



Zur sofortigen Veröffentlichung

Barb Short, Media Sciences
E-Mail: bshort@mediasciences.com
1-888-376-8348

PRESSEMITTEILUNG: Media Sciences Farbtoner-Kartuschen für Xerox® Phaser® 7300, OKI® 9300 und 9500 sowie Konica® 7830 Office-Farbdrucker ab sofort verfügbar

OAKLAND, New Jersey, 28. Februar 2006 - Media Sciences International Inc. [AMEX:GFX], führender, unabhängiger Hersteller von Solid-Ink und Farbtönen für Office-Farbdrucker, gab heute die sofortige Verfügbarkeit der Media Sciences® 9000 Reihe bekannt. Es handelt sich dabei um neue, universelle Kartuschen hoher Kapazität für den Einsatz in den Xerox® Phaser® 7300, OKI® 9300 und 9500 sowie Konica® 7830 Office-Farbdruckern. Die Kartuschen ersetzen und erweitern die Reihe der TC7300 Kartuschen des Unternehmens für den Xerox Phaser 7300 Drucker.

Zu den bedeutenden Features und Vorteilen der Media Sciences 9000 Reihe gehören:

Der Anwender spart bis zu 49 Prozent wenn er statt Kartuschen der Hersteller diejenigen von Media Sciences wählt. Die Listenpreise der Media Sciences 9000 Reihe liegen 14 Prozent unter denen der TC7300 Reihe, die sie ersetzen. Im Vergleich zu den Marken der Druckerhersteller kann der Endanwender mit den Kartuschen der 9000 Reihe bis zu 49 Prozent sparen. Die OKI, Xerox und Konica Drucker, für die die 9000 Produktreihe entwickelt wurde, sind traditionsgemäß Hochdurchsatzdrucker. Der Endverbraucher kann daher hier noch größere Einsparungen erzielen, wenn er sich für Media Sciences entscheidet.

Niedrigere Herstellkosten für Media Sciences. Media Sciences war in der Lage, die Kosten der 9000 Reihe gegenüber den Kartuschen der TC7300 Reihe die sie ersetzen dramatisch zu reduzieren und gleichzeitig den hohen Qualitätsstandard beizubehalten. Das Ergebnis ist ein niedrigerer Verkaufspreis für Endverbraucher und Vertriebskanäle und gleichzeitig wesentlich höhere Margen für Media Sciences.

Neue Kartuschenkonstruktion ermöglicht universellen Einsatz in vier verschiedenen Druckern. Die vier Universalkartuschen der 9000 Reihe (Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz) sind nicht nur für den Einsatz im Xerox 7300 Office-Farbdrucker ausgerichtet sondern auch für drei weitere Drucker, nämlich die OKI 9300 und 9500 sowie den Konica 7830 Office-Farbdrucker. Das bedeutet eine Erweiterung des installierten, potenziellen Geräteparks für diese Produktreihe um fast 80 Prozent. Die universelle Einsetzbarkeit der Media Sciences 9000 Kartuschen bedeutet auch, dass Vertriebspartner für diese vier Drucker nur vier Sorten Media Sciences Kartuschen auf Lager halten müssen, gegenüber den 12 der Druckerhersteller.

Michael W. Levin, Präsident und Vorsitzender von Media Sciences International sagte zur Bedeutung der neuen Produktreihe für das Unternehmen: „Die Markteinführung der Produktreihe der 9000 Tonerkartuschen bedeutet höhere Wertschöpfung für den

Endanwender und höhere Margen für den Vertriebskanal sowie eine bedeutende Erweiterung des installierten Geräteparks. Alle Media Sciences Partner – Kunden, Vertriebspartner und andere Interessensgruppe – profitieren von dieser Einführung“.

Zu den weiteren Produktneuheiten, die Media Sciences seit Beginn des Geschäftsjahres am 1. Juli 2005 ankündigte, gehören neue Solid-Ink-Produkte für die Xerox® Phaser® 8500 und 8550 Office-Farbdrucker und den Xerox WorkCentre® C2424 Multifunktionsfarbdrucker. Zu den Ankündigungen neuer bzw. anstehender Produkte in der Farbtone-Kartuschen Reihe des Unternehmens gehören Produkte für Ricoh® Aficio® AP3800C und CL7000 und die OKI® 5000 und 7000 Druckerreihe. Media Sciences ist in der Branche für das sehr erfolgreiche INKlusive® FREE Farbdruckerprogramm bekannt und hat das INKlusive Programmangebot im August 2005 erweitert, sodass es jetzt kostenlose Druckerprogramme für die Xerox Phaser 8500 und 8550, Xerox WorkCentre C2424 und OKI C5200n Office-Farbdrucker für Kunden bietet, die einen zwei- bzw. dreijährigen Liefervertrag mit Media Sciences eingehen. Alle Media Sciences Produkte bieten dem Kunden hochwertiges, garantiegeschütztes Office-Farzubehör mit dem er im Vergleich zu den OEM-Marken beträchtliche Einsparungen erzielen kann.

Weitergehende Informationen zu Media Sciences stehen auf der Website des Unternehmens unter www.mediasciences.com zur Verfügung.

Näheres über Media Sciences International, Inc. (AMEX: GFX), Media Sciences ist der führende, unabhängige Hersteller von Verbrauchsmaterial für BürofARBdrucker. Die Produkte von Media Sciences, wie Farbtonepatronen und Solid Ink Sticks sind generische Alternative zu den Marken der Druckerhersteller. Mit den Produkten von Media Sciences können Kunden bis zu 30 % der Verbrauchsmaterialkosten für ihre BürofARBdrucker einsparen. Die Produkte von Media Science werden über ein internationales Netzwerk von Händlern, nationalen Wiederverkäufern für Bürobedarf und Vertriebspartnern unter dem Markennamen "Media Sciences", sowie unter einigen Eigenmarken verkauft. Für alle Produkte von Media Sciences wird eine 100% Zufriedenheitsgarantie geboten. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.mediasciences.com oder kontaktieren Sie 201-236-9311.

Diese Presseaussendung enthält vorausschauende Erklärungen und Informationen, die auf den Einschätzungen des Managements, sowie auf Annahmen von und Information aktuell verfügbar für das Management beruhen. Diese vorausschauenden Erklärungen basieren auf vielen Annahmen und Faktoren und unterliegen vielen Bedingungen, einschließlich der weiteren Fähigkeit von Media Sciences International, zusätzliche Finanzierung zu erlangen, der Abhängigkeit von Verträgen mit den Lieferanten, der preislichen Wettbewerbsfähigkeit der Produkte von Media Sciences international, der Nachfrage nach den Produkten von Media Sciences International, die von den Bedingungen der betreffenden Branchen abhängt und den Auswirkungen erhöhter Verschuldung als Ergebnis der Geschäftsakquisitionen und Transaktionen von Media Sciences International. Mit Ausnahme der historischen Information dieser Presseaussendung sind alle vorausschauenden Erklärungen und Informationen Einschätzungen des Managements von Media Sciences International und unterliegen zahlreichen Risiken, Unsicherheiten und anderen Faktoren, die außerhalb des Einflusses von Media Sciences International liegen und die dazu führen können, dass sich die tatsächlichen Ergebnisse von den aktuellen Erwartungen des Managements unterscheiden, was dazu führen kann, dass sich die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Erfolge von Media Sciences International substantiell von den zukünftigen Ergebnissen, Leistungen oder Erfolgen, die in diesen vorausschauenden Erklärungen ausgedrückt oder impliziert werden, unterscheiden.