beim SF-565P finden sich auch je eine Parallel- und USB-Schnittstelle für den Anschluß eines Computers. Zahlreiche Sparfunktionen helfen, die Betriebskosten niedrig zu halten. Dazu gehört Samsungs**

patentierte Tonersparfunktion, die per Tastendruck den Tonerverbrauch um bis zu 40 Prozent reduziert. Mit der Gebührensparmöglichkeit werden ebenfalls Faxkosten gesenkt, indem das Gerät die Faxe zu Zeiten mit niedrigen Telefongebühren sendet.

### Tk-System Tiptel 3022 gibt es jetzt auch in einer 19-Zoll-Rack-Version

**Das im Herbst 2003 von tiptel vorgestellte Tk-System tiptel 3022 office ist ab sofort auch in einer 19-Zoll-Rack-Version erhältlich. Beim optional verfügbaren ADSL-Modem bietet das Unternehmen sowohl eine Einbau-Variante als auch eine externe Lösung an. Das Tk-System tiptel 3022 office ist eine Kommunikationslösung für Unternehmen mit bis zu 14 Arbeitsplätzen. Neben modernstem Telefonie-Komfort bietet das Komplett-System einen integrierten Switch sowie DSL- und ISDN-Router, professionelle Systemtelefone und DECT-Lösungen und die Vorkonfiguration für CallManager und VoiceMail-Systeme. Mit der 19-Zoll-Rack-Version will tiptel nach eigener Aussage zusätzlich die Nachfrage nach effizienten Lösungen für die Zusammenführung der TK- und IT-Welt befriedigen. Durch einfaches Umstecken der Verbindungen an einem Patchfeld lassen sich Nebenstellen einfach ändern. LEDs am Gehäuse der tiptel 3022 office rack informieren über den Funktionszustand der Telefonanlage. Optional kann auch ein ADSL-Modem in die Tk-Anlage integriert bzw. als externe Lösung angeschlossen werden.**

# Arcor bietet ISDN-Anschluß ab 14,95 Euro/Monat an Handelspartner erhalten vielfältige Unterstützung

Der deutsche Festnetzmarkt ist im Jahr 2003 mit einem Plus von knapp fünf Prozent um etwa das Zehnfache des Brutto-sozialproduktes gewachsen. Von der Entwicklung profitierte auch die Arcor AG & Co. KG. Sie meldete im vergangenen Dezember nach drei Quartalen ein Umsatzwachstum von 14 Prozent, erreichte damit einen (Umsatz-) Marktanteil von 5,4 Prozent und bleibt die Nummer eins unter den Wettbewerbern der

In rund 200 Städten und Gemeinden bietet Arcor eigene ISDN- und DSL-Anschlüsse an und erreicht damit rund 40 Prozent der Bevölkerung. Wachstumstreiber im Privatkundenbereich war im vorigen Jahr das Internetgeschäft mit breitbandigen Anschlüssen: Fast die Hälfte aller deutschen Haushalte besitzt inzwischen einen Internetzugang, und wiederum jeder fünfte davon surft mit hoher Geschwindigkeit über eine DSL-Leitung in der virtuellen Welt. Von den insgesamt rund 4,5 Millionen DSL-Anschlüssen entfielen 140.000 auf Arcor. Gleichzeitig hatte Arcor Ende Dezember 335.000 ISDN-Anschlüsse komplett an das eigene Netz geschaltet.

„Das Internet ist kein Textarchiv mehr, sondern hat sich zu einer

lebendigen und bunten multimedialen Plattform mit Musik, Bildern, Spielen und Videos entwickelt“, meinte Graffweg. „Gleichzeitig



Hans-Werner Graffweg

werden Nutzer von Telekommunikationsangeboten immer anspruchsvoller. Sie wollen Telefongespräche führen und gleichzeitig im Internet surfen, und das über

Deutschen Telekom. „Wir sind davon überzeugt, daß sich das Wachstum 2004 fortsetzen wird“, erklärte Hans-Werner Graffweg, der den Vertriebsbereich Privatkunden leitet, im Gespräch mit PoS-MAIL. „Stützen weiteren Wachstums werden dabei die schnellen Internetzugänge, neue attraktive Produkte, wie zum Beispiel der Arcor ISDN-Anschluß für 14,95 Euro, und die intensivere Zusammenarbeit mit dem Fachhandel sein.“

immer schnellere Verbindungen.“ Als Antwort auf diesen Trend hat das Frankfurter Unternehmen sein Portfolio und DSL-Anschlüsse mit Geschwindigkeiten von bis zu ein, zwei und drei Megabit pro Sekunde erweitert. Zu diesen gibt es gratis zehn Stunden oder 1.000 MB pro Monat dazu. Die Kunden können darüber hinaus passend zu ihrem persönlichen Surfverhalten zwischen weiteren Volumen- und Zeittarifen sowie einer Flatrate wählen. „Als Highlight bieten wir DSL-Einsteigern einen ISDN-Komplettanschluß für 14,95 Euro an, günstiger als ein Analog-Anschluß der Deutschen Telekom“, führte Graffweg aus. „Damit ermöglichen wir breitbandige Internetnutzung schon ab 31,90 Euro im Monat, das ist derzeit günstiger als jedes Angebot anderer Anbieter in Deutschland.“

## Neue Preise für Preselection-Kunden

Mit neuen Preisen will Arcor auch für Preselection-Kunden das Telefonieren und Surfen attraktiver machen. „Zum Monatspreis von 9,95 Euro können sie am gesamten Wochenende und an allen bundesweit einheitlichen Feiertagen kostenlos telefonieren und für zusätzlich 9,95 Euro bei Arcor Preselect 765 mit dem Arcor Online power 765 Tarif bis zu 40 Stunden monatlich kostenlos surfen, jede weitere Minute kostet dann einen Cent“, nannte Graffweg ein aktuelles Tarifbeispiel. Weiterhin gibt es für alle ISDN- und Preselection-Tarife nur noch eine Entfernungszone für Inlandsgespräche. In den Tarifklassen 725, 745 und 765 sind die Minutenpreise fürs Telefonieren für ISDN- und Preselection-Kunden jeweils identisch. Beim Standardtarif Arcor ISDN 725 bzw. Preselection 725 beträgt der Minutenpreis während der Hauptgeschäftszeit (montags bis freitags von sieben bis 18 Uhr) nur noch 4,5 Cent statt neun Cent. Bei den

höherwertigeren Produkten Arcor ISDN 745 und 765 sowie den entsprechenden Preselection-Angeboten kosten Telefonate rund um die Uhr nur noch drei Cent pro Minute. Graffweg: „Kunden mit diesen Tarifen können zudem jeden Monat zwei Stunden im deutschen Festnetz kostenlos telefonieren. Mit Arcor-ISDN 765 für monatlich 29,95 Euro kann man das gesamte Wochenende und feiertags umsonst telefonieren. Und man kann bei Arcor auch am Wochenende sowie an bundeseinheitlichen Feiertagen kostenlos surfen.“

„Mit der Einführung der neuen Produkte und des neuen Tarifsystems haben wir eine weitere Voraussetzung für den Handel

weg auch ein Provisionssystem, mit dem die Partner Monat für Monat gute Umsätze und Erträge erzielen. „Die wirtschaftliche Basis der Zusammenarbeit bildet die Grundprovision, die der Händler durch die Mengenstaffelung und das Erreichen individueller Zielvereinbarungen steigern kann“, erläuterte der Bereichsleiter Vertriebsmanagement.

