

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Kodak auf der photokina: Bilder – die neue Weltsprache

Kodak's Vision: Bildkommunikation Total

Drucker Home Solution

Datenprojektor

Digitale Speichermedien

Palm Handheld mit Digitalkamera "Fotografisches Notizbuch"

Fotoabzug/Indexprint

Laptop und Organizer

Internet

Web-Kamera

Digitale Kiosk

Telefon

Film

Professionelle Digitalkamera

Herkömmliche Kamera

Digitale Kompaktkamera

Computer Bildbearbeitung

Kodak sprengt Technologie-Fesseln



photokina-Ausgabe

**Kodak Vorstand
Dieter Werkhäusen:**

„Das Erfolgskonzept,
das wir mit der Einführung
der Kodak Farbwelt Filme
im Kleinbildformat
umgesetzt haben,
wenden wir jetzt
auf APS an.“

OLYMPUS

Top-PoS-Material für Top-Produkte

Auch zur photokina 2000 beweist Olympus wieder, daß attraktive Produkte auf dem neuesten Stand der Technik für eine zufriedenstellende Partnerschaft mit dem Handel nicht ausreichend sind. Deshalb stellt Olympus rechtzeitig zur Weltmesse des Bildes neben den neuen Top-Produkten auch eine Reihe von aufmerksamkeitsstarken Top-Werbematerialien für Schaufenster und Laden vor. Sie stellen nicht nur die Marke in den Vordergrund, sondern unterstreichen auch die Kompetenz des Unternehmens in allen Fragen der Fotografie.



Die neuen Werbematerialien stellen die Marke Olympus aufmerksamkeitsstark heraus und unterstreichen die Kompetenz des Unternehmens in allen Fragen des Imaging.

Olympus unterstreicht seine Kompetenz als Imaging-Spezialist

OLYMPUS



Deckenhänger mit den bekannten Olympus Gestaltungselementen (Frau/Augen) sollen die Aufmerksamkeit der Kunden im Fotohandel auf die Olympus Produkte lenken.

Mit dem aktuellen Angebot an Werbemitteln für das Herbst- und Weihnachtsgeschäft stellt Olympus vier Themen in den Mittelpunkt: Dies sind auf der einen Seite die beiden Digitalkameras der neuen E-Serie, die APS-Kamera *i*200 AF und das 35 mm-Modell μ [mju:]*-II* Zoom 115. Auf der anderen Seite werden die Marke Olympus selbst und die Kompetenz des Unternehmens bei der Bereitstellung von Imaginglösungen verschiedenster Art groß herausgestellt.

Die Marke Olympus steht für hervorragende Imagingprodukte, gleichgültig, ob digitale oder analoge Aufnahme bevorzugt wird. Rechtzeitig zur photokina 2000 stellt Olympus ein atemberaubendes Sortiment neuer Produkte vor – von der professionellen Spiegelreflexkamera über ausgefeilte analoge Geräte bis zu innovativen Weitwinkel-

und Verkaufsförderungsmaterialien ist, sofern nicht nur der Markenname dargestellt wird, die „Olympus Frau“. Sie ist bereits aus früheren Werbekampagnen bekannt und unterstützt den Handel auch im diesjährigen Vorweihnachtsgeschäft wieder bei der Markteinführung der neuen Produkte. Besonderes Interesse innerhalb der

Werbung greift vier Themen auf

Zoomferngläsern. Um Wiedererkennung und Akzeptanz der Marke beim Endverbraucher noch weiter zu erhöhen, hat das Unternehmen den Werbeauftritt und das Design der Produkte aus allen Bereichen harmonisiert. Mit den neuen Dekomaterialien und einem starken Markenauftritt unterstreicht Olympus in diesem Herbst seine Kompetenz bei der Bildaufnahme, und zwar sowohl in den Geschäften als auch in der Printwerbung. Verbindendes Gestaltungselement der Werbe-

aktuellen Werbeaktion gilt der neuen μ [mju:]*-II* Zoom 115. Die Kombination aus zeitlosem μ [mju:]*-*Design und sichtbar neuen Dekomaterialien wird auch in dieser Saison wieder für ein erfolgreiches Geschäft sorgen. Olympus stellt dem Handel dazu ein Dekopaket zur Verfügung, das neben einem Banner und zwei Säulen mit dem unverkennbaren Schriftzug „Olympus“ (280 x 930 mm bzw. 180 x 400 mm) auch Deckenhänger, Fensterstreifen und eine Wechselgeldschale enthält. Dar-

über hinaus gibt es Displays zur Präsentation der Kameras gleich in mehreren Versionen: So bietet Olympus ein aufklappbares Kameradisplay ebenso an wie ein elektrisch betriebenes, drehbares Display oder Designerdisplays für zwei oder drei Kameramodelle. Alle Displays sind mit einem Rückenschild mit μ [mju:]*-II* Zoom 115 Motiv ausgestattet.

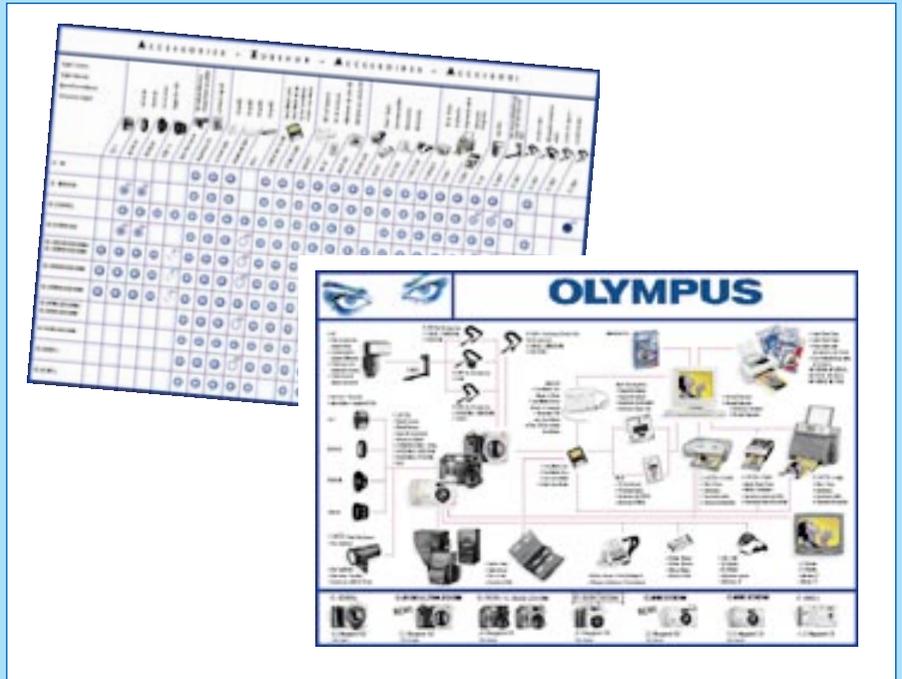
Zum Einstieg in die Werbung hält Olympus außerdem ein Deko-Kit bereit, das aus einem Banner, einer Olympus Säule, einem aufklappbaren Display und einem Rückenschild besteht.



Die μ [mju:]*-*Kamerapalette bildet bei Olympus im Herbst- und Weihnachtsgeschäft nur einen Schwerpunkt.

OLYMPUS

Dem Anspruch, Marktführer und Vorreiter bei der Digitalfotografie zu sein, wird Olympus zur photokina 2000 mit der Einführung der neuen Vier-Megapixel-Kamera E-10 und der superschnellen 1,5-Megapixel-Kamera E-100RS gerecht. Ebenso professionell wie die Kameras selbst zeigt sich auch der Werbeauftritt für die beiden neuen Modelle. Dominierende Farbe der entsprechenden Werbematerialien ist Schwarz. Diese Farbe ist für viele Verbraucher nach wie vor unmittelbar mit der Gehäusefarbe einer professionellen Kamera verbunden. Eye-Catcher-Motive ziehen auch hier die Aufmerksamkeit des Verbrauchers an. Neben den üblichen Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien wie Poster, Fensterstreifen und Deckenhänger gibt es für die E-10 ein hochwertiges Display. Es ist modular aufgebaut und bietet dem Händler die Möglichkeit, die Kamera und das Zubehör nach eigenen Vorstellungen zu präsentieren. Auch die Dekomaterialien für die E-10 stehen als Kit zur Verfügung.



Auf Thekenmatten werden die Olympus Digitalprodukte mit ihren Ausstattungsmerkmalen anschaulich dargestellt.

Abgerundet wird der Werbeauftritt von Olympus zum Jahresende mit verschiedenen Imagemotiven. So kann der Händler die Präsenz der Marke Olympus in seinen Räumen mit den bereits erwähnten Säulen demonstrieren. Sie zeigen nichts anderes als das weiße Olympus Logo auf dunkelblauem Grund und tragen dazu bei, daß sich der Markenname im Bewußtsein des Verbrauchers einprägt.

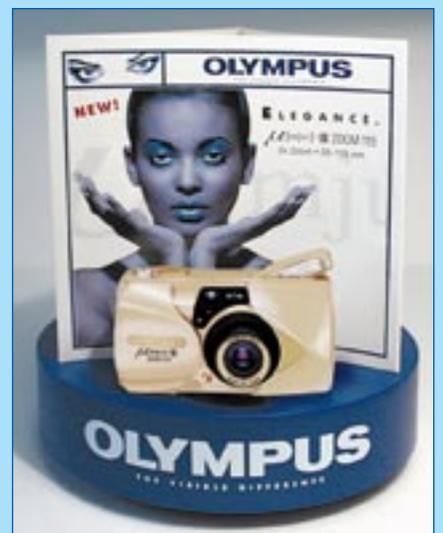
die entscheidenden Augenblicke des Lebens festgehalten werden können.

E-Serie wird mit schwarzem „Profi-Design“ beworben



Die μ[mju:] II Zoom 115 und die Camedia E-10 stehen im Mittelpunkt der Produktpäsentation bei Olympus.

Um das Image der Marke geht es schließlich auch bei den übrigen Verkaufsförderungsmaterialien. Ob Banner mit der aktuellen Palette der erfolgreichen Olympus μ[mju:]-Kleinbildkameras oder Thekenmatten, die die gesamte Familie der Olympus Digitalprodukte mit ihren Features darstellen: All diese Materialien zeigen die Kompetenz des Unternehmens bei der Produktion von Geräten, mit denen



Für die neue μ[mju:] II Zoom 115 gibt es besonderes Displaymaterial.

!!! Herr Hubert, im Jahr 2000 findet die photokina zum 50. Mal statt. Auch Olympus hat in den vergangenen Jahren dazu beigetragen, daß sich das Thema digitale Fotografie dynamisch entwickelt und immer mehr an Bedeutung in der Fotobranche gewonnen hat. Auf welche digitalen Produkte kann sich der Messebesucher auf der Jubiläumsmesse beim Besuch Ihres Standes freuen???

Martin Hubert: Wir wollen in diesem Jahr unsere führende Position als Anbieter von Digitalkameras unterstreichen. Dazu präsentieren wir mit den Kameramodellen Camedia C-2100 Ultra Zoom und Camedia 990Zoom sowie dem Fotodrucker Camedia P 400 nicht nur Geräte, die das Produktportfolio für anspruchsvolle Amateure erweitern, sondern wir stoßen mit den Modellen E-10 und E-100RS, den ersten Produkten unserer neuen E-Serie, ganz gezielt in den Profibereich vor.

!!! Ist dieser Bereich nicht inzwischen durch andere Hersteller ausreichend besetzt? Warum sollte sich der professionelle Anwender jetzt auch noch mit Olympus Produkten beschäftigen???

