



Zur sofortigen Veröffentlichung

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

PRESSEMITTEILUNG: Media Sciences lanciert Clearcase® Color Tonerkartuschen für die Bürofahdrucker Xerox® Phaser® 6250, Konica Minolta™ magicolor™ 3300, Epson AcuLaser® C4100 und Brother® HL-4200CN
Mit dieser Produkteinführung kommen die ersten neuhergestellten mit Chips ausgerüsteten Farbtonekartuschen auf den Sekundärmarkt

OAKLAND, New Jersey, 8. März 2006 - Media Sciences International Inc. [AMEX:GFX], der führende, unabhängige Hersteller von Solid-Ink und Farbtönen für Office-Farbdruker, gab heute die Markteinführung der Clearcase®-Produktreihe bekannt. Dabei handelt es sich um neuhergestellte Kartuschen hoher Kapazität für den Einsatz in den Bürofahdruckern Xerox® Phaser® 6250, Konica Minolta™ magicolor™ 3300, Epson AcuLaser® C4100 und Brother® HL-4200CN. Diese neuen Produkte sind die ersten unabhängig hergestellten, neuen Büro-Farbtonekartuschen mit Chip-Technologie.

Technologische Innovation durch den führenden Anbieter des Sekundärmarktes

Die Chip-Technologie wird von den Druckerherstellern nicht nur eingesetzt, weil dies mit praktischen Vorteilen für den Anwender verbunden ist, sondern auch, um eine Technologiebarriere für den Sekundärmarkt zu errichten. Die Tatsache, dass Media Sciences diese Barriere hat überwinden können, stellt die Fachkompetenz des Produktentwicklungsteams des Unternehmens und seinen Fähigkeit unter Beweis, komplexe Entwicklungsprojekte durchzuführen und veranschaulicht die Stärke des Unternehmens, kontinuierlich gutverkäufliche Produkte auf den Markt zu bringen.

Bedeutendes Marktpotenzial

Die neuen Produkte stellen den viertgrößten installierten Gerätepark dar, für den Media Sciences Produkte herstellt. Im Vergleich zu den Marken der Druckerhersteller ermöglicht die neue Kartuschen-Reihe bei Einzelkartuschen Einsparungen von bis zu 24 Prozent und beim Value Bundle von Media Sciences, in dem alle vier Farben vereint sind, von bis zu 33 Prozent. Die einzigartigen Clearcase-Kartuschen von Media Sciences sind durchsichtig, sodass der Anwender den verbleibenden Toner-Füllstand optisch kontrollieren und so einen zu frühen Wechsel vermeiden kann.

Ein wichtiges Produkt im Unternehmensportfolio

Michael W. Levin, Präsident und Vorsitzender von Media Sciences International sagte zur Bedeutung der Produkteinführung: „Abgesehen davon, dass hiermit eine weitere bedeutende Innovation in der Branche lanciert wird, stellt diese neue Produktreihe auch eine strategisch bedeutsame Erweiterung der Farbtone-Produktreihe von Media Sciences dar und verschafft dem Unternehmen im laufenden Geschäftsjahr zusätzliche Mehreinnahmen“.

Zu den neuen Produkten, die das Unternehmen in seinem dritten Geschäftsjahresquartal auf den Markt brachte, gehört die Media Sciences 9000 Produktreihe, die u.a. Universal-Farbtoneerkartuschen für die Bürofarbdrucker Xerox Phaser 7300, OKI® 9300 und 9500 sowie Konica® 7830 umfasst, sowie die Media Sciences 3800 Produktreihe für den Ricoh® Aficio® AP3800C und CL7000 Drucker.

Media Sciences geht davon aus, dass die neuen „Chip-Produkte“ für die Xerox Phaser 6250, Konica Minolta magicolor 3300, Epson AcuLaser C4100 und Brother HL-4200CN Bürofarbdrucker innerhalb der nächsten 30 Tage ausgeliefert werden.

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

Informationen zu Media Sciences International Inc. (AMEX: GFX):

Media Sciences International Inc. (AMEX: GFX), der führende, unabhängige Hersteller von Solid-Ink und Farbtönen für Office-Farbdrucker, hat einen hervorragenden Ruf und gilt bei sachkundigen Verbrauchern als Anbieter der Wahl. Die neuen Farbtone- und Solid-Ink-Produkte von Media Sciences sind für den Einsatz in Bürofarbdruckern von Xerox®, Tektronix®, OKI®, Ricoh®, Konica-Minolta/Minolta-QMS®, Epson®, und Brother® geeignet. Sie stellen eine preisgünstige Alternative hoher Qualität zu den Marken der Druckerhersteller dar und ermöglichen Einsparungen von 30 % und mehr. Hinter jedem Produkt von Media Sciences steht „Science of Color™“, das firmeneigene Verfahren für höchste Qualität zum günstigen Preis, sowie das Engagement eines außergewöhnlich reaktionsschnellen technischen Supports und die branchenführende Langzeit-Garantie. Im Rahmen des bahnbrechenden INKlusiv™ FREE Color Printer Programms (www.inklusive.com), kauft der Anwender das Verbrauchsmaterial und bekommt den Drucker kostenlos. Weitergehende Informationen zum Unternehmen, seinen Produkten und Programmen stehen unter www.mediasciences.com zur Verfügung oder können per E-Mail info@mediasciences.com, oder Telefon unter der Nr.: 201.677.9311 angefordert werden.

Alle verwendeten Markennamen dienen ausschließlich der Beschreibung des jeweiligen Produktes und sind das Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer.

Diese Pressemitteilung enthält zukunftsweisende Aussagen und Informationen, die auf Überzeugungen und Annahmen der Geschäftsführung, sowie den z.Z. verfügbaren Informationen beruhen. Diese zukunftsweisende Aussagen beruhen auf vielerlei Annahmen und Faktoren und hängen von zahlreichen Voraussetzungen ab, u.a. von der weiteren Fähigkeit von Media Sciences International, zusätzliche Finanzierung zu erlangen, von der vertraglichen Abhängigkeit von Zulieferern, von der preislichen Wettbewerbsfähigkeit der Produkte von Media Sciences international, von der Nachfrage nach den Produkten von Media Sciences International, die von den Bedingungen der betreffenden Branchen abhängt und von den Auswirkungen erhöhter Verschuldung infolge von Geschäftsübernahmen und Transaktionen von Media Sciences International. Mit Ausnahme der in dieser Pressemitteilung enthaltenen historischen Information sind alle zukunftsweisenden Aussagen und Informationen Einschätzungen der Geschäftsführung von Media Sciences International und unterliegen zahlreichen Risiken, Unsicherheiten und anderen Faktoren, die außerhalb des Einflussbereiches von Media Sciences International liegen und die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse von den aktuellen Erwartungen der Geschäftsführung abweichen, was wiederum dazu führen kann, dass sich die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Erfolge von Media Sciences International wesentlich von den künftigen Ergebnissen, Leistungen oder Erfolgen, die in diesen zukunftsweisenden Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden, unterscheiden.