Die Unterstützung beim Verkauf von Arcor Produkten und Services kommt in der partnerschaftlichen Zusammenarbeit ebenfalls nicht zu kurz. So werden Händler durch einen persönlichen Account-Manager betreut, der sowohl die Schulung in Sachen neuer Produkte und Tarife übernimmt als auch Tips zur Vermarktung gibt. Außerdem stimmt er das zur Verfügung stehende Werbe- und Verkaufsmaterial auf die individuelle Shop-situation des Partners ab, um Arcor in gewünschter Weise am Point of Sale in Szene zu setzen. Weiterhin unterstützen regelmäßige Aktionsangebote alle zwei Monate den Verkauf.

Ein Service-Center im Internet für Arcor-Vertriebspartner soll demnächst als Drehscheibe und Informationsquelle für alle Belange des Handels dienen. „Mit dem Service-Center werden unsere Partner direkt und schnell ihre Werbemittel bestellen, Marketingunterstützung abrufen, an Incentives teilnehmen und interaktiv ihr Wissen vertiefen können“, so Graffweg. „Ein weiterer Infodienst, der Arcor-Faxbroadcast, hält den Händler darüber hinaus mit Kurznachrichten und Tarifvergleichen aus der Telekombranche auf dem laufenden.“

Herbert Päge

## Arcor baut den Service Online-Fotoalbum aus

Arcor hat den bekannten Service Online-Fotoalbum neu gestaltet und bietet jetzt unter [www.arcor.de](http://www.arcor.de) nicht nur die Möglichkeit, „öffentliche“ oder „private“ Fotogalerien einzurichten, sondern auch zusätzlichen Raum für die persönliche Vorstellung der Fotografen und für den Gedankenaustausch mit den Betrachtern. Arcor stellt jedem Kunden kostenlos 50 MB Speicherplatz für ein persönliches Online-Fotoalbum zur Verfügung. Bis zu 300 Motive passen in das persönliche Archiv. Mehr Speicherplatz gibt es ab 1,30 Euro im Monat. Fotoalben sind über das Arcor-Multimessaging-System PIA zugänglich. Der Zugriff aufs private Album ist paßwortgeschützt. Er kann nach Belieben für andere



Personen freigeschaltet werden. Aus privaten Alben können Motive als E-Cards gratis und als herkömmliche Postkarte kostenpflichtig versendet werden. So hat der Albenbesitzer zum Beispiel die Möglichkeit, von seinem Urlaubsort aus Motive ins Album zu stellen (über ein Internet-Cafe, per Datenkarte und Notebook etc.), mit einem persönlichen Gruß zu versehen und diese als Ansichtskarte zu verschicken – schneller und individueller, als dies per Briefpost möglich wäre. Abgerechnet wird dieser Service über die Arcor Kleingeldbörse. Zudem können künftig über das Fotoalbum Prints auf echtem Fotopapier bestellt oder Aufträge für das Bedrucken von Geschenkartikeln mit eigenen Motiven erteilt werden. Die Bildbearbeitung ist online möglich.

Personen freigeschaltet werden. Aus privaten Alben können Motive als E-Cards gratis und als herkömmliche Postkarte kostenpflichtig versendet werden. So hat der Albenbesitzer zum Beispiel die Möglichkeit, von seinem Urlaubsort aus Motive ins Album zu stellen (über ein Internet-Cafe, per Datenkarte und Notebook etc.), mit einem persönlichen Gruß zu versehen und diese als Ansichtskarte zu verschicken – schneller und individueller, als dies per Briefpost möglich wäre. Abgerechnet wird dieser Service über die Arcor Kleingeldbörse. Zudem können künftig über das Fotoalbum Prints auf echtem Fotopapier bestellt oder Aufträge für das Bedrucken von Geschenkartikeln mit eigenen Motiven erteilt werden. Die Bildbearbeitung ist online möglich.



Für die Handelspartner hält Arcor zahlreiche Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien, wie diese Pylone für DSL und ISDN, bereit.

## Arcor@Call macht die Festnetztelefonie im Internet möglich

Mit dem Angebot Arcor@Call wird die Festnetztelefonie mobil. Kunden des Unternehmens haben ab Herbst die Möglichkeit, eine zusätzliche Rufnummer für unterwegs zu erhalten. Damit können von überall aus Telefonate geführt oder Telefaxe, E-Mails oder SMS verschickt werden. Voraussetzungen sind eine Internetanbindung und ein internetfähiges Endgerät (zum Beispiel Voice-over-IP-Telefon oder Notebook mit entsprechender Software und Headset). Um eine Verbindung herzustellen, braucht nur die Rufnummer über die Software oder die Tastatur eingegeben zu werden.

geschaffen, die Zusammenarbeit mit uns aufzunehmen bzw. zu intensivieren“, betonte Graffweg. „Denn was gefragt ist, verkauft sich gut. Und was gefragt ist, wissen wir aus Erfahrung.“ Aber das Angebot an die Partner im Fachhandel beschränkt sich natürlich nicht auf Produkte und Dienstleistungen. So bietet Arcor laut Graff-

## PoS Aktuell

### T-Mobile vereinfacht jetzt auch das Roaming

T-Mobile setzt weiter auf Vereinfachung der Tarife: Nach Sprache und Daten folgt jetzt auch Roaming. Zum Start der Urlaubssaison will der Bonner Mobilfunkbetreiber mit attraktiven Angeboten dafür sorgen, daß Kunden im Ausland zu klar überschaubaren und günstigen Preisen telefonieren können. Nach dem saisonalen Roaming-Angebot WorldClass Holiday, das sich an Winter- und Osterurlauber richtete, bietet T-Mobile ab dem 1. Juni nun ein Preis-Schnäppchen für Sommerurlauber an. Das Unternehmen verfolgt mit diesen neuen Roaming-Tarifen die Logik der internationalen Relaxkampagne. Auch die übrigen T-Mobile Länder werden ihren Kunden adäquate