Martin Hubert: Die Antwort ist einfach: Zum einen haben wir in den vergangenen Jahren unsere Kompetenz als Anbieter von Digitalprodukten immer wieder deutlich bewiesen. Die Verteilung der Marktanteile zeigt, daß diese Kompetenz vom Anwender anerkannt wird. Zum anderen können unsere neuen Produkte der E-Serie mit Ausstattungsmerkmalen aufwarten, die uns ganz klar gegenüber dem Wettbewerb abgrenzen. Ich nenne hier nur den Vier-Millionen-Pixel-Chip der E-10 und die ungeheuer schnelle Aufnahme Frequenz von bis zu 15 Bildern pro Sekunde, mit der die E-100RS auftrumpft.

!!! Zeigt die Einführung dieser Digitalprodukte den Weg auf, den Olympus geht? Oder anders gefragt: Wird digital bei Olympus die analoge Fotografie ablösen???

Martin Hubert: Wie für die gesamte Fotobranche wird die Digitalfotografie auch für Olympus in absehbarer Zeit kein Ersatz für die herkömmliche

Interview mit Martin Hubert

Fotografie sein, sondern ein Mittel, um den Anwendern weitere Möglichkeiten für die Herstellung von Bildern zu geben und im Handel für zusätzliche Verkaufsimpulse zu sorgen. Unseren



Einstieg in die professionelle Digitalfotografie muß man auch vor dem Hintergrund sehen, daß Handel und Laborunternehmen, auch das zeigt die diesjährige photokina, immer mehr, schnellere und qualitativ hochwertigere Möglichkeiten bieten, Bilder auf „normalem“ Fotopapier von digitalen Daten ausbelichten zu können. Wir erweitern damit die Möglichkeiten für diejenigen Anwender, die mit dem Fotografieren Geld verdienen und die Wünsche ihrer Kunden jetzt noch besser erfüllen können.

Auf der anderen Seite werden wir auf unserem Messestand mit der APS-Kamera Olympus i 200 AF und dem Kleinbildmodell µ[mju:] II Zoom 115 auch zwei sehr attraktive analoge Kameras vorstellen. Dabei zeigt vor allem das neue µ[mju:]-Modell, daß wir uns weiterhin in der herkömmlichen Fotografie engagieren. Immerhin ge-

hört diese Modellreihe mit weltweit rund 16 Millionen verkauften Exemplaren zu den erfolgreichsten Kameraserien aller Zeiten. Und wir haben nicht den Eindruck, daß sich der Erfolg der µ[mju:]-Serie dem Ende zuneigt.

!!! Traditionell kann sich der Handel darauf verlassen, daß Olympus ihm nicht nur Produkte liefert und ihn dann damit allein läßt, sondern daß er auch vielfältige Unterstützung beim Abverkauf erhält. Gilt das auch für die neuen Modelle und das bevorstehende Herbst- und Weihnachtsgeschäft???

Martin Hubert: Selbstverständlich. Der Handel kann auch nach der photokina wieder aus einem großen Angebot von Werbe- und Verkaufsförderungsmitteln wählen. Dabei zeigen sich die Materialien im Jahr 2000 attraktiver als jemals zuvor. Das Design der Produkt-Präsentationen wurde für Geräte aller Bereiche angeglichen, so daß der Wiedererkennungseffekt beim Konsumenten steigt und sich Olympus mit der gesamten Produktpalette als kompetenter Anbieter von Lösungen für die

Bildaufnahme und -ausgabe zeigen kann. Und insbesondere bei den Materialien für die Kameras der E-Serie haben wir Verkaufsförderungsmittel entwickelt, die der hohen Wertigkeit der Produkte entsprechen.

!!! Kommen wir noch kurz auf den photokina-Auftritt von Olympus zu sprechen. Wird es an Ihrem Stand wieder so hoch hergehen wie in den vergangenen Jahren???

Martin Hubert: Olympus genießt den Ruf, einen der attraktivsten Stände der photokina zu besitzen. Sie können sich darauf verlassen, daß wir auch in diesem Jahr wieder dafür sorgen, daß es für die Besucher schwierig werden wird, an unserem Stand vorbeizukommen – im wirklichen und im übertragenen Sinne.

Herr Hubert, vielen Dank für dieses Gespräch und viel Erfolg in Köln!!!

Olympus Vertriebs- und Marketingleiter

SEE THE POWER OF PHOTOGRAPHY

photokina
Köln 2000
20.-25. Sept.

Halle 3.2, Stand B/C 20



Die neue *μ*[mju:] II ZOOM 115
Großes Design für das kleine Budget

- [3fach Zoom
- [ultrakompakt
- [elegantes Design
- [wetterfest



Die neue Digitalkamera CAMEDIA E-10
Der digitale Einstieg in den Profibereich

- [4,0 Mio.-Pixel-CCD
- [4fach Zoom F2.0-2.4
- [Aluminiumgehäuse
- [umfangreiches Systemzubehör



Die neue VIEW ZOOM 120
Außen Retro-Look, innen modernste Technik

- [3fach Zoom
- [beleuchtete Sucherinformation
- [vielseitige Blitzprogramme
- [einzigartiges Design



Die ausgezeichnete Digitalkamera
CAMEDIA C-3030 ZOOM
Preisgekrönt als European Digital Camera
of the Year 2000/2001

- [3,3 Mio.-Pixel-CCD
- [3fach Zoom
- [USB und serielle Schnittstelle
- [Quick Time[®]* Motion

* Quick Time Motion JPEG ist
ein Warenzeichen von Apple Computer.

www.olympus.de



OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE



Grußwort von
Friedrich Hujer
 Vorsitzender des
 Photoindustrie-Verbandes



Mit diesem Heft der Zeitschrift „imaging+foto-contact“ heißen wir Sie herzlich willkommen auf der photokina, der Weltmesse des Bildes in Köln.

Im 50. Jahr ihres Bestehens präsentiert sich die von der KölnMesse und dem Photoindustrie-Verband veranstaltete photokina besonders jung und modern. Sie ist geprägt von einer technischen und wirtschaftlichen Aufbruchstimmung, wie sie die Fotoindustrie schon lange nicht mehr gezeigt hat. Ein entsprechend positiver Tenor kommt auch in der Kampagnen-Headline der photokina 2000 „The Future in Focus“ zum Ausdruck.

Diese Messe wird den weiteren Fortschritt in den analogen und den digitalen Bildtechniken sowie das rasche Zusammenwachsen dieser beiden Bereiche aufzeigen.

Wir gehen davon aus, daß die Aussteller der photokina 2000 mit zahlreichen neuen Produkten die Allianzen von analoger und digitaler Bilderwelt, von Silber und Silizium dokumentieren sowie die auf

Anwendung und Nutzen abgestimmten Vorteile der jeweiligen Technologie herausstellen werden.

Manches Bekannte ist dabei in neuen Zusammenhängen zu sehen, manches Unbekannte gilt es erst zu entdecken.

Die Weltmesse des Bildes ist aber kein Neuland. Der Focus der photokina war immer das Bild, die Kompetenz ihrer Aussteller rund um das Bildermachen und Bilderverarbeiten. Digitale Technologien erweitern diesen Focus und lassen die photokina zu einer „World of Imaging“-Messe werden mit der ganzen Bandbreite von Consumer und Professional Imaging bis hin zu Printing und Imaging Communications.

Lassen Sie sich beim Besuch der photokina mitreißen von der Dynamik, die in der neuen Welt der Fotografie steckt. Lassen Sie sich anstecken von der Aufbruchstimmung, die die Fotoindustrie ergriffen hat.

Allen Lesern von „imaging+foto-contact“, die die photokina besuchen, wünsche ich spannende und informative Messetage.



Grußwort von **Hans Wilke** Geschäftsführer der KölnMesse



das Bild das ausdrucksstärkste und meist genutzte Kommunikationsmedium der Dienstleistungs-Gesellschaft sein wird.

Die Integration der Arbeitsabläufe von der Aufnahme über die Bildbe- und -verarbeitung bis zur Bildpräsentation und -kommunikation ist weitgehend der digitalen Basistechnologie zu verdanken. Sie zieht sich als roter Faden

Bilder, Bilder, Bilder – in jedem Museum, jeder Galerie und vielen öffentlichen Gebäuden und natürlich auf dem Messegelände: Daß vom 20. bis 25. September die photokina stattfindet, daran kommt in Köln niemand vorbei. Die Weltmesse des Bildes feiert 50jähriges, und dynamisch wie eh und je präsentiert sie das gesamte Kaleidoskop: die Bilder, das Equipment und das Know-how, um sie herzustellen. Und sie hat dazu die Welt zu Gast: 160.000 Besucher kamen zur Vorveranstaltung aus 140 Ländern, ein Viertel von ihnen aus dem Ausland.

Aus einem noch recht überschaubaren Schaufenster der deutschen Fotoindustrie im Jahre 1950 wurde der weltweit größte und bedeutendste Marktplatz der Branche, für analoge wie digitale Technik, für Consumer und für Profis, für Anwender und Fachhändler. Zu allen Zeiten ist es der photokina gelungen, technische Entwicklungen zu antizipieren und frühzeitig in ihr Angebot aufzunehmen. So auch in diesem Jahr: Mit immer effektiveren Imaging-Systemen, Bildern im Internet, digitaler Projektion, Large Format Printing und neuen Speichertechnologien demonstriert sie eindrucksvoll, daß auch in Zukunft

durch alle Angebotsbereiche: vom Amateurbedarf im Zentrum Consumer Photo, Video, Imaging bis zu den Profibereichen Professional Photo & Imaging mit dem Handwerkszeug der Profi-Fotografen, Fotodesigner und der Kreativen aus Werbung und Medien, Photofinishing, das sich mit dem Angebot an Laborbedarf an Fachhandel und Laborbetreiber richtet, und schließlich Professional Media, das Forum der Bildkommunikation mit den Schwerpunkten Präsentationstechnik und professionelle Video- und AV-Technik.

Diese Zeitschrift hat es immer hervorragend verstanden, ihren Lesern aus dieser Vielfalt die „richtigen“ Themen zu vermitteln und Appetit auf den Besuch der Veranstaltung zu machen. Ich weiß, daß viele Leser unter den Besuchern dieser Messe sind und heiße Sie alle herzlich in Köln willkommen. 200.000 qm Ausstellungsfläche warten auf Sie, über 1.600 Unternehmen, Tausende neuer Produkte und interessanter Ideen, ein internationales Rahmenprogramm, das alle Themen der Branche aufgreift, und schließlich Bilder, Bilder, Bilder ...

Eine 50jährige schaut in die Zukunft



Zum Titelbild: Kodak zeigt auf der photokina die Welt der Bildkommunikation



Die Verbindung digitaler und analoger Foto-welten ist das große Thema auf dem dies-jährigen photokina-Stand von Kodak. Mit zahlreichen Neuheiten in beiden Bereichen und wegweisenden Brückentechnologien will das größte Fotounternehmen der Welt ein neues Zeitalter des Bildes einläuten. *imaging+foto-contact* informierte sich bei Kodak in Rochester über die wichtigsten Trends und Perspektiven der Messe und sprach mit Kodak Chef Daniel A. Carp.