### T-Com und die 1&1 Internet AG schließen DSL Resale-Vertrag

Die Erschließung des deutschen Breitbandmarktes geht in eine neue Phase: T-Com und die United Internet Tochter 1&1 haben eine DSL Resale-Vereinbarung auf Basis eines Bitstream Access Produkts getroffen. Damit wird es der 1&1 Internet AG ermöglicht, bundesweit DSL Anschlüsse von T-Com in eigenem Namen und auf eigene Rechnung zu vermarkten und attraktive Angebote am Markt zu platzieren. Im Februar hatte die Festnetzsparte der Deutschen Telekom angekündigt, DSL auch als Resale-Produkt den Wettbewerbern zur Verfügung zu stellen. „Wir freuen uns, den neuen DSL-Resale-Vertrag als erster Provider bekanntgeben zu können. Dadurch werden wir unsere Marktposition im DSL-Segment weiter ausbauen“, sagte Andreas Gauger, Vorstandssprecher der 1&1 Internet AG. Gauger kündigte die Verfügbarkeit neuer Angebote auf Basis des jetzt abgeschlossenen Vertrages für August dieses Jahres an. „Die direkte Vertragsbeziehung zum Kunden bringt uns erhebliche Vorteile. Zukünftig können wir einen kostengünstigen und technisch hervorragenden DSL-Anschluß sowie den DSL-Datenverkehr aus einer Hand anbieten.“ Das geschlossene Vertragswerk stellt 1&1 DSL-Anschlüsse auf Basis der vorhandenen Netzinfrastruktur von T-Com zur Verfügung, die eigenverantwortlich vermarktet werden können. Voraussetzung für die Nutzung des zukünftigen 1&1 DSL-Angebots ist ein Telefonanschluß von T-Com.

Tarife anbieten. T-Mobile Kunden, die sich für Relax Holiday entscheiden, können in allen Ländern der Europäischen Union einschließlich der zum 1. Mai beigetretenen Staaten insgesamt 20 Gesprächsminuten für zehn Euro vertelefonieren. Jede Gesprächsminute kostet damit rund um die Uhr an allen Wochentagen 0,50 Euro. Der Preis gilt unabhängig davon, ob es sich um ein abgehendes oder ankommendes Gespräch handelt. Auch spielt es keine Rolle, über welchen Netzbetreiber das Gespräch erfolgt. Zum Vergleich: Im bisherigen Roaming-Standardtarif kostet beispielsweise ein Anruf von Frankreich nach Deutschland über das Netz von Orange France montags bis freitags zwischen acht und 21.30 Uhr 1,28 Euro. „Mit unseren neuen Roaming-Angeboten Relax Holiday und T-Mobile Weltweit kommen wir den Bedürfnissen unserer Kunden nach einfachen und transparenten Tarifen nach“, so der Vorsitzende der Geschäftsführung T-Mobile Deutschland, Timotheus Höttges. „Mobil telefonieren im Urlaub wird unbeschwerter und macht mit diesen Angeboten künftig noch mehr Spaß.“

Relax Holiday-Nutzer, die ihr Minutenbudget abtelefoniert haben, können nach Auslaufen der Gültigkeitsfrist von sechs Wochen das Minutenpaket auch wiederholen buchen. T-Mobile Deutschland wird Relax Holiday vom 1. Juni bis zum 31. August anbieten. Nach Verbrauch des Minutenpakets oder Ablauf der sechswöchigen Gültigkeitsdauer telefonieren Kunden im Ausland automatisch in der neuen Tarifoption T-Mobile Weltweit. Mit T-Mobile Weltweit bietet T-Mobile ab dem 1. Juni darüber hinaus einen transparenten Roaming-Tarif für Privat- und Geschäftskunden mit Laufzeitverträgen an: Hier gelten für abgehende Mobilfunkgespräche im Ausland rund um den Globus nur noch drei, nach Ländergruppen gestaffelte Minutenpreise. Die neue Roaming-Option soll Privat- und Geschäftskunden für das Telefonieren im Ausland eine sehr stark vereinfachte Preisstruktur bieten, die unabhängig vom Netzbetreiber im jeweiligen Land ist.

Jedes der 126 Roaming-Länder von T-Mobile ist einer von drei Ländergruppen zugeordnet. In jeder Gruppe gilt ein einheitlicher Preis für die Gesprächsminute, egal aus welchem Land innerhalb einer Gruppe und über welchen Netzbetreiber telefoniert wird. Dabei kostet in der Ländergruppe 1, die alle EU-Mitgliedsstaaten umfaßt, bei einem Gespräch nach Deutschland die Minute 0,89 Euro. In der Ländergruppe 2, bestehend aus europäischen Ländern (nicht EU)

sowie USA und Kanada, gilt für abgehende Gespräche ein Minutenpreis von 1,49 Euro. Durchgängig 2,99 Euro pro Minute kosten Mobiltelefonate in der Ländergruppe 3, die zum Beispiel Asien sowie Süd- und Mittelamerika umfaßt. Für abgehende Verbindungen in eine andere Tarifzone gilt der jeweils höhere Minutenpreis der Ursprungs- oder Zielzone. Ankommende Gespräche werden in Ländergruppe 1 und 2 mit 0,69 Euro pro Minute, in Ländergruppe 3 mit 1,79 Euro pro Minute berechnet. Der Preis für den SMS-Versand ist mit 0,39 Euro über alle drei Ländergruppen hinweg einheitlich günstig. T-Mobile Weltweit mit der neuen einfachen Preisstruktur erstreckt sich auch über GPRS und MMS – gilt also trägerübergreifend.

### Nokia zeigte Java-Spiele auf Snap-Mobile-Basis

Nokia hat auf der Electronic Entertainment Expo (E3) die ersten Java-Spiele mit Multiplayer-Funktionen gezeigt, die auf der Snap Mobile-Lösung von Nokia basieren. Die gemeinsam mit Sega Mobile auf Basis von Snap Mobile entwickelten Demos unterstützen Multiplayer-Funktionen für Java-Spiele sowie die wichtigsten Community-Funktionen wie Buddy-Listen, Erreichbarkeits-Infodienste und Instant Messaging. Die Demos von Sega Mobile zeigten zum ersten Mal, wie über Snap Mobile die Community-Funktionen der N-Gage Arena auch vom Massenmarkt der Mobiltelefone mit Java-Unterstützung genutzt werden können.

Snap Mobile gibt nicht nur Spiele-Entwicklern grundlegende Tools zum Erstellen von Spielen mit mobilen Multiplayer-Funktionen an die Hand, die über das Mobilfunknetz genutzt werden können, sondern bietet auch Netzbetreibern und Diensteanbietern eine technische Infrastruktur, mit der sie Gaming-Communities auf- und ausbauen können. Snap Mobile beinhaltet:

Hochleistungs-Multiplayer-Funktionen über das Internet, die auf bewährten Techniken basieren:

- Effiziente, skalierbare, serverbasierte Möglichkeiten, Multiplayer-Spieldaten zu verteilen
- Flexible Matchmaking-Funktionen, darunter Ranglisten-, Freestyle-, Herausforderungs- und gefilterte Modi

Community-Funktionen, darunter:

- Chat und Buddy-Listen
- Erreichbarkeitsinformationen (online, offline und innerhalb eines Spiels)
- Umfassende Ranglisten-Funktionen zur Unterstützung von

Matchmaking und Turnieren „Eine Gaming-Community ist das Fundament für moderne mobile Spiele mit Online-Multiplayer-Funktionen“, erläuterte Ilkka Raiskinen, Senior Vice President Nokia Games Business Unit. „Spiele sind nur der Anfang, erst Communities sorgen dafür, daß Spiele wirklich optimal genutzt werden können. Gamer treffen sich in der Community zum Spielen, um gegeneinander anzutreten, zum Kommunizieren, um Gleichgesinnte zu treffen, um Clans zu bilden, zum Lernen und zum Austausch von Informationen über Spiele oder um einfach nur Zeit in

ihrer Spiele-Welt zu verbringen. Gamern ein Forum zu bieten, in dem sie Spaß haben und spannende Interaktion erleben können, das ist es, wenn wir von mobilen, miteinander über das Internet in einer Community verbundenen Gamern sprechen.“

Die ersten Demoversionen von Snap Mobile werden unter MIDP 2.0 auf der Serie 60-Plattform integriert. Die Unterstützung für weitere Plattformen wird folgen. Das Snap Mobile Client Development Kit wird Spiele-Entwicklern kostenlos ab dem dritten Quartal 2004 zur Verfügung gestellt.

### debitel liegt im ersten Quartal drei Prozent unter dem Vergleichszeitraum des Vorjahres

Im ersten Quartal hat debitel konzernweit Umsätze in Höhe von 702 Millionen Euro erzielt, die damit um drei Prozent unter dem Vorjahreswert von 720 Millionen Euro lagen. Diese Entwicklung resultiert aus rückläufigen Handelsumsätzen im Vouchergeschäft, insbesondere in den Niederlanden. Hingegen sind die Billingumsätze, also die Umsatzerlöse aus den Gesprächsgebühren, im Vergleich zum Vorjahr um acht Prozent gestiegen. Die Teilnehmerzahl blieb im Vergleich zum Jahresende 2003 stabil, erhöhte sich jedoch gegenüber dem ersten Quartal 2003 um zwei Prozent. Alle Ergebniszahlen konnten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich gesteigert, größtenteils sogar vervielfacht werden. Zum 1. Januar hat die debitel AG die Umstellung ihrer Rechnungslegung von US-GAAP auf die International Financial Reporting Standards (IFRS) vollzogen. Für das erste Quartal 2004 erfolgt die Finanzberichterstattung erstmals in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard IAS 34. Die Vergleichszahlen aus dem Vorjahr wurden entsprechend angepaßt.

Trotz rückläufigem Geschäft mit Prepaid-Vouchern erzielte debitel in den ersten drei Monaten 2004 im Inland Umsätze in Höhe von 511 Millionen Euro, was einer Steigerung um zwei Millionen Euro gegenüber dem Vorjahreswert entspricht (Q1/2003: 509 Millionen Euro). Diese positive Entwicklung resultiert aus dem 2003 stark ausgebauten und qualifizierten Teilnehmerbestand. Das Segment-EBIT wuchs zum 31. März auf 25 Millionen Euro (Q1/2003: fünf Millionen Euro). Im ersten Quartal 2004 wurden 141.000 Kundenbindungsmaßnahmen durchgeführt, ein Anstieg um sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Die Zahl der im Vertragskundenbereich brutto neu gewonnenen Teilnehmer konnte den Teilnehmerrückgang im Prepaid-Bereich nicht kompensieren. Der Teilnehmerbestand blieb deshalb auf dem Niveau

zu Jahresbeginn, bei 8,3 Millionen Teilnehmern. Im Vergleich zum Ende des ersten Quartals 2003 zählte debitel 506.000 Teilnehmer mehr, was einer Steigerung von sechs Prozent entspricht.

Die Mitarbeiterzahl in Deutschland verringerte sich zum 31.03.2004 auf 1.760, vier Prozent weniger als zum 31. Dezember 2003 beziehungsweise sechs Prozent weniger als zum 31. März 2003. Diese Reduktion konnte durch die Übertragung verschiedener Tätigkeiten, schwerpunktmäßig im Betreuungsbereich, an externe Dienstleister sowie durch weitere Rationalisierungsmaßnahmen erreicht werden.

Das internationale Geschäft startete verhalten in das neue Jahr. Die Auslandsgesellschaften lieferten in den ersten drei Monaten einen Umsatzbeitrag von 191 Millionen Euro, der rund neun Prozent unter dem Vorjahreswert liegt. Grund hierfür waren rückläufige Handelserlöse im niederländischen Prepaid-Geschäft. Trotz des Wegfalls der im Vorjahr erzielten Umsätze aus dem Hardwaregeschäft erreichte debitel Frankreich den Vorjahresumsatz knapp. Dagegen konnten debitel Dänemark und debitel Slowenien ihren Umsatz weiter steigern.

Das Segment-EBIT liegt mit minus vier Millionen Euro unter dem Vorjahreswert von minus drei Millionen Euro. Dieses Ergebnis ist ausschließlich auf die schlechte Geschäftsentwicklung in den Niederlanden zurückzuführen. Dort führten höhere Vertriebsaufwendungen und Forderungsausfälle zu Verlusten. Die drei anderen Auslandsgesellschaften lieferten zum Ende des ersten Quartals wie im Vorjahr positive Ergebnisbeiträge. Die im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit 2,03 Millionen Kunden rückläufige Teilnehmerzahl spiegelt die Ausbuchung von insgesamt 400.000 französischen Kunden in den letzten zwölf Monaten wider, die bisher für den französischen Netzbetreiber Orange betreut worden waren.

# Corel Software zu Frühlingspreisen



**Während in der Natur im Frühjahr und der Vorsommerzeit alles kräftig sprießt und wächst, hat das Software-Unternehmen Corel den Verkaufspreisen einiger seiner leistungsfähigsten Produkte den umgekehrten Weg verordnet und die Preise für die Vollversionen, Normal-, Mehrfach-Lizenzen und Upgrades drastisch gesenkt.**

Hochinteressant sind „Grafik-Paket CorelDRAW Essentials 2“ und die „WordPerfect Office 12 Suite“, mit denen der Handel seiner Kundschaft zum absoluten „Schnäppchenpreis“ die am meisten benutzten Computer-Anwendungen anbieten kann, die beim Marktführer ein Mehrfaches kosten und dort zum großen Teil auf Vertriebsschienen distribuiert werden, die am klassischen Einzelhandel vorbeigehen. Beim Leistungsumfang brauchen sich Corel-Produkte gegenüber Konkurrenzprodukten keineswegs zu verstecken, denn sie

bieten dem Anwender eine Vielzahl zusätzlicher Funktionen, die sonst zusätzlich erworben werden müssten. Bei der Verkaufsargumentation hervorzuheben ist, daß die Corel Software-Produkte zu den gängigen Dateiformaten im Office- und Grafik-Bereich kompatibel sind und unter Corel erstellte Dateien und Dokumente auch in MS-Office Formaten ausgegeben und gespeichert werden können.