Und Dieter Werkhausen, Vorstand und Chef Consumer Imaging bei der Kodak AG, informierte uns über die zukünftigen Bilderkonzepte des Unternehmens und über die Einführung der neuen Kodak Advantix APS-Filme als APS-Erlebnisfamilie. **Seite 34**

Agfa-Laborgeräte: Fit für digital

Bits und Bytes stehen bei der Agfa-Domäne Laborgeräte auf der photokina 2000 im Mittelpunkt. Dabei geht es um die Ausgabe digitaler Bilder auf Fotopapier im Minilab und Großlabor ebenso wie um die Verbesserung herkömmlich aufgenommener Bilder durch elektronische Systeme. „Die Digitaltechnik ermöglicht es, die Qualität ganz normaler Amateurbilder auf ein völlig neues Niveau zu steigern“, erklärte Dr. Wilhelm Nitsch, Leiter des Agfa Geschäftsfeldes Laborgeräte. „Mit unserer Technologie wollen wir dafür weltweit die Maßstäbe setzen.“ **Seite 18**



„Die Digitaltechnik ermöglicht es, die Qualität ganz normaler Amateurbilder auf ein völlig neues Niveau zu steigern“, erklärte Dr. Wilhelm Nitsch, Leiter des Agfa Geschäftsfeldes Laborgeräte. „Mit unserer Technologie wollen wir dafür weltweit die Maßstäbe setzen.“ **Seite 18**

profi-contact

125-130

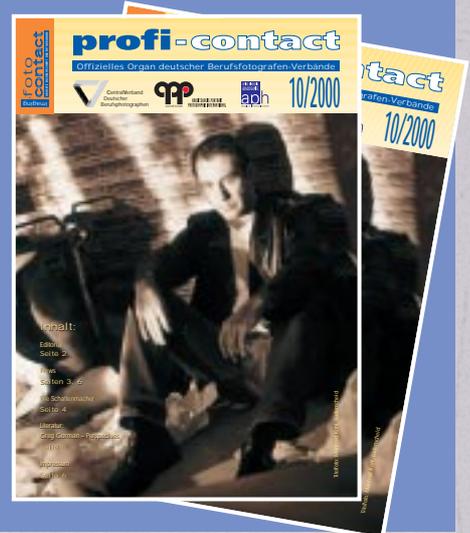
Editorial
Seite 2

News
Seiten 3, 6

Die Schattenschmayer
Seite 4

Literatur: Greg Gorman – Perspectives
Seite 5

Impressum
Seite 6



Neue Canon Kameras aus allen Bereichen

Mit der neuen Digitalkamera PowerShot G1, der EOS 30 SLR, neuen Ixus Concept Designerkameras, 35 mm Kompakten und einer anspruchsvollen, neuen digitalen Camcorder-Familie unterstreicht Canon auf der photokina seinen Führungsanspruch im Kamerabau. Zudem wartet das Unternehmen mit einer Sensation im Objektivbau auf. Vor der photokina hat *imaging+foto-contact* mit Dr. Roderich Stomm, President von Canon EuroPhoto und Canon Deutschland, über die wichtigsten Neuheiten, die Canon Marktposition in Deutschland und den neuen Unternehmensslogan „Imaging across Networks“ gesprochen. **Seite 28**



Der Club Bertelsmann bietet Online Print Service

Nach monatelanger Planung, Entwicklung und Feinabstimmung war es Ende August endlich soweit: Der Club Bertelsmann hat als erster Großkunde der Oldenburger Laborgruppe CeWe Color dessen Online Print Service in sein Angebot integriert. Digitale Bilddaten können jetzt über die Homepage des Medienhändlers zum Belichten auf Fotopapier an seine Finisher CeWe Color und Foto Quelle geschickt und in einer der derzeit fast 300 deutschen Der Club Filialen abgeholt werden. Bewußt verzichtet Der Club Bertelsmann in der Anfangsphase darauf, dem Kunden auch den Versandweg anzubieten. Neben dem Online-Angebot hat das Unternehmen mit seinen Laborpartnern auch einen modernisierten Auftritt des Clubs in Sachen Fotoarbeiten entwickelt. **Seite 92**

Der C.A.T.-Verlag ist mit seinen Publikationen auf der photokina 2000 in Halle 2.1, Gang E, Stand 11 vertreten.



Zum Titelbild

Kodak zeigt die Welt der Bildkommunikation **34**

Editorial

Das Bild wird klarer **14**

Wirtschaftspolitische Kommentar

Bundeskanzler Schröder sagt „Nein“
zur Reform des Ladenschlußgesetzes **140**

Gastkommentar

Bringt die photokina die Trendwende? **112**

Industrie

AGFAnet wird zum Online-Marktplatz **56**

Objektive bleiben bei
Schneider Kreuznach das Kerngeschäft **122**

Mamiya feiert das 60jährige Firmenbestehen **131**

photokina 2000

Grußwort von Friedrich Hujer **7**

Grußwort von Hans Wilke **8**

Agfa Laborgeräte: Fit für digital **18**

Fujifilm setzt auf die Verbindung
analoger und digitaler Technologien **22**

Canon: Zusammenspiel der Welten **28**

Kodak zeigt die Welt der Bildkommunikation **34**

Polaroid Motto heißt

„Creativity ... @Home, @Work, @Play“ **53**

Hasselblad auf der photokina **73**

Neue Digitalkameras mit
und ohne Super CCD von Fujifilm **83**

Olympus präsentiert

Kameratechnik auf höchstem Niveau **86**

Ferrania kommt mit

neuen Marken und neuen Produkten **110**

Labor

Indigo zeigt digitale Laborgeräte **60**

Der Club Bertelsmann bietet
ab sofort Online Print Service an **92**

Handel

europa-foto wieder mit neuem Rekord **98**

(Digitale) Bilder für Touristen **120**

H. D. Lehmann: Verstaubtes? **136**

imaging+foto-contact-Interviews

Helmut Rupsch, Geschäftsleiter Deutschland
bei der Fuji Photo Film Europe GmbH:

Der Markt ist hybrid **22**

Dr. Roderich Stomm, President von Canon
Euro-Photo und Canon Deutschland: Unsere
Kompetenz ist das Angebot von Gesamtlösungen... **30**

Daniel A. Carp, President/CEO Eastman Kodak
Company: Keine Barrieren bei der Technik **34**

Dieter Werkhausen, Vorstand und Chef von
Consumer Imaging, Kodak AG:
Weichen für die Zukunft sind gestellt **36/III**

profi-contact

Offizielles Organ
deutscher Berufsfotografen-Verbände **125-130**

PrePress Special

Hexachrome-Kompaß: Bilder erfolgreich
reproduzieren im Sechs-Farben-Druck **37**

Digital Imaging

Marktübersicht Digitalkameras für Consumer **62**

High-Speed Filmscanner und
Digital Laserlab von Durst **72**

Kodak erweitert Digitalkamerapalette **84**

Epson spricht mit Neuheiten
alle Anwendergruppen an **96**

Neuheiten Digital Imaging **89, 115**

Profi

Fotostudio A setzt auch bei
digitalen Fotos auf Profiqualität **76**

Gigabitfilme mit höchster Auflösung **80**

Nachrichten **16, 117**

Video

U. Vielmuth: JVC videoaktiv **118**

(photokina) Neuheiten **20, 100, 103, 105**

Sony präsentiert die DSC-P1 **74**

Kyocera Yashica MicroElite 3300 **78**

Olympus erweitert analoges Kamerasortiment **104**

Hama zeigt neues Foto-Zubehör **108**

Exklusive Accessoires bei Erno **114**

Karl Walther zeigt über 100 Neuheiten **116**

Kameras und Ferngläser von Minox **119**

Rechtstips **124**

Fotoliteratur **138**

Leserbriefe **113, 133**

Klein- und Personalanzeigen **141**

Impressum **145**

Inserenten-Verzeichnis **144**

OLYMPUS

T H E V I S I B L E D I F F E R E N C E

Die neue Elite der digitalen Fotografie

3 Megapixel-Klasse

CAMEDIA C-3030 Zoom

Die digitale Innovation

- 3,3 Mio. Pixel CCD
- 3fach Zoom
- USB und serielle Schnittstelle



4 Megapixel-Klasse

CAMEDIA E-10

Der sensationelle Durchbruch!

- 4 Mio. Pixel CCD
- 4fach Zoom
- Aluminiumgehäuse
- umfangreiches Systemzubehör

Der mobile Thermosublimationsdrucker

CAMEDIA P-200

Die bedienerfreundliche Printer-Innovation

- 320 dpi Thermosublimationsauflösung
- integriertes Ladegerät für Ni-MH-Akku
- automatische Lamination



2 Megapixel-Klasse

CAMEDIA C-2100 Ultra Zoom

Das digitale Profiwerkzeug

- 2,1 Mio. Pixel CCD
- 10fach Zoom
- elektronische Sucheranzeigen
- Video- und Soundmodus

IMM10

Service-Partner:

Bremaphot

Bremaphot Biedebach & Co. (GmbH & Co.) Photo-Großhandel

28087 Bremen • Postfach 11 07 51 • ☎ (04 21) 46 89 89 • Fax (04 21) 4 68 98 33

... mit einem Verkaufsbüro auch in Ihrer Nähe!

Liebe Leser!

In unserer imaging+foto-contact-Ausgabe zur photokina 2000 finden Sie wieder ein „Heft-im-Heft“. Die 16seitige Produktion unserer Schwesterzeitschrift PrePress, die ebenfalls im C.A.T.-Verlag erscheint, setzt sich mit dem Sechs-Farben-Druck auseinander, der die Wiedergabe von Bildern deutlich verbessern kann. Das Heft-im-Heft beginnt auf der i+f-c-Seite 37, beginnt dort aber mit der eigenen Seitenzahl 1.



inhalt

i+f



Editorial **3**



Bildbeispiele **6, 10, 12**

Chronik einer Produktion.
Wie dieses
Sonderheft entstanden ist **8**



„Man nehme...“
Ein Rezept für die
Hexachrome-Produktion **4**

Warum sind sechs Druckfarben
besser als vier? **4**

Danksagung/Impressum **16**



Sechs Farben Druck

CeWe Color – Ideen für den Fotofachhandel

DIGITALPHOTO – voller Erfolg auf digitaler Linie!



PhotoTerminal

Phototasche

OnlinePrintService

Bestellung von DIGITALPHOTOS über das Internet



DIGITALPHOTO

Digitalphoto ist die einfache, günstige und hochwertige Lösung für das Ausbelichten digitaler Daten auf original Photopapier. Die Bestellung funktioniert genauso unkompliziert wie beim klassischen Kleinbild- und APS-Film. Mit Digitalphoto beweisen Sie digitale Kompetenz und werden zum klaren Favoriten bei Digitalkamerabesitzern, deren Anzahl aufgrund sinkender Preise und steigender Qualität der Kameras immer größer wird. Digitalphoto bindet diese Kunden auch nach dem Kauf der Digitalkamera an Ihr Geschäft.

Selbstverständlich stellen wir Ihnen vielfältiges Werbematerial zur Verfügung. Fordern Sie unsere Informationen an, wir helfen Ihnen gerne weiter.


cewe color

0-91111 Wiesbaden
Rheinweg 21/27
Tel. (0491) 8400-0
Fax (0491) 8400-100

0-481103 Gießen/Würzburg
Doktor-von-Siebold-Str. 7
Tel. (0291) 84307-0
Fax (0291) 84307-30

0-47547 Würzburg
Neubühlener Straße 26
Tel. (026741) 3006-0
Fax (026741) 3006-40

0-41728 Wüchtersbach
Ertelsstraße 40
Tel. (02166) 853-0
Fax (02166) 853-109

0-01109 Dresden
Karl-Marx-Straße 10
Tel. (0351) 89544-0
Fax (0351) 89544-13

0-99817 Etzsch
Am Goldberg 7
Tel. (03691) 671-270
Fax (03691) 671-273

0-23611 Bad Schwartau
Güterbergstraße 1
Tel. (0451) 29169-0
Fax (0451) 2960983

0-13405 Berlin
Scharnstraße 6
Tel. (030) 417787-0
Fax (030) 417787-44

0-90513 Zirndorf
Vogelwehstraße 46
Tel. (0911) 40802-0
Fax (0911) 40802-55

0-79427 Eschbach (Freiburg)
Freiburger Str. 20
Tel. (07634) 505-0
Fax (07634) 505-250

Markiert die photokina eine Zeitenwende?

Das Bild wird klarer

Willkommen auf der photokina! 50 Jahre nach ihrer Gründung trägt die traditionsreiche Weltmesse des Bildes ihren Namen zu Recht. Über 1.600 Aussteller sind aus 50 Ländern mit zum Teil bahnbrechenden neuen Konzepten und Produkten nach Köln gekommen. Dabei liegt der Schwerpunkt trotz vieler neuer (Digital-)Kameras in diesem Jahr eindeutig auf dem Dienstleistungssektor, genauer gesagt auf den enormen Möglichkeiten, digitale und digitalisierte Bilder zu bearbeiten, zu versenden und auf Papier zu bringen.