## Grafik-Paket CorelDRAW Essentials 2 für 49,- Euro



Ab sofort ist CorelDRAW Essentials 2 für Windows zum UVP von nur 49,- Euro erhältlich. „CorelDRAW Essentials 2“ basiert auf dem bekannten leistungsfähigen professionellen Programm CorelDRAW 11 und wird zusätzlich zusammen mit weiteren wertvollen Programmen zur Fotobearbeitung und Archivierung ausgeliefert, nämlich mit

„Corel Photobook“ und „Corel PhotoAlbum“. Außerdem gibt es noch 100.000 Bilder und ClipArts von Hemera dazu sowie eine sehr brauchbare Lynda.com-Trainings-CD, mit deren Hilfe sich sogar ungeübte Einsteiger schrittweise und interaktiv auf einfache und komfortable Weise mit dem Programm und seinen Funktionen und Möglichkeiten vertraut machen können. Potentielle Kunden für das umfangreiche Software-Paket dürften nahezu alle Besitzer und vor allem Erwerber einer digitalen Fotokamera sein, die mit CorelDRAW Essentials 2 alles aus einer Hand geboten bekommen, was zur Verwaltung, Optimierung, Bearbeitung, Archivierung und Veröffentlichung ihrer Fotos auf CD, DVD oder im Internet erforderlich und sinnvoll ist. Deshalb und in Anbetracht des günstigen Bezugspreises ist CorelDRAW Essentials 2 auch ideal für attraktive Bundling-Aktionen zusammen mit Digitalkameras. Alles, was zu Essentials 2 zu sagen ist, erklärt in geraffter Form Elke Steiner, Geschäftsführerin der Corel GmbH:

„Mit CorelDRAW Essentials 2 bieten wir dem Anwender ein professionelles Grafikpaket, um mühelos kreative Grafiken zu erstellen. Wir liefern mit unserer Aktion das passende Software-Werkzeug zu einem erschwinglichen Preis, das auf komplexer Technologie basiert, aber im Handumdrehen zu präsentablen Ergebnissen führt.“

### Systemvoraussetzungen:

Windows 2000 oder XP, Pentium II, 200 MHz oder höher, 64 MB RAM (128 MB empfohlen), 160 MB freier Festplattenspeicher SVGA-Monitor (Bildschirmauflösung von 1024 x 768), CD-ROM-Laufwerk, Maus; UVP: 49,95 Euro (für den Fachhandel sind günstigere Händlerangebote möglich).

## Gewichtige Gründe für ein Upgrade auf WordPerfect 12 Office

Corel „WordPerfect Office 12“ ist eine benutzerfreundliche, sämtliche Standardanwendungen umfassende Büro-Suite mit hervorragendem Preis-/Leistungsverhältnis. Die leistungsfähige Bürolösung enthält alle im Office-Bereich genutzten Anwendungen für Textverarbeitung, Tabellenkalkulation, Präsentationserstellung und Adreßbuchverwaltung und ist von der Funktionalität wie vom Preis her eine attraktive Alternative zu anderen Office-Paketen. Die Software ist zu den Dateiformaten

von Microsoft Office und zu PDF, HTML und XML kompatibel. Gewichtige Gründe für Erwerb oder Upgrade auf WordPerfect 12 Office sind: erhöhte Produktivität, Arbeitsbereichsmanager, ZIM SMS Chat, Kompatibilität mit Microsoft Office, Erzeugung von wohlformatierten Dokumenten und die Integration von Microsoft Outlook. Die Suite „Corel WordPerfect Office 12“ umfaßt mit „WordPerfect 12“, „Quattro Pro 12“ und „Presentations 12“ drei Anwendungen für Textverarbeitung, Tabellenkalkulation und die Erstellung multimedialer Präsentationen. Ein Adreßbuch für die Adreßverwaltung steht zur Verfügung.

Die Benutzeroberfläche läßt sich den individuellen Anforderungen und dem Geschmack des Benutzers anpassen. Man kann auch aus Voreinstellungen für die Benutzeroberfläche auswählen, wie z. B. dem klassischen Corel WordPerfect 5.1-Modus oder einer ähnlichen Benutzeroberfläche wie bei Microsoft-Office.

Preisgünstige Upgrades sind von Versionen von WordPerfect Office oder Microsoft Office und von Produkten wie Microsoft Works oder WordPerfect Family Pack oder anderen Corel-Produkten möglich. Die UVPs: Upgrade-Box: 86,- Euro, Standard-Lizenz (1 - 10 Nutzer) 170,- Euro, Standard-Upgrade-Lizenz (1 - 10 Nutzer) 85,- Euro. *evo*



## Hitman 3 Contracts

Ein Remake der ganz besonderen Art



Er ist wieder da, der lautlose Killer ohne Skrupel: Nummer 47. Im neuesten Abenteuer

namens „Contracts“ nimmt der kahlköpfige Auftragsmörder den Spieler mit auf eine Reise in sein Unterbewußtsein, denn eine richtige Story gibt es diesmal nicht. Vielmehr erlebt er in mehreren, traumähnlichen Rückblenden vergangene Abenteuer, darunter auch ein par, die man schon aus den Vorgänger-Versionen kennt. Da es dem Spiel an einer handfesten, zusammenhängenden Story mangelt, leidet die Atmosphäre ein wenig. Neueinsteigern wird es wahrscheinlich schwerfallen, sich mit der Hauptfigur zu identifizieren. Dank hervorragend gestaltetem Design,

einer schmucken Grafik und professionellen Sprechern bleibt das Spiel bis zur letzten Mission spannend. Da es eigentlich keine richtige Story gibt, sind alle Missionen zusammenhanglos und haben eigentlich nichts miteinander zu tun. Doch dies stört nicht sonderlich. Jedes Szenario hat seinen ganz eigenen Reiz und begeistert jedes Mal aufs neue durch seine hervorragende Inszenierung. Bereits in der zweiten Mission wird Nummer 47 als ungebetener Gast eine äußerst skurrile Party in einem verlassenem Schlachthaus stören

müssen. Das dort gebotene Blutbad ist wirklich nichts für schwache Gemüter und sicherlich ein guter Grund, warum das Spiel erst ab 18 Jahren freigegeben ist. Diese Altersfreigabe ist berechtigt, denn so düstere Szenen und eine so morbide Atmosphäre, wie in dieser Mission, findet man sonst nur in wirklich gut gemachten Horrorfilmen wieder. Selbstverständlich wird der Hitman nicht nur in diesem zwielichtigen Schlachthaus für Unordnung sorgen, sondern in über zwölf weiteren Missionen, wovon einige auch aus dem ersten Teil des Spiels übernommen wurden. Diese Remake-Missionen sind spielerisch abgewandelt worden und sehen um einiges besser aus. Fans können sich somit über ein Wiedersehen mit alten Schauplätzen freuen. Wie schon bei den Vorgängern, fällt auch in dieser Mission von „Contracts“ auf, daß man grundsätzlich mehr als nur einen Lösungsweg hat: Freunde von Schattengewächs „Sam Fisher“ tasten sich behutsam voran, überwältigen die Wachen lautlos

von hinten und tarnen sich mit feindlichen Klamotten. Außerdem nutzen Fans des Schleichgenres die passive Art zu töten. Sie bringen ihre Zielpersonen nicht einfach plump um, sondern vergiften gerne mal das Essen oder erledigen die Angelegenheit mit einer gut platzierten Bombe. Schnell ist man davon überrascht, wie viele verschiedene Lösungswege sich die Entwickler einfallen lassen. Viel hat sich im Lager der spielbaren Auftragskiller nicht getan. Hitman: Contracts bietet altbewährte Action-Kost ohne größere Innovationen, begeistert aber immer noch mit seinem einmaligen Spielprinzip, bei dem man die erfrischende Wahl zwischen Schleichtaktik und Rambo-Tour hat. Echte Fans greifen beim neuen Hitman sowieso zu, doch diesmal sollten sich auch Einsteiger angesprochen fühlen, da es nun viel einfacher geworden ist, einen frustfreien Weg in das gelungene Spielprinzip zu finden. PS2 • Alter: Ab 18 Jahren • Preis: 59,95 Euro



## WLAN Infos und News

### Toshiba Notebooks jetzt mit schnellem WLAN

Die kontinuierlich zunehmende Nutzung mobiler Computer führt immer mehr zu einer verstärkten Inanspruchnahme drahtloser Netzzugänge von lokalen Firmennetzwerken und über öffentliche WLAN Hotspots zum Internet. Es ist ja auch sehr schön einfach und bequem, wenn man, ohne ein Kabel anschließen zu müssen und ohne an einen festen Platz gebunden zu sein, auf umfangreiche Netzwerk-Ressourcen zugreifen, E-Mail nutzen und im Internet surfen kann. Diese fortschrittliche Entwicklung unterstützt die Toshiba Europe GmbH, Computer Systeme Deutschland/Österreich, indem sie ab sofort die Notebooks der Reihe Tecra M2, Portégé M200 sowie einige Modelle der Satellite M30-Serie mit WLAN-Funktionalität nach den schnellen IEEE-Standards 802.11b/g ausrüstet. Die Ausstattung von Toshiba Notebooks mit WLAN nach 802.11g, der neuen Variante des WLAN-Übertragungsprotokolls nach Spezifikationen des IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers), garantiert Anwendern neben den diversen Vorteilen der WLAN-Kompatibilität auch hohe Investitionssicherheit. Die Integration des Standards 802.11g wird vor allem durch die Markteinführung des Mini-PCI-Funk-Moduls Intel PRO/Wireless 2200BG erleichtert. Dieser neue Netzwerk-Chip von Intel erweitert die Intel Centrino-Architektur durch WLAN-Funktionalität und unterstützt neben dem inzwischen allgemein verbreiteten 802.11b Protokoll auch den im Sommer 2003 verabschiedeten 802.11g-Standard. Durch diesen Schritt gehört Toshiba zu den ersten Anbietern im Notebook-Markt, die Intel Centrino Mobiltechnologie auch mit WLAN-Funktionen nach neuestem technischen Stand anbieten. Trotz Einsatz des schnellen 54-MBit/s Protokolls ist die Rückwärtskompatibilität zu Millionen von bestehenden 11b-Geräten und -Netzwerkkomponentengesichert. Neben den Vorteilen der höheren Übertragungskapazität und der größeren Reichweite von 802.11g bei gleicher Stromzufuhr ist die Übertragung wesentlich unempfindlicher gegen Störungen durch

Hindernisse. Deshalb ist das neue 11g-WLAN-System besonders für Benutzer WLAN-fähiger Notebooks attraktiv.

### Beim WLAN-Burger ins Internet

Die Fastfood Kette McDonald's will ihren Gästen zukünftig in allen US-Filialen einen WLAN-Zugang anbieten. Die bisherigen Testläufe für den drahtlosen Netzzugang in McDonald's Filialen in San Francisco, Seattle, Chicago und New York sind recht erfolgversprechend verlaufen. Der Großauftrag für die Errichtung des US-weiten Hotspot Netzwerks soll dem WLAN-Internetprovider Wayport erteilt worden sein. Wie das Wall Street Journal berichtet, hat die Firmenleitung der Burger-Kette bisher eine offizielle Stellungnahme zu dem Vorhaben abgelehnt. Der WLAN Provider Wayport habe jedoch bereits den Entwurf einer entsprechenden Presseerklärung verbreitet. Danach soll der WLAN-Service innerhalb der nächsten zwölf Monate „in einigen Tausend“ Filialen gestartet werden. Bis Ende 2004 sollen schon 6.000 Restaurants, also fast die Hälfte aller US-Filialen von McDonald's, mit WLAN ausgerüstet sein. Zwei Stunden Internet-Surfen über WLAN sollen für 2,95 US-Dollar zu haben sein. Das entspricht einem Minutenpreis von nur 2,5 Cent für die schnelle Internetverbindung und damit einem Zugangs-Preis, von dem deutsche Notebook-Anwender nur träumen können.

### E-Plus trifft WLAN- Roaming-Abkommen

Als ersten Partner für sein geplantes Hotspot-Angebot konnte E-Plus den WLAN-Betreiber Airnynx gewinnen. Durch die künftige Zusammenarbeit wird E-Plus-Geschäftskunden der mobile Internetzugang an bft-Tankstellen möglich (Bund freier Tankstellen). Bis zum Jahresende soll an den Tankstellen von bft die Anzahl von 1.600 WLAN-Hotspots errichtet werden, teilt E-Plus in einer entsprechenden Pressemeldung mit. „Aus wirtschaftlichen und technologischen Gründen setzen wir bei WLAN auf Roaming-Kooperationen“, erläuterte Thorsten Dirks, Geschäftsführer Innovation, IT and Operations von E-Plus. E-Plus arbeitet bereits mit dem niederlän-

dischen Roaming-Broker Pico-point zusammen, der ein WLAN-Netz von 4.500 Hotspots im In- und Ausland unterhält. Um die Anzahl der für seine Kunden nutzbaren Hotspots zu erhöhen, will E-Plus in den nächsten Wochen weitere Partnerschaften eingehen. Für Geschäftskunden soll die Nutzung von E-Plus Online WLAN bei 30-Minuten-Taktung pro Minute 12 Cent kosten. Die Abrechnung der mobilen WLAN-Nutzung erfolgt über die monatliche Mobilfunkrechnung. Voraussetzung ist ein WLAN-fähiges Endgerät und ein Kundenvertrag mit E-Plus. Nach der einmaligen Registrierung, die online über einen Hotspot erfolgt, kann der Geschäftskunde E-Plus WLAN für die mobile Datenübertragung einsetzen.