Für die Fotobranche und den Fotohandel ist die Digitaltechnik nichts Neues mehr. Seit Jahren diskutieren wir dieses Thema, freuen uns über die steigenden Umsätze mit Digitalkameras und warten auf den Massenmarkt, der offensichtlich jetzt wirklich in Gang kommt. Die gute Nachricht von der photokina 2000 ist, daß sich nach einer langen Zeit, in der immer wieder neue Teile des digitalen Puzzles präsentiert und diskutiert wurden, jetzt ein klareres Bild der Zukunft abzeichnet.

In den vergangenen Jahren wurde immer wieder betont, daß die Herstellung von Bildern, die mit digitalen Kameras aufgenommen werden, ein wichtiger neuer Geschäftszweig für Fotohändler und Finisher sein kann. In diesem Jahr geht es auf der photokina in Köln zusätzlich um Dienstleistungen mit digitalisierten Bildern. Voll digitale Hochgeschwindigkeitsprinter belichten nicht nur fertige Bilddateien auf Fotopapier, sondern scannen auch APS und 35 mm Filme in rasender Geschwindigkeit und machen damit sozusagen jedes konventionell aufgenommene Bild für digitale Dienstleistungen verfügbar, ohne daß die Konsumenten

diesen Service ausdrücklich bestellen müssen. Gleichzeitig wird die Herstellung digitaler Bildprodukte in den normalen Arbeitsablauf der Großlabore integriert – dadurch werden die Preise sinken – und die Nachfrage wird zunehmen.

Die Eastman Kodak Company, die mit einem solchen Hochgeschwindigkeitsprinter wieder ins Geschäft mit Großlaborgeräten zurückkehrt, spricht nicht ganz bescheiden von einem Paradigmenwechsel für das Bildergeschäft. Damit ist nicht weniger gemeint als eine Revolution an der Bildertheke.

Der Zeitpunkt dafür ist gut gewählt: Denn just in diesem Moment schaffen neue Breitband-Technologien die Möglichkeit, digitale Bilder viel schneller und einfacher zu übertragen, im Internet, per E-Mail, über die Telefonleitung und natürlich das Mobiltelefon. Was Letzteres angeht, so ist die hohe Datenübertragungsrate von UMTS nicht nur die Voraussetzung zur Übertragung digitaler Bilder per Handy. Die digitale Fotografie ist umgekehrt eine der ganz wenigen Anwendungen, für die man den milliardenschweren neuen Standard überhaupt braucht. Telefonieren kann man bekanntlich auch gut im GSM Netz, ohne daß die Betreiber 100 Milliarden an Hans Eichel überweisen müßten.

Die Fotobranche kann das angenehme Gefühl haben, daß sie von diesen gigantischen Investitionen profitieren kann, ohne selber viel Geld ausgeben zu müssen. Bei einem Gespräch mit dieser Zeitschrift sagte Kodak Chef Dan Carp in Rochester: „Wir können einfach auf der Welle reiten.“ Und wenn die Zeichen auf der photokina nicht trügen, ist die

weltweite Fotoindustrie dafür gut vorbereitet, nicht nur durch die neuen digitalen Großfinishing-Geräte, sondern – durch die Initiativen der Großlabors – auch mit Dienstleistungskonzepten und natürlich mit digitalen Kameras. Erinnern wir uns daran, daß es noch gar nicht lange her ist, daß wir leidenschaftlich darüber diskutieren mußten, ob das digitale Bild jemals fotografischen Qualitätsansprüchen genügen könnte. Solche Debatten führt heute kein Mensch mehr – mit Recht: Das Qualitätsproblem der Digitalfotografie ist technisch längst gelöst. Und die Bilder werden noch besser werden.

Die Digitalkamera mit eingebautem Telefon, die Ihre Bilder automatisch ins Großlabor schickt, wird es in absehbarer Zeit geben. Natürlich kann man Sorge haben, daß die Kunden sich ihre Bilder dann lieber nach Hause schicken lassen, als sie beim Fotohändler abzuholen. Andererseits hat gerade in Deutschland der Versandhandel im Bildergeschäft nie einen Fuß auf den Boden bekommen – schließlich gibt es buchstäblich an jeder Ecke eine Bildertheke. Eins macht diese photokina deutlich: Der Fotohandel wird die neuen Foto-finishing-Konzepte nicht dadurch bremsen oder verhindern können, daß er sie ignoriert. Im Gegenteil: Die Verbraucher werden den Fotohandel nur dann als Spezialisten auch für digitale Bilder akzeptieren, wenn er von Anfang an in diesem Segment umfassende Kompetenz demonstriert. Genau das wird übrigens anderen Vertriebsformen wie Drogeriemarktketten ganz schön schwerfallen. Sie müssen darum die neuen Dienstleistungen viel mehr fürchten als der Fotohandel.

Th. Blömer

Neu
Die präzisesten
Agfa Farben.

VISTA



AGFA 

Agfa Vista mit Eye Vision Technology. Das Auge im Film.

Metz-Händler sind über das Internet erreichbar

Metz bietet seinen Kunden ab sofort die Möglichkeit, mit ihren persönlichen Händlern über das Internet Kontakt aufzunehmen. Auf der Homepage www.metz.de kann unter dem Stichwort „Händlersuche“ der Fachhändler aus der näheren Umgebung ausfindig gemacht werden. Zudem können künftig auch Anfragen oder Bestellungen von der Seite aus direkt via E-Mail an den Händler gerichtet werden. Mit dem neuen Internet-Service möchte Metz weiterhin seine Fachhandels-Treue beweisen.

Yahoo stellt kostenlose Fotodatenbank ins Netz

Yahoo bietet nun jedermann die Möglichkeit, eigene Fotos ins Internet zu setzen. Voraussetzung ist ein Scanner und eine Digitalkamera. Laut Yahoo spart der Endverbraucher Geld und Zeit für Abzüge. Nach der Registrierung mit

der eigenen Yahoo ID und dem Paßwort können in allen PCs mit Internet-Zugang Fotos geladen und abgerufen werden. Pro Foto stehen hierfür maximal 5 MB zur Verfügung. Jeder Nutzer kann insgesamt bis zu 25 MB für seine Fotoalben beanspruchen, das reicht in der Regel für 60 bis 100 Fotos.

CeWe Color Ergebnis im ersten Halbjahr positiv

Nach einem sehr guten Start ins erste Quartal 2000 berichtet die CeWe Color Holding AG, Oldenburg, daß sich auch das ganze erste Halbjahr gut entwickelt hat. Obwohl die saisonale Kurve des Fotogeschäftes erst ab Mai angestiegen ist, konnten die ersten sechs Monate mit einem wachsenden Unternehmensergebnis vor Körperschaftssteuer von 5,2 Mio. Euro abgeschlossen werden. Mit 25 Laboren in 14 europäischen Ländern konnte CeWe Color in den ersten sechs Monaten 41,0 Mio. Filme entwickeln. Das sind 5,1 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Die Menge

der produzierten und verkauften Farbbilder stieg um 5,7 Prozent. Während die konsolidierten Umsätze um 4,8 Prozent auf 183 Mio. Euro stiegen, wuchs das Geschäftsergebnis um elf Prozent auf 6,7 Mio. Euro. Der Cash Flow konnte von 21,4 Mio. auf 23,3 Mio. Euro gesteigert werden und somit ein Plus von 9,2 Prozent erzielen.

Hans Fritz tritt in die Metz-Geschäftsleitung ein

Hans Fritz übernimmt Anfang Oktober als Mitglied der Geschäftsleitung die Gesamtverantwortung für die Bereiche Marketing, Vertrieb, Werbung/PR und Service bei Metz. Innerhalb dieser Bereiche bleiben die bisherigen Führungsstrukturen sowie die jeweiligen Ansprechpartner unverändert. Weiterhin ist auch in Zukunft sichergestellt, daß die Vertriebspolitik im Hause Metz konstant fortgesetzt wird. Fritz, der neu in das Unternehmen eintritt, verfügt über langjährige Erfahrung innerhalb der Unterhaltungselektronik-Branche.

Agfa-Gevaert-Gruppe meldet Gewinnsprung für das erste Halbjahr

Die Agfa-Gevaert-Gruppe, Mortsel/Belgien, hat eigenen Angaben zufolge im ersten Halbjahr 2000 „eine hervorragende Geschäftsentwicklung verzeichnet“. Bei einem um 16,3 Prozent auf 2,616 Milliarden Euro (Vorjahr 2,249 Milliarden Euro) gestiegenen Umsatz konnte der Gewinn vor Steuern den Angaben zufolge nahezu verdoppelt werden. Die Umsatzrendite vor Restrukturierungsaufwand (einschließlich einmaligem Aufwand/Ertrag) erreichte zehn Prozent.

Das Ergebnis vor Restrukturierung stieg um 63 Prozent auf 263 Millionen Euro (Vorjahr 161 Millionen Euro), das Ergebnis nach Restrukturierung lag mit 181 Millionen Euro um 90 Prozent über Vorjahr (95 Millionen Euro), und der Gewinn vor Steuern hat sich mit einem Plus von 97 Prozent (auf 181 Millionen Euro/Vorjahr 95 Millionen Euro) fast verdoppelt. Der Netto-Konzerngewinn im ersten Halbjahr 2000 liegt mit 80 Millionen Euro um 74 Prozent über Vorjahr (46 Millionen Euro). Zur Strategie des Unternehmens zählen

die weitere Stärkung der Marktposition, die Erschließung neuer Märkte sowie die Restrukturierung bestehender Geschäfte. 75 Prozent des Weltumsatzes entfällt auf Bereiche, in denen Agfa die Nummer eins oder zwei im Weltmarkt ist.

Der Erfolg der Restrukturierungsmaßnahmen zeige sich in der Ergebnisentwicklung, so Agfa-Vorstandsvorsitzender Dr. Klaus Seeger, der Erfolg bei der Erschließung neuer Märkte in den sogenannten „neuen digitalen Lösungen“ wie Computer-to-Plate im grafischen Bereich, die digitalen Systeme in der Medizin sowie die digital geprägten Laborgeräte im Bereich Consumer Imaging. Die Umsätze in diesen Segmenten stiegen im ersten Halbjahr um insgesamt 53 Prozent auf 546 Millionen Euro; 21 Prozent des Konzernumsatzes entfallen auf die neuen digitalen Lösungen.

In allen Arbeitsgebieten – Graphic Systems (Umsatzanteil 40 Prozent), Technical Imaging (Umsatzanteil 31 Prozent) und Consumer Imaging (Umsatzanteil 29 Prozent) – verzeichnete das Unternehmen deutlich gestiegene Um-

sätze sowie eine erhebliche Steigerung beim Ergebnis nach Restrukturierung. Eine sehr erfreuliche Entwicklung vollzog unter anderem das Arbeitsgebiet Consumer Imaging. Bei einem um 10,2 Prozent auf 766 Millionen Euro gestiegenen Umsatz konnte das Ergebnis vor Restrukturierungsaufwand verbessert werden, und zwar von 18 Millionen Euro im Vorjahr auf 63 Millionen Euro im ersten Halbjahr.

Auch das Ergebnis nach Restrukturierung verbesserte sich mit 41 Millionen Euro (Vorjahr sieben Millionen Euro) deutlich. Die Umsatzrendite stieg von 2,6 auf 8,2 Prozent. Fast genau die Hälfte ihres Weltumsatzes (49,9 Prozent) erzielte Agfa in Europa, davon 32 Prozent im Euro-Raum. Dr. Seeger abschließend: „Wir bleiben auf dem zum Börsengang eingeschlagenen Kurs. Und was unsere Ziele für das Gesamtjahr 2000 angeht, so wollen wir einen Umsatz von mehr als fünf Milliarden Euro sowie ein Nettoergebnis erreichen, das zweistellig über dem Wert von 140 Millionen Euro liegt.“

Alle reden von digital wir haben die Lösung!



Von analog zu digital
die IMAGE CD

“Echt-Fotos” von allen
digitalen Datenträgern

“Echt-Fotos” vom
DIGITAL TERMINAL

“Echt-Fotos”
via INTERNET

...neugierig!