### „UMTS“ unter WLAN verstecken?

Den Namen „UMTS“ für die schnellen Mobilfunknetze der dritten Generation möchten Marketingexperten und Werbefachleute deutscher Telekom-Unternehmen, wie es den Anschein hat, gerne im kritischen Bewußtsein der Anwender löschen. So forderte z. B. der Anbieter Talkline alle Handy-Benutzer zur Suche nach einem „neuen Begriff für mobiles Multimedia wie UMTS, GPRS, WLAN“ auf. Aber auch andere große deutsche Unternehmen der Telekommunikations-Branche arbeiten an Tarifangeboten für mobile Datenübertragung, bei denen die drahtlosen Übertragungs-Technologien WLAN, UMTS und GPRS in einem Vertrag mit einem neuen Sammelbegriff zusammengefaßt sind. Die Einwahl oder Umschaltung einer Datenverbindung auf die eine oder andere Übertragungsart soll dann vollautomatisch erfolgen. Das mag bequem für den Anwender sein, der sich nicht mehr um die Auswahl eines Zugangs aus verschiedenen WLAN-Hotspots zu küm-

mern braucht. Vorsicht ist jedoch angesagt, wenn man böse Überraschungen bei der Abbuchung der Verbindungskosten vermeiden will: Dem Vernehmen nach kann bei solchen Kombinationsverträgen für mobile Datenübertragung der Anwender keinen Einfluß mehr auf die automatische Wahl der jeweils aktuellen Datenverbindung nehmen. Da kann z.B. festgelegt sein: „Die Umschaltung auf WLAN erfolgt automatisch immer dann, wenn keine UMTS-Verbindung verfügbar ist.“ Das bedeutet jedoch, daß der teureren UMTS-Verbindung auch dann der Vorrang gegeben wird, wenn preiswertere WLAN-Netze verfügbar wären. Die Koppelung von WLAN- und UMTS-Diensten könnte auf diese Weise schnell zum „Super-Dialer“ für die Netzbetreiber und zur Gebührenfalle für den Kunden werden.

### Unternehmens- Nachfrage nach UMTS gering

Wie das Ergebnis einer Umfrage des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) zeigt, ist die neue Übertragungstechnik UMTS nur bei wenigen Unternehmen der Informationsbranche wirklich gefragt. Die Umfrage ergab, daß das Interesse deutscher Unternehmen an WLAN für den Datenzugriff über Funknetzwerke nahezu fünfmal höher als das Interesse an UMTS ist. Mehrere deutsche Mobilfunkbetreiber wollen im laufenden Jahr den Betrieb ihrer UMTS-Netze starten. Nach Ansicht des ZEW hoffen die UMTS-Netzbetreiber, bei Geschäftskunden Anwender zu finden, die sich während Geschäftsreisen mit ihren Notebooks in ihr Firmennetz einwählen möchten. Deshalb befragte ZEW im März und April dieses Jahres 1.100 Unternehmen darüber, für welche Zugangstechnologie sie sich entscheiden würden. Befragt wurden Firmen

aus den für das Institut relevanten Branchen Informations- und Kommunikationstechnik, Steuer- und Unternehmensberatung, Wirtschaftsprüfung, Architektenbüros, technische Beratung und Planung, Forschung und Entwicklung sowie der Werbebranche. Firmen mit einem Anteil von 10,08 Prozent am Gesamtumsatz der befragten 1.100 Unternehmen erklärten, daß sie UMTS noch im laufenden Jahr einsetzen möchten. Der Umsatzanteil der Unternehmen, die den Einsatz lokaler Funknetze planen, liegt bei 49,67 Prozent. Die Nutzung von WLAN stoße vor allem bei Unternehmen in der Forschung und Entwicklung, bei technischen Beratern und Planern sowie im Fachhandel für IT-Produkte auf großes Interesse, teilte das ZEW im Rahmen der Studie mit.

### China gibt eigene WLAN-Ver- schlüsselung auf

China rückt von dem Plan ab, seinen Bürgern eine zum weltweiten Standard inkompatible, nationale, chinesische Verschlüsselung für WLAN-Produkte vorzuschreiben. Zum „Schutz der Kommunikation in WLANs“ wollte China einen eigenen Authentisierungs- und Chiffrierstandard namens WAPI (Wired Authentication and Privacy Infrastructure) durchsetzen. Das hätte den Charakter einer wirksamen Zensur für alle chinesischen WLAN-Netzwerke gehabt. Wie ChinaTechNews berichtet, traf sich Chinas Vizepremierminister Wu Yi in der US-Hauptstadt Washington mit Handelsminister Donald L. Evans, der die neue Haltung der Chinesen in dieser Sache lobte. Neben dem Verzicht auf die WLAN-Sicherheitstechnik WAPI gab es auch Signale, daß China die Einführung von Urheberrechtvorschriften im Kampf gegen illegal kopierte Musik und Videos plant. *evo*

### Apple WLAN-Basisstation mit Power Over Ethernet

Apples neue WLAN-Basisstation „AirPort Extreme“ für WLAN Standard nach IEEE 802.11g mit Datenübertragungsraten bis zu 54 Mbit/s benötigt keine eigene Verbindung zum Stromnetz, sondern wird über die bestehende Ethernet-Verbindung zu einem LAN oder Internet-Router mit Betriebsenergie versorgt. Die AirPort Extreme Basisstation ist für die Montage in Zwischendecken (nach UL-2043-Standard) zugelassen und eignet sich deshalb sehr gut für abgelegene Räume und Lokalitäten, bei denen die nächste Netz-Steckdose schwer erreichbar ist. Das PoE-Modell (Power over Ethernet) soll 289 Euro kosten und verfügt über Anschlußbuchsen für eine externe Antenne, hat jedoch kein eigenes Modem. Die Basisstation kann zusammen mit AirPort- und AirPort-Extreme-fähigen Macs, aber auch mit Windows-PCs mit installierter Wi-Fi-zertifizierter 802.11b- oder 802.11g-Karte genutzt werden. Die „AirPort Extreme“ ist auch im deutschen Apple Store bereits verfügbar.

www.fotolabor.de ● 0228-623177

## Product Manager Marketing Displays (m/w)

### Ihre Aufgaben

Sie sind verantwortlich für eine führende Monitor-Marke und sind in unserem Hause kompetenter Ansprechpartner für dieses Thema. Die kontinuierliche Marktbeobachtung und -analyse ist eine wichtige Basis für die Festlegung der optimalen Absatzkanäle. So unterstützen Sie den Vertrieb aktiv bei der Entwicklung und Umsetzung der Vertriebsstrategie und nutzen unsere internen EDV-Tools genauso effizient wie eine offene Kommunikation. Ferner planen und implementieren Sie – entsprechend der jeweiligen Marktsituation – in Abstimmung mit dem Hersteller alle Marketingaktivitäten.