Ihre Möglichkeit für
“grenzenlosen Erfolg”
www.photouniverse.de
• Händler Layout
• Händler Shop
• Händler Börse

... besuchen Sie uns auf der Photokina:
Halle 3.1 Gang N-P Stand 28

- | | | | |
|------------------|---------------------------|--------------------|-------------------------|
| V-DIA Heidelberg | • Dischingerstr. 8 | • 69123 Heidelberg | • Tel.: 06221/77 31 29 |
| Rhein-Main Color | • Gräsiger Weg 7 | • 65719 Wallau | • Tel.: 06122/80 27 45 |
| ELB-Color | • Zaschendorfer Straße 83 | • 01662 Meißen | • Tel.: 03521/75 99 10 |
| PrintPartner | • Langenscheidtstraße 7 | • 99867 Gotha | • Tel.: 03621/30 50 0 |
| Spree Color | • Nalepastraße 208 | • 12459 Berlin | • Tel.: 030/53 89 66 27 |



UNTERNEHMENSGRUPPE

FÜR UNS ZÄHLT IHR ERFOLG.

Agfa Laborgeräte:



Das digitale Minilab d-lab.3 wird mit Sicherheit eines der Highlights am Agfa-photokina-Stand sein.

Fit für Digital



Dr. Wilhelm Nitsch, General Manager des Agfa Geschäftsbereiches Laborgeräte

Bits und Bytes stehen bei der Agfa-Domäne Laborgeräte auf der photokina 2000 im Mittelpunkt. Dabei geht es um die Ausgabe digitaler Bilder auf Fotopapier im Minilab und Großlabor ebenso wie um die Verbesserung herkömmlich aufgenommener Bilder durch elektronische Systeme.

„Die Digitaltechnik ermöglicht es, die Qualität ganz normaler Amateurbilder auf ein völlig neues Niveau zu steigern“, erklärte Dr. Wilhelm Nitsch, Leiter des Agfa Geschäftsfeldes Laborgeräte. „Mit unserer Technologie wollen wir dafür weltweit die Maßstäbe setzen.“

Digitales Minilab d-lab.3

Das bereits auf der PMA im Februar demonstrierte neue digitale Minilab d-lab.3 wird mit Sicherheit auch auf dem Agfa-photokina-Stand für Aufsehen sorgen. Es soll zum Ende dieses Jahres lieferbar sein. Das Gerät bietet mit Lasertechnologie die Möglichkeit, die von dem eingebauten hochauflösenden Filmscanner mit 6 Millionen Bildpunkten pro Farbauszug in einer Farbtiefe von 12 Bit erzeugten Bilddaten mit 400 ppi Auflösung auf Fotopapier zu printen. Dabei wird eine Geschwindigkeit von bis zu 1.700 Bildern (10 x 15 cm) in der Stunde erreicht.

Die neuartige Belichtungslogik d-TFS sorgt automatisch für die Optimierung von Farben und Dichten, paßt Kontraste an, verbessert Unter- und

Überbelichtungen und korrigiert negative Effekte von Gegenblitz oder Kunstlicht. Ebenso automatisch erfolgt die digitale Entfernung von Staub und Kratzern sowie die Verbesserung der Schärfe bei gleichzeitiger Unterdrückung des Filmkorns. Die Funktionen von d-TFS kommen dabei nicht nur bei der Verarbeitung konventioneller Filme, sondern auch bei Aufnahmen von Digitalkameras zur Anwendung.

Das Agfa d-lab.3 verarbeitet serienmäßig alle gängigen Filmformate bis zum gerahmten Dia sowie Bilddaten von CD-ROM, Floppy, Zip oder PCMCIA, SmartMedia und CompactFlash Karten.

MSC Minilabs werden digital

Auch Anwender der erfolgreichen Agfa MSC Minilabs können in Zukunft digitale Bilddienstleistungen in hoher Qualität anbieten. Mit dem Belichtungsmodul FIT ist so ein preiswerter Einstieg in das digitale Bildergeschäft möglich. So können MSC Modelle zu MSC.d Minilabs aufgerüstet werden.

Die Belichtung erfolgt durch eine neue LCD-Einheit, die Bilddaten vom PC oder aus Digitalkameras sowie von unterschiedlichen Speichermedien in ausgezeichneter Qualität auf Fotopapier belichtet. Das FIT-Modul kann dabei auch für die automatische Pro-



Auch die analogen Minilabs der MSC-Familie können mit der Belichtungstechnologie FIT für die Ausgabe digitaler Bilddateien genutzt werden.

Zum System gehört das neue Premiumpapier Agfa Prestige Digital, das speziell auf die Charakteristik der Laserbelichtung abgestimmt wurde.

Ergänzt wird das neue Material durch die neuen d-lab.3 Chemikalien, die bei der extrem kurzen Laserbelichtung ungewöhnlich hohe Maximal- und niedrige Minimaldichten erlauben und zudem mit einer 40prozentigen Verkürzung der Verarbeitungszeit (im Vergleich zu RA4) zur Geschwindigkeit des Systems beitragen.

Die Chemie zeichnet sich darüber hinaus auch bei stark schwankender Systemauslastung durch hohe Stabilität aus.

duktion von Index Prints genutzt werden. Dabei kann der Betreiber das Layout individuell variieren, so daß je nach Bildzahl des jeweiligen Filmes stets eine formatfüllende Anordnung gewährleistet ist. Das gilt selbst für Index-Großkopien bis zum Format 15 x 25 cm.

Stationen für Auftragsannahme und -bearbeitung

Für die Auftragseingabe in Verbindung mit dem Agfa d-lab.3 oder den MSC.d Minilabs stellt Agfa auf der photokina die neue kompakte e-box vor. Das attraktiv gestaltete Kiosksystem für den Point of Sale akzeptiert alle wichtigen Datenträger wie SmartMedia, Compact-

Flash und PC Karten sowie CDs oder Disketten und kann vom Kunden selbst und ohne fremde Hilfe einfach bedient werden. Eine interaktive Benutzerführung per Touch-Screen leitet den Anwender dabei Schritt für Schritt zur Auftragsabgabe.

Die Bildbestellung wird von der e-box direkt an das Minilab geschickt, so daß der Kunde bei entsprechender Prioritätseinstellung am Gerät sogar auf seine Bilder warten kann. Der Kunde kann per Knopfdruck einzelne Bilder von seinem Datenträger auswählen oder Ausdrücke von allen gespeicherten Bildern bestellen. Die eingebaute Software gestattet zusätzlich die Bestellung von Index Prints oder die individuelle Veränderung von Bildern. So können Kontrast und Helligkeit erhöht oder reduziert sowie Ausschnitte vergrößert bzw. verkleinert werden. Sogar nostalgische Verfremdungen nach Schwarzweiß oder Sepia sind möglich.

Für anspruchsvollere Bildbearbeitungsaufgaben in Verbindung mit dem Agfa d-lab.3 oder den MSC.d Geräten präsentiert Agfa auf der photokina das System Pixtasy 3.0. Es ist auch für den Einsatz im Großlabor in Verbindung mit dem Agfa IPS Plus Index Print System geeignet.

Die schlüsselfertige Station führt mit selbsterklärender Software auch ungelernete Anwender schnell und sicher durch eine umfangreiche Palette kreativer Bildprodukte. Grußkarten, CD-Hüllen, Kalender, Zeitungstitel, Visitenkarten, Paßbilder und vieles mehr können einfach und schnell gestaltet werden. Als Vorlagen dienen Negative (APS und 135), Prints, Dias und natürlich digitale Daten. Das integrierte Bildbearbeitungsprogramm ermöglicht zudem eine Reihe von Bearbeitungsmöglichkeiten aus dem Profibereich.

Digitale Bilder im Großlabor

Bisher hat Agfa – Weltmarktführer für Großlaborgeräte – die Digitaltechnik für die Massenproduktion vornehmlich für die Verbesserung analoger Aufnahmen eingesetzt. Ein besonders erfolgreiches Beispiel ist der Dimax Hochgeschwindigkeitsprinter, dessen selektive Dichtekorrektur durch unscharfe Maskierung ein wegweisendes Konzept realisiert hat, ganz normale Amateur-

bilder mit digitaler Hilfe sichtbar zu verbessern. Rund 200 dieser High-Tech-Geräte, so erwartet Dr. Wilhelm Nitsch, werden weltweit bis Ende dieses Jahres verkauft worden sein.

Auf der photokina wird Agfa den Dimax Printer als Teil eines völlig neuartigen Systems zur Massenproduktion von digitalen Bilddienstleistungen vorstellen. Das entsprechende Konzept wurde in Zusammenarbeit mit dem italienischen Workflow-Spezialisten GPE und dem amerikanischen Unternehmen Digital Now Inc. erarbeitet. Zur Zeit ist die Herstellung digitaler Bildprodukte – z. B. das Laden der Bilder eines Filmes ins Internet oder das Abspeichern auf CD – im Großlabor eine aufwendige Sache. Die Aufträge müssen auf teure Art und Weise von der Massenproduktion getrennt und separat verarbeitet werden.

Agfa, GPE und Digital Now haben jetzt eine Lösung entwickelt, mit deren Hilfe Kleinbildfilme bei voller Geschwindigkeit (bis zu 20.000 Prints pro Stunde) während der normalen Bilderproduktion gescannt werden können, um Bilddaten für digitale Produkte zu erzeugen. Möglich wird das durch eine Transporteinheit von GPE, mit der die

Negative vom MSP Dimax Printer kontinuierlich zu einem Hochgeschwindigkeitsscanner von Digital Now transportiert werden. Sofern nicht mehr als 15 Prozent der auf dem Dimax geprinteten Filme gescannt werden müssen, kann der Printer mit voller Kapazität weiterlaufen. Der Scanner von Digital Now erreicht bei vierfacher Auflösung eine Geschwindigkeit von 5.500 Bildern pro Stunde. Filme, die nicht gescannt werden sollen, werden dabei mit extrem hoher Geschwindigkeit (40.000 Bilder pro Stunde) durch den Scanner transportiert. Die Filmtransporteinheiten von GPE gleichen die entstehenden Geschwindigkeitsunterschiede aus und ermöglichen so einen reibungslosen Inline-Prozeß.

Die Agfa e-Box ist ein attraktives Terminal für die Annahme von Aufträgen für digitale Bilddienstleistungen. Sie ist für alle üblichen Datenträger wie SmartMedia und Compact Flash Karten, CD-ROM, Floppy Disk etc. geeignet.



Die Bilddateien werden vom Digital Now Scanner an eine Photofactory Workstation des selben Herstellers übertragen, an der dann die gewünschten Produkte hergestellt werden. Auf diese Weise können Großlabore ihren Kunden ein breites Produktspektrum einschließlich des Brennens von CDs, Uploads im Internet usw. anbieten. In der klassischen Großlabortechnik bietet Agfa neben neuer Chemie für Minilabs und Großlabors – zum Teil mit deutlich reduzierten Schadstoffen – auch Verbesserungen bei der Agfa VSP 50 Hochgeschwindigkeits-Papierentwicklungsmaschine. Neuartige Kaskadentanks, deren Volumen um 80 Prozent reduziert wurde, halbieren die Prozeßzeit für Bleich- und Fixierbad bei gesenktem Energiebedarf und verkürzten Aufheizzeiten. Da zusätzlich weniger Tanks benötigt werden, ist die Maschine insgesamt bedeutend kürzer und verbraucht mindestens 70 Prozent weniger Wasser.

i+fc Neuheiten

B+W führt Filterserie für Digitalkameras ein

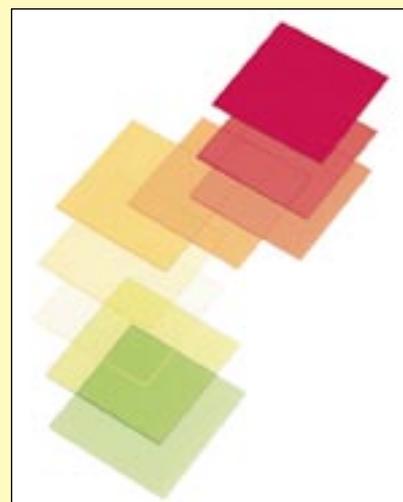
Digital Pro nennt B+W eine neue Filterserie, die in Fassungsgrößen und Design speziell auf Digitalkameras und Camcorder abgestimmt wurde. Die neue chromfarbene Fassung harmonisiert besonders gut mit den hellen Trendfarben der digitalen Kameras. Die B+W Serie Digital-Pro in Chrom umfaßt derzeit 13 verschiedene Produkte, die sich durch die Fassungsgrößen unterscheiden. Sie wer-



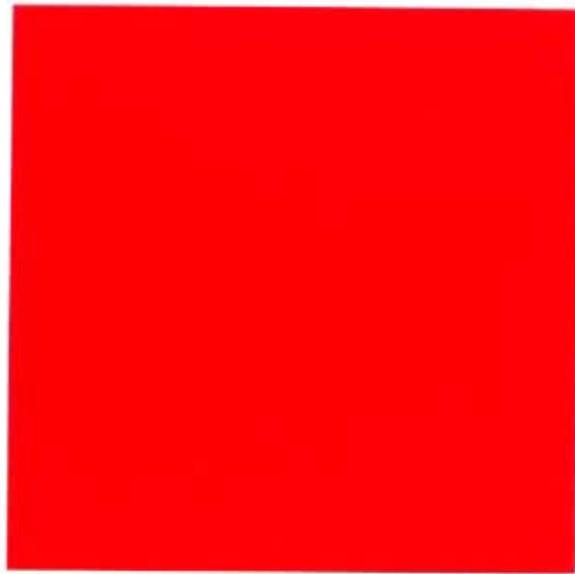
den im Spätherbst verfügbar sein. In Vorbereitung sind darüber hinaus entsprechende B+W Polarisationsfilter in den Anschlußgrößen 28 ES für die Nikon Coolpix und 30 ES für Digitalkameras von Sony.

Bislang sorgte eine lichtmindernde MC-Schicht auf den 100x100 Flächenfiltern von B+W für lichtmindernde Reflexe und damit für die differenzierte Wiedergabe von Farbkontrast und Farbbrillanz. Ab sofort setzt der Filterhersteller auch das innovative Multi Resistant Coating Vergütungsverfahren (kurz MRC) für seine Flächenfilter ein. Beim MRC sorgt eine zusätzliche Oberschicht dafür, daß die Haftneigung von Feuchtigkeit, Staub und anderen Schmutzpartikeln deutlich verringert wird. Außerdem erhöht sich die Kratzfestigkeit der Oberfläche.

In der Praxis gewährleistet die B+W MRC Vergütung nach Angaben des Herstellers eine maximale Reflexminderung bei vereinfachter Filterreini-



gung und Pflege. Mit MRC Vergütung sind die folgenden Filtertypen zu haben: B+W UV Filter, B+W Skylight Filter, B+W Konversionsfilter, B+W Filter für die SW-Fotografie, B+W Polfilter linear und zirkular. Neu mit MRC Vergütung gibt es künftig auch die Flächenfilter 100x100 mm für professionelle Aufnahmesysteme.

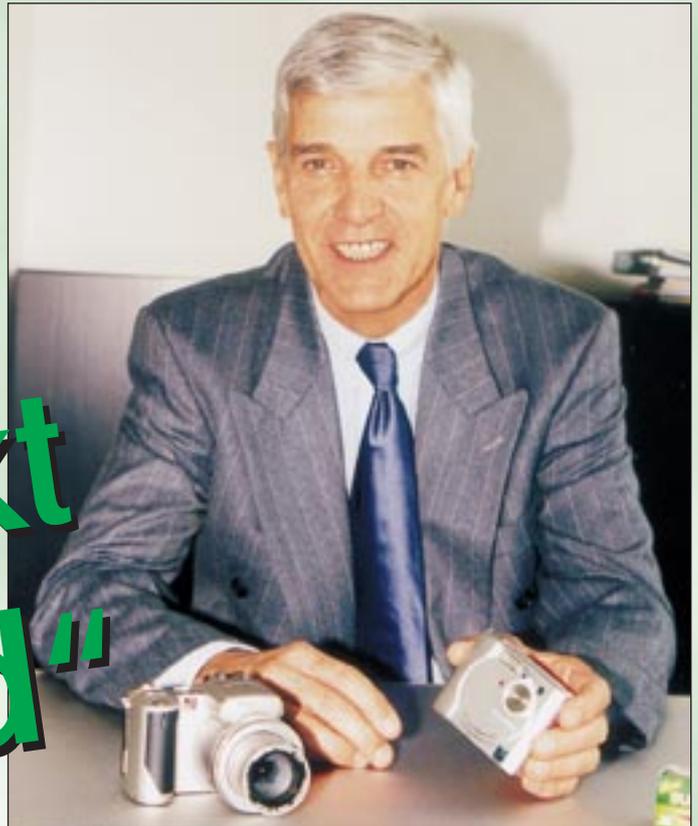


Machen Sie sich ein Bild: Neueröffnung von Medi@Bild Imaging am 2.10., Alexanderplatz 6, Berlin.

Fujifilm setzt auf der photokina auf die Verbindung analoger und digitaler Technologien

Nicht nur mit neuen Digitalkameras (siehe S. 82 dieser Ausgabe), sondern mit zahlreichen weiteren Neuheiten in den Bereichen Film, APS und 35 mm Kameras sowie innovativen Dienstleistungen will Fujifilm auf der photokina umfassende Kompetenz in allen Bereichen der Bildkommunikation demonstrieren. **imaging+foto-contact** hat mit Helmut Rupsch, Geschäftsführer Deutschland der Fuji Photo Film Europe GmbH, über die Perspektiven des Unternehmens gesprochen.

„Der Markt ist hybrid“



Helmut Rupsch: „Wir konnten in den letzten zwölf Monaten in Deutschland zweistellige Wachstumsraten erzielen.“

Interview mit Helmut Rupsch, Geschäftsführer Deutschland der Fuji Photo Film Europe GmbH

imaging+foto-contact: Herr Rupsch, wie erleben Sie nach gut einem Jahr Geschäftsführer Deutschland bei Fujifilm Ihre erste photokina?

Helmut Rupsch: Natürlich bin ich sehr gespannt auf diese einzigartige Messe. Andererseits ist die photokina für mich kein Neuland, denn ich habe sie in anderer Funktion bei einem großen Unternehmen der Unterhaltungselektronik schon mehrmals mit Erfolg hinter mich gebracht. Ich freue mich sehr, in meiner Position bei Fujifilm wieder dabei sein zu können, und das in einem einzigartigen historischen Moment. Unsere Branche befindet sich

in einem massiven Umbruch. Wir stehen an der Schwelle von der analogen zur digitalen Technologie, die man getrost mit der Ablösung der alten Langspielplatte durch die CD vergleichen kann. Bei Fujifilm sind wir auf diesen Moment gut vorbereitet: Unsere Muttergesellschaft in Tokyo hat unmittelbar nach dem Erscheinen der ersten Still Video Camera im Jahre 1981 Strategien für die digitale Welt entwickelt und seither mehr als zwei Milliarden US-\$ in Forschung und Entwicklung für elektronische Bildsysteme investiert. Das Ergebnis ist eine umfassende technologische Kompetenz, die das

gesamte Feld der visuellen Kommunikation abdeckt.

imaging+foto-contact: Wie sind Sie mit Ihrer Marktposition in Deutschland zufrieden?

Helmut Rupsch: Fujifilm hat sich in den vergangenen Jahren in Deutschland eine starke Marktposition erarbeitet, die wir kontinuierlich ausbauen. So konnten wir in den letzten zwölf Monaten in Deutschland zweistellige Wachstumsraten erzielen, zu denen in besonderem Maße der Bereich Consumer Produkte, zu dem die Foto-Aktivitäten gehören, beigetragen hat.

imaging+foto-contact: Gilt das auch für den Bereich Digitale Kameras, wo Sie ja im Zusammenhang mit dem Super CCD sehr ehrgeizige Ziele formuliert haben?

Helmut Rupsch: Bei den Digitalkameras konnten wir uns im ersten Halbjahr einen Marktanteil im zweistelligen Bereich sichern. Damit sind wir zufrieden, aber bestimmt noch nicht am Ende un-

serer Möglichkeiten. Mit den Produktneuheiten zur photokina können wir jetzt ein umfassendes Sortiment von sieben Modellen vorweisen, das allen Ansprüchen vom Einsteiger bis zum Profi genügt. Was den Super CCD angeht, so stehen wir uneingeschränkt zu diesem Chip, in dem tatsächlich noch größere Möglichkeiten stecken, als das bei den ersten Modellen sichtbar geworden ist. Die Qualität des Bildergebnisses von Digitalkameras wird nicht nur vom Chip alleine, sondern genauso von der Optik und der Software bestimmt. Durch optimale Abstimmungen zwischen diesen Parametern können große Qualitätsverbesserungen erzielt werden.

imaging+foto-contact: Was versprechen Sie sich von so originellen Produkten wie der FinePix 40i, die mit ihrer eingebauten MP3-Funktion eine Art Zwitter zwischen Musik-Spieler und Kamera darstellt?

Helmut Rupsch: Wir glauben, daß wir gerade mit diesem Produkt den Nerv der jungen Generation hervorragend getroffen haben. Die FinePix 40i ist ein wunderbares Beispiel dafür, daß wir in unserer schönen Branche im Grunde keine technischen Produkte, sondern Lebensfreude verkaufen. Wenn der Fotohandel diesen Spaß richtig herüberbringt, hat er eine einzigartige Chance, neue Zielgruppen anzusprechen und für das Fotografieren zu gewinnen. Das ist ein großes Potential, übrigens nicht nur im digitalen Bereich. Der Spaßfaktor spielt zum Beispiel auch bei unserer QuickSnap Familie eine große Rolle, die wir zu dieser photokina um drei Produkte erweitern.



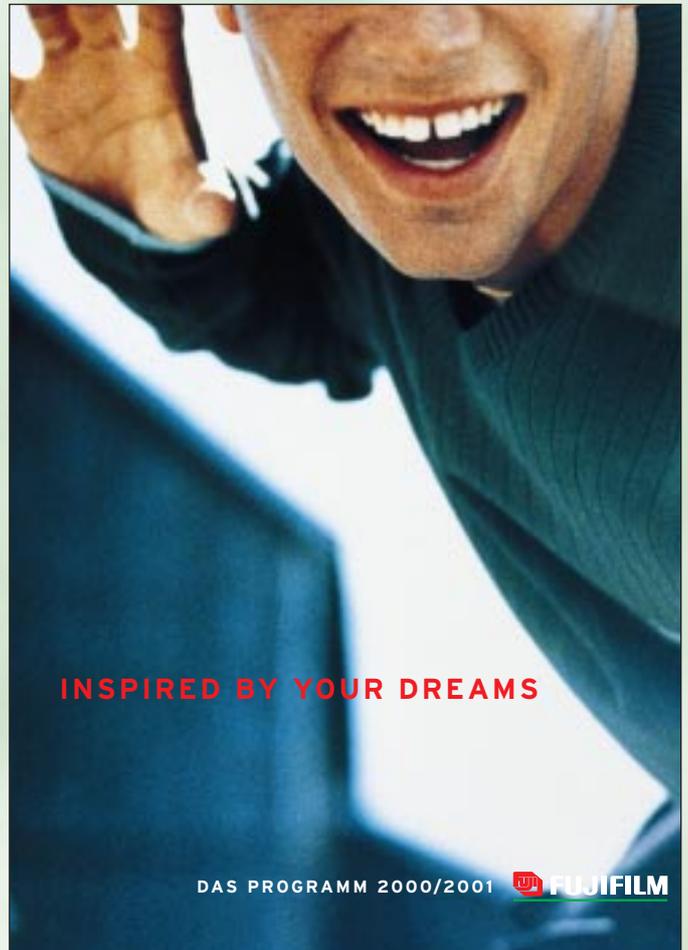
Die APS-Kamera Nexia 4100ix Z - neu zur photokina - ist das derzeit kleinste 4fach Zoom-Modell auf dem Markt.

imaging+foto-contact: Einwegkameras haben sich in Deutschland in den vergangenen Jahren aber nicht richtig durchgesetzt.