### Ihr Profil

Auf der Basis eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums oder einer kaufmännischen Ausbildung haben Sie bereits erste Berufserfahrung gesammelt - idealerweise im Marketing oder Vertrieb eines IT- oder UE-Unternehmens (Distributor, Hersteller, Systemhaus). Sie verfügen über ausgezeichnetes Verhandlungsgeschick, gute kommunikative Fähigkeiten sowie eine flexible und erfolgsorientierte Arbeitsweise. Die Arbeit im Team ist für Sie selbstverständlich und Ihre guten Englischkenntnisse machen Sie zu unserem idealen Kandidaten.

### Wir bieten

Wir bieten Ihnen eine interessante Aufgabe mit viel Gestaltungsspielraum in einem netten Team bei ausgezeichneten Entwicklungsmöglichkeiten und einer attraktiven Vergütung.

### Reizt Sie diese Position?

Dann schicken Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen. Gerne stehen wir Ihnen vorab auch telefonisch zur Verfügung.

### Kontakt

Ingram Micro Distribution GmbH

Ute Martin, Human Resources Manager  
 Heisenbergbogen 3  
 85609 Dornach b. München

Tel. +49-(0)89-4208-2823  
 Fax. +49-(0)89-4208-1582  
 E-Mail: ute.martin@ingrammicro.de

Termin: Ab sofort! Ref.-Nr.:303



Führendes Unternehmen im Großraum Düsseldorf/Köln sucht den

### Kfm. Leiter/Controller (m/w)

#### Ihre Aufgaben:

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

#### Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Finanz- und Rechnungswesen
- Berufserfahrung, idealerweise in einem internationalen Unternehmen
- Sehr gute MS-Office- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift

- Gute Auffassungsgabe, zusammenhängendes Verständnis für Geschäftsprozesse, pragmatischer und konzeptioneller Arbeitsstil
- Alter bis ca. 45 Jahre

#### Kennziffer 255

International operierender Konzern mit Sitz im Großraum Rhein/Ruhr zählt weltweit zu den führenden Unternehmen der Elektrotechnik, Elektronik und Bürokommunikation. Für den Zentralbereich werden qualifizierte Mitarbeiter (m/w) gesucht als

### Controller

#### Ihre Aufgaben:

- Eigenverantwortliche Durchführung von Projekten
- Mitwirkung bei der mittelfristigen Unternehmensplanung und konzernweiten Projekten
- Schwachstellen-/Ursachenanalyse, Sonderauswertungen sowie Erarbeitung von Verbesserungsvorschlägen

- Anwendung und Weiterentwicklung der vorhandenen Controlling-Instrumentarien
- Konzeption und Koordinierung der Budget- und Forecast-Prozesse
- Betriebswirtschaftliche Beratung der zu betreuenden Geschäfts-/Vertriebsbereiche
- Verantwortliche Mitwirkung bei periodischen und Jahres-Abschlussarbeiten

#### Ihr Profil:

- Abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Controlling/Rechnungswesen
- Erste Berufserfahrung, idealerweise in einem internationalen Unternehmen
- Sehr gute MS-Office- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Gute Auffassungsgabe, zusammenhängendes Verständnis für Geschäftsprozesse, pragmatischer und konzeptioneller Arbeitsstil
- Alter ca. 28 bis 35 Jahre

#### Kennziffer 136

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



**Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH**  
 Florastraße 29 - 40217 Düsseldorf  
 Tel: 0211 - 370601 - Fax: 0211 - 379468  
 E-Mail: info@bestjob.de • Internet: http://www.bestjob.de

## IMPRESSUM

### POS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

### Herausgeber:

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

### Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

### Objektmanagement:

Franz Wagner

### Redaktion:

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

### Text- und Bildbeiträge:

Georg Reime

### Anzeigen:

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

### Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach

### Vertrieb:

Silke Gräbel

### Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

### Druck:

Druckerei Bachem  
 Köln-Mülheim

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

### Erscheinungsweise:

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

Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1615-0635



### Hartz IV sorgt für PC-Boom

Im Informationszeitalter strömen Meldungen und Informationen oft in so dichter Folge auf die „Informationsempfänger“ ein, daß keine Zeit für das Überdenken und geistige Verarbeiten des soeben Gelesenen oder Gehörten bleibt. Eine Nachricht „jagt“ wortwörtlich die andere. Ein schönes Beispiel ist „Hartz IV“, die am 13. August des Vorjahres von der Regierung beschlossene Zusammenlegung von Arbeitslosen- und Sozialhilfe zur neuen Grundsicherung für Arbeitsuchende. Wie man hört, droht bei der Umsetzung der Reform ein ähnliches Desaster wie bei der gescheiterten Einführung der LKW-Maut. Die Bundesanstalt für Arbeit und die Kommunen machen warnend darauf aufmerksam, daß Millionen Bezieher von Arbeitslosengeld ab dem kommenden Jahr ohne monatliche Zahlungen zum Lebensunterhalt dastehen könnten. Nun sollen 24.000 zusätzlich eingestellte Verwaltungsangestellte die Durchführung von Hartz IV sicherstellen, die dem Bundeshaushalt, wie das Finanzministerium errechnet hat, eine jährliche Ersparnis von 2,5 Milliarden bringen soll. Allein die zusätzliche Einstellung von 24.000 „Fallmanagern“ bringt eine jährliche Mehrbelastung von 1,0 Milliarden zusätzlicher Lohn- und Gehaltskosten, die dann von der angeblichen Ersparnis von 2,5 Milliarden abgezogen werden muß. Auf je 75 Langzeitarbeitslose kommt dann ein „Fallmanager“, der natürlich eine komplette stationäre und mobile IT-Ausrüstung und eine übergeordnete Netzwerkstruktur benötigt, über deren Kosten bisher keine Angaben vorliegen. 24.000 neue Arbeitsplätze und ein starker Impuls bei der Nachfrage nach IT-Produkten! Wer wagt da noch zu behaupten, daß Hartz IV keine Arbeitsplätze schaffen wird? evo

SONY

Es ist kein Fernseher. Sie können es kaum erwarten: Es ist kein Fernseher. Es ist die neue Art zu sehen. Es sind **Filme, Fotos, Daten** in gestochen scharfer Qualität. **WEGA Engine** – die intelligente Bildsteuerung für natürlichste Farben, schärfste Konturen und brillianteste Details. Es ist kein Fernseher. Es ist das **realistischste Bild** von Sony.



 **WEGA ENGINE**

'Sony' und 'WEGA Engine' sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.

[www.sony.de/wega](http://www.sony.de/wega)

You make it a Sony