Helmut Rupsch: Ich glaube schon, daß der deutsche Markt inzwischen für diese Produkte reif ist. Der Ausdruck Einwegkamera entspricht dabei im Grunde gar nicht den Tatsachen. Schließlich liegt es in der Natur der Sache, daß alle QuickSnaps zu den Labors zurückkommen und in einem hohen Maße wiederverwendet werden. Wir wissen, daß sich gerade Jugendliche von diesen Mehrwegkameras, wie wir sie nennen, sehr angesprochen fühlen. Für den Fotohandel bietet dies erneut die Chance zur Erschließung neuer Zielgruppen. Unser neues Modell mit dem 800er Superia bietet zudem Möglichkeiten, auch bei Lichtverhältnissen zu fotografieren, wo dies früher gar nicht möglich war.

imaging+foto-contact: Welche weiteren Neuheiten aus dem analogen Bereich kann der Fotohandel von Fujifilm auf der photokina erwarten?

Helmut Rupsch: Aufgrund von Sperrfristen kann ich Ihnen noch nicht alle Einzelheiten nennen. Beiden Filmen bauen wir unseren technologischen Vorsprung mit der vierten



Erstmals stellt Fujifilm dem Fotohandel einen umfassenden Katalog zur Verfügung, der alle Bereiche des Unternehmens widerspiegelt.

Schicht weiter aus und stellen mit dem Nexia 800 den ersten APS-Film in dieser hochempfindlichen Klasse vor. Im Kleinbildbereich wird der Superia 1600 völlig neue Fotografiermöglichkeiten erschließen.

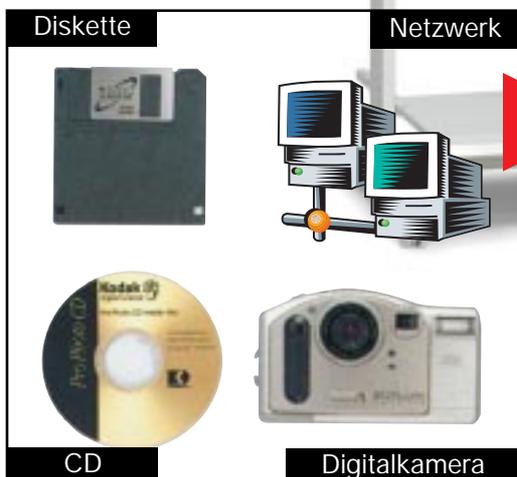
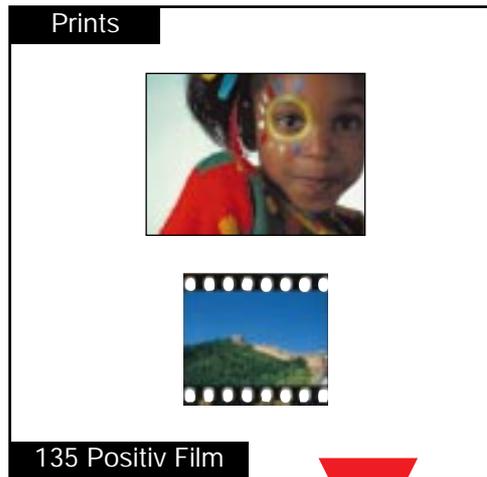
Was die Kameras angeht, kann der Fotohandel mit Innovationen bei APS und Kleinbild rechnen. Vier neue 35 mm Kameras in der Preisklasse zwischen 59,- DM und 299,- DM decken die wichtigen nachfragestarken Segmente dieses Marktes ab. Bei APS bringen wir drei neue Modelle zwischen 79,- DM und 499,- DM. Zum letztgenannten Preis setzen wir mit der derzeit kleinsten 4x-Zoomkamera der Welt einen besonderen Akzent.

imaging+foto-contact: Welchen Stellenwert haben die digitalen Bilddienstleistungen inzwischen bei Fujifilm?

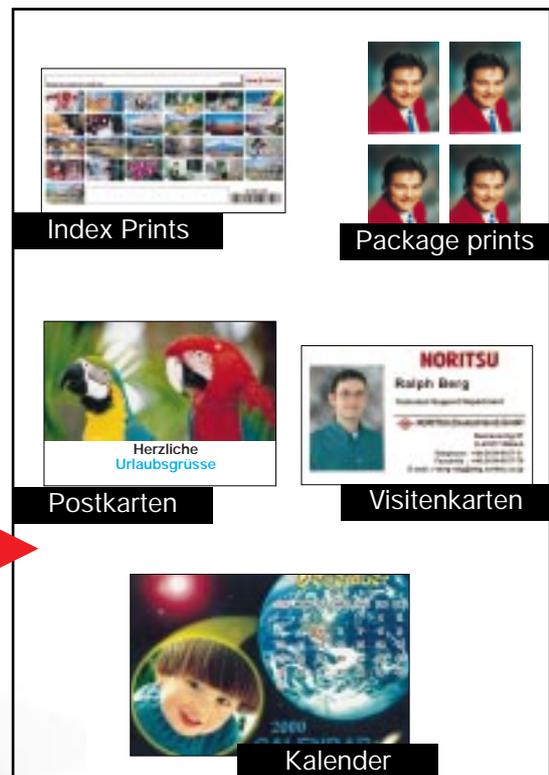
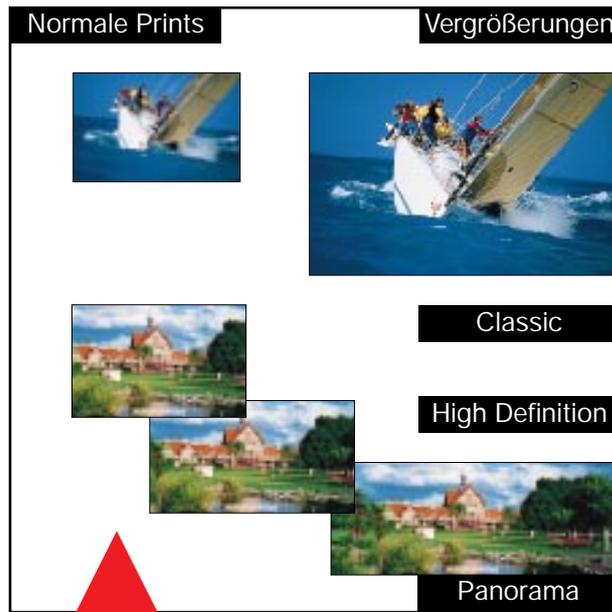
Helmut Rupsch: Hier entwickelt sich ein interessantes Marktsegment, für das wir zum einen die notwendige Hardware, z. B. unser Frontier Minilab oder

QSS-2612 Digi Imaging

photokino
Köln 2000
20.-25. Sept.
Halle 11.2,
Stand-Nr. H 40/K 41



tal & Analog



NEU

Noritsu MiniLabs
Weltweit die Nr.1

Noritsu (Deutschland) GmbH, Siemensring 87, D-47877 Willich
Telefon 02154/9157-0, Telefax 02154/9157-70, www.noritsu.de



Mit der neuen Dachkampagne „Inspired by your Dreams“ will Fujifilm Innovationskraft und Anspruch auf Technologieführung demonstrieren.

unsere Terminals bis zu Kiosk-Lösungen, als auch in Verbindung mit Eurocolor die gesamte Dienstleistungspalette anbieten. Sie haben in der vorherigen Ausgabe Ihrer Zeitschrift darüber ja ausführlich berichtet. Wichtig ist, daß unser Digital Imaging Konzept alle derzeitigen Möglichkeiten umfaßt, vom digitalen Bild aus dem Minilab bis zur Bestellmöglichkeit über das Internet.

imaging+foto-contact: Wie reagieren die Verbraucher darauf?

Helmut Rupsch: Die unterschiedlichen Angebote werden auch unterschiedlich genutzt. Dieser Markt befindet sich noch in der Entwicklung, und wir stehen erst am Anfang. Der Verbraucher ist keine homogene Masse, sondern hier haben wir es mit ganz verschiedenen Segmenten zu tun, die ihre eigenen Vorlieben haben. Der Markt wird am Ende entscheiden, welche Dienstleistungsformen sich durchsetzen. Grundsätzlich gilt, daß wir uns von der Idee verabschieden müssen, Technologien zu verkaufen. Der Markt ist nicht digital oder analog, der Markt ist hybrid.

imaging+foto-contact: Welche Konsequenzen hat das für Ihren Marktauftritt?

Helmut Rupsch: Wir müssen uns mit unserer Marke tatsächlich auf die veränderten Gegebenheiten einstellen und kommunizieren, daß sich hinter Fujifilm das umfassende Angebot für Imaging und Information verbirgt. Das beinhaltet mehr als die bisherige Fotomarkte, obwohl diese eine hervorragende Basis ist. Das Bild ist Teil der menschlichen Kommunikation. Es hat eine große Zukunft, und der Anwendungsbereich für Bilder wächst dramatisch. Denken Sie nur an die augenblicklichen Diskussionen im Telekommunikationsbereich. Für uns ist wichtig, daß wir unsere Markenkompetenz nicht mehr als Hersteller von Materialien und Produkten beziehen, sondern aus dem Problemlösungsversprechen für Verbraucher und Anwender. Dabei muß, wie die Marketing-Fachleute sagen, die Aura der Marke den Zeitgeist widerspiegeln. Im anwendungsdominierten Multimedia-Markt profiliert sich Fujifilm als Unternehmen, dessen Strategien nicht mehr von der Technologie, sondern vom Markt bestimmt werden.

imaging+foto-contact: Wie schlägt sich das in Ihren Werbeauftritten nieder?

Helmut Rupsch: Wir müssen natürlich

weiterhin in Segmenten denken und können nicht alles mit jeder Kampagne kommunizieren. Deshalb werden wir unser derzeitiges zweigleisiges Konzept – nämlich Mr. Bean für den Film und die grünen Augen für die Digitalkamera – im wesentlichen fortsetzen. Wir haben uns allerdings entschieden, darüber eine Dachkampagne zu setzen, die die Erlebnisorientierung der Marke Fujifilm vermittelt, wichtige Trends setzt und junges Denken vermittelt. Unter dem Slogan „Inspired by your dreams“ wollen wir Neugierde wecken auf die Innovationskraft von Fujifilm und unseren Anspruch auf Technologieführung. Deshalb verzichten wir bei diesem Auftritt auch bewußt auf eine Postanschrift und stellen ausschließlich unsere Internet-Adresse www.fujifilm.de in das Blickfeld.

imaging+foto-contact: Mit welcher speziellen Unterstützung kann der Fotohandel von Ihnen rechnen?

Helmut Rupsch: Der Fotohandel ist für uns ein sehr wichtiger Partner, um die neuen Märkte zu erschließen und das gewandelte Image unserer Marke zu kommunizieren. Speziell für unsere Handelspartner und deren Kunden gibt es zur photokina erstmals einen umfassenden Produktkatalog, der die gesamte Kompetenz von Fujifilm darstellt, von der QuickSnap bis zur Medizintechnik. Dabei wird deutlich, daß sich all diese Bereiche gegenseitig stützen und wir die Kompetenz haben, die gesamte Welt der Bildkommunikation technologisch in erstklassige Problemlösungen umzusetzen. Mit diesem Katalog bekommt der Fotohandel ein Dauerwerbemittel, durch das er seinen Kunden Produkte und Kompetenzen von Fujifilm vermitteln kann, die diese vielleicht noch gar nicht kennen.

Dem Katalog sind eine Preisliste und eine Übersicht mit allen technischen Daten beigelegt, so daß diese Informationen auch in direkte Kaufimpulse umgewandelt werden können. Zusätzlich zum Katalog werden wir unsere Handelspartner mit einem speziellen Newsletter über unsere Aktivitäten auf dem Laufenden halten und auch unsere Kommunikation über die Fachpresse, z. B. Ihre Zeitschrift, weiter verstärken.

imaging+foto-contact: Herr Rupsch, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.



Canon mit Kamera-Neuheiten in allen Bereichen

Zusammenspiel der Welten

Mit der neuen Digitalkamera PowerShot G1 (3,34 Millionen Pixel), der EOS 30 SLR, neuen Ixus Concept Designerkameras, 35 mm Kompakten und einer anspruchsvollen, neuen digitalen Camcorder-Familie unterstreicht Canon auf der photokina seinen Führungsanspruch im Kamerabau. Zudem wartet das Unternehmen mit einer Sensation im Objektivbau auf.

Canon PowerShot G1

Das neue Topmodell der digitalen Canon PowerShot Familie verfügt nicht nur über eine hohe Auflösung von 3,34 Millionen Bildpunkten. Der Hersteller hat zudem bei der Ausstattung der digitalen Sucherkamera mit Dreifach-Zoomobjektiv die Funktionalität der EOS Spiegelreflex-Modelle zum Vorbild genommen. Somit bietet die PowerShot G1 viel Spielraum für Schnappschüsse als auch für fotografische Experimente und läßt dem Anwender die freie Wahl von „voll automatisch“ bis „voll manuell“. Zusätzlich sorgen Extras wie der Panorama-Assistent oder die neue Movie-Funktion für echten digitalen Mehrwert. Der 1/1,8-Zoll-CCD-Sensor mit 3,34 Millionen Pixeln erzeugt Dateien mit bis zu 2.048 x 1.536 Bildpunkten. Je nach Anwendung können auch kleinere Auflösungen gewählt werden. Die Lichtempfindlichkeit ist ebenfalls variabel und kann äquivalent zu 50, 100, 200 oder 400 ISO eingestellt werden.

Das Gerät verfügt über einen optischen Sucher und ist zudem mit einem dreh- und schwenkbaren LCD-Farbdisplay ausgestattet.

Das aufwendig konstruierte Dreifach-Zoomobjektiv ist mit acht Linsen (davon zwei asphärisch) in sieben Gruppen aufgebaut; die Brennweite entspricht einem Kleinbild-Zoombereich von 34–102 mm

bei einer Lichtstärke von F2,0–2,5. Durch den geringen Mindestabstand zum Motiv von nur 7 cm bei Weitwinkel- und 20 cm bei Tele-Einstellung kann sogar eine Visitenkarte formatfüllend aufgenommen werden. Die als Zubehör erhältlichen Weitwinkel- und Telekonverter vergrößern zusätzlich den gestalterischen Spielraum auf einen Brennweitenbereich, der 27–153 mm bei Kleinbild entspricht. Dabei kann der Bildausschnitt mit der Digitalzoom-



Funktion nochmals um den Faktor 2 oder 4 vergrößert werden.

Das Autofocus-System bietet die Wahl zwischen den Betriebsarten One-Shot (mit Meßwertspeicher) und einem kontinuierlichen Modus mit Schärfenachführung. Als erste PowerShot-Kamera bietet die G1 zudem die Möglichkeit manueller Focussierung.

30 Bit Farbtiefe

Ein hoher Dynamikumfang wird durch die interne Farbverarbeitung mit 30 Bit gewährleistet, die die Möglichkeit der verlustfreien Abspeicherung im CCD-RAW Speichermodus bietet. Bei der Sicherung im JPEG-Format (wahlweise in den Qualitätsstufen Normal, Fein und

Superfein) wird die Datei für 24 Bit Farbtiefe optimiert. Durch die Schnelligkeit ihrer speziellen DSP-Prozessoren schafft die Kamera Serienbildaufnahmen in höchster Auflösung in einem Tempo von zwei Bildern pro Sekunde. Die Kombination aus optischem und mechanischem Verschluss ermöglicht Belichtungszeiten zwischen 8 und 1/1000 Sekunde.

Bei der TTL-Belichtungsmessung kann der Anwender zwischen mittenbetonter Integralmessung oder Spotmessung wählen und insgesamt zwölf automatische Programme nutzen: Im Auto-Modus erfolgen alle Einstellungen durch die Kamera, während bei Programmautomatik, Blenden- oder Zeitautomatik der volle Zugriff auf Einstellungen, wie z. B. Auflösung, Belichtungskorrekturen oder Weißabgleich, erhalten bleibt. Zusätzlich verfügt die PowerShot G1 über sieben Motivprogramme für Nachtaufnahmen, Portrait, Landschaft, Schwarzweiß, Pan-Fokus, Panorama-Assistent und Movie.

Beim Pan-Fokus fährt das Objektiv automatisch in Weitwinkelstellung. Autofocus und Zoom werden für besonders schnelle Bildfolgen ausgeschaltet. Mit dem Stitch-Assistent können überlappende Teilaufnahmen zu Panoramas zusammengesetzt und auf dem Display angezeigt werden. Im Movie-Modus zeichnet das Gerät mit einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln 15 Bilder pro Sekunde auf und ermöglicht bis zu 30 Sekunden lange Clips im AVI-Format. Ein weiteres fotografisches Extra der PowerShot G1 ist die Bracketing-Funktion für automatische Belichtungsreihen. Das Doppeleinstellrad auf der

Oberseite der Kamera wird Besitzern von EOS-Spiegelreflexmodellen bekannt vorkommen. Das erste Rad dient dem Ein- und Ausschalten der Kamera sowie der Wahl zwischen Aufnahme und Wiedergabe. Mit dem zweiten stellt der Fotograf das gewünschte Belichtungsprogramm ein.

Flexibles Blitzen

Die Canon PowerShot G1 verfügt über einen eingebauten Blitz mit Leitzahl 9 und einer Funktion zur Reduzierung des Rote-Augen-Effektes. Zusätzlich können die Canon Speedlite Blitzgeräte 220EX, 380EX, 420EX und 550EX sowie der Ringblitz MR-14EX eingesetzt werden.

Zum Lieferumfang der Kamera gehört eine 16 MB CompactFlash Karte. Es können aber auch CF-Karten des Typs I oder II sowie der IBM-Microdrive eingesetzt

werden. Die Verbindung zum PC erfolgt über eine serielle oder USB Schnittstelle. Unterstützt werden die Betriebssysteme Windows 95, 98, NT 4.0 und 2000 sowie Apple MacOS. Die Canon PowerShot G1 wird ab November 2000 für 2.499,- DM (UVP) verfügbar sein.

Neue Spiegelreflex: Canon EOS 30

Für die gehobene Amateurklasse stellt Canon auf der photokina die neue EOS 30 vor, die wie ihre Vorgängerinnen EOS 50e und EOS 5 mit einem augen-gesteuerten Autofocus-System ausgerüstet ist. Die Scharfstellung erfolgt genau in dem Bildbereich, auf den das Auge blickt.

Die Augensteuerung des hochpräzisen AF-Systems mit CMOS-Sensor und sieben Meßfeldern ist nach Angaben von



Canon jetzt 1,5mal genauer als bei den früheren Modellen. Dabei ermöglicht ein neuer Algorithmus der Software sogar bei automatischer Meßfeldwahl eine Gewichtung der Augensteuerung. Damit soll die Treffsicherheit des Systems durch Berücksichtigung der Blickrichtung des Fotografen erhöht werden.

Fortsetzung auf Seite 32

Prototyp einer Objektiv-Sensation

Mit einem Prototyp unter dem Namen Canon EF 400 mm 1:4 DO IS USM stellt Canon auf der photokina eine neue Objektiv-Technologie vor, die mit dem ersten „Mehrfach-Beugungsglied“ in einem Foto-Objektiv etwa 26 Prozent kürzer und 36 Prozent leichter als ein herkömmliches Super-Tele sein kann. Die Serienausführung soll in der ersten Hälfte des kommenden Jahres auf den Markt kommen. Nach Angaben von Canon stellt das Mehrfach-Beugungsglied einen entscheidenden konstruktiven Durchbruch im Objektivbau dar, weil es die Vorteile von asphärischen Elementen mit denen von Fluoritlinsen kombiniert.

Das Licht wird in dem Objektiv nicht wie üblich gebrochen, sondern durch Beugung beeinflusst. Während diese Technik bereits in den optischen Lesesystemen von CD- und DVD-Spielern sowie in Spektroskopen eingesetzt wird, scheiterte ihre Verwendung bei Fotoobjektiven bisher daran, daß „weißes Licht“, das sich aus allen sichtbaren Wellenlängen zusammensetzt, vom Beugungsgitter in hohem Maße gestreut wird.

Dieses Problem hat Canon durch die Verwendung zweier gegeneinander gerichteter, konzentrischer Beugungslinsen gelöst. Dadurch wird das vom ersten Element erzeugte Streulicht durch das zweite neutralisiert, so daß diese unvermeidbare Eigenschaft des Beugungsgitters nicht mehr das Bildergebnis beeinträchtigt.

Canon betont, daß sich das Mehrfach-Beugungsglied DO hervorragend zur Korrektur von Farbfehlern eignet. Deshalb ist es prädestiniert für den Einsatz in Superteleobjektiven, bei denen Aberrationen am meisten ins Gewicht

fallen. Durch seine Platzierung an strategischer Stelle im optischen System des Prototyps EF 400 mm 1:4 DO IS USM erzielt dieses Objektiv dieselbe hohe Abbildungsleistung wie vergleichbare dioptrische Superteleobjektive, ist jedoch wesentlich kleiner und leichter.

Gewöhnlich stößt die Verringerung der Baugröße solcher Objektiv dadurch an eine Grenze, daß der Luftabstand zwischen den Linsen bzw. Gliedern zu sehr verringert und die Brechkraft der Vorder- und Hinterglieder erhöht werden muß. Dies führt zu einer Verstärkung von Farbfehlern. Dieser Effekt kann durch die Verwendung eines Mehrfach-Beugungsgliedes im optischen System jetzt neutralisiert werden. Dadurch läßt sich die chromatische Aberration auf ein absolutes Mindestmaß reduzieren. Gleichzeitig schaltet die „asphärische“ Wirkung dieses Elements auch andere Aberrationen aus, so daß sich eine hervorragende Bildqualität mit hoher Auflösung und hohem Kontrast ergibt, heißt es dazu in der Canon Pressemitteilung. Dem Unternehmen ist es gelungen, durch Kombination eines Mehrfach-Beugungsgitters mit einer brechenden Linse chromatische Aberrationen noch weiter auszukorrigieren als mit einem Fluoritelement. Dabei konnten dieselben optischen Eigenschaften erzielt werden, wie sie eine asphärische Fläche aufweist.

Die neue Technik im Objektivbau stellt hohe Anforderungen an die Produktion. Zur Erzielung der Gitterkonstante ist bei der Herstellung des Mehrfach-Beugungsgitters die Anlage der konzentrischen Gitterfurchen in Mikrometer-Genauigkeit erforderlich. Canon entwickelte dazu eine spezielle dreidimensionale Mikrofertigungstechnik und konnte zudem auf Verfahren aus der Herstellung asphärischer Verbundlinsen, wie sie in Canon EF-Objektiven Verwendung finden, zurückgreifen.

Über den voraussichtlichen Preis des neuen DO Objektivs gibt es noch keine Angaben.

Vor der photokina hat imaging+foto-contact mit Dr. Roderich Stomm, President von Canon Euro-Photo und Canon Deutschland, über die wichtigsten Neuheiten, die Canon Marktposition in Deutschland und den neuen Unternehmensslogan „Imaging across Networks“ gesprochen.

Dr. Roderich Stomm: „Unsere Kompetenz ist das Angebot von Gesamtlösungen“



imaging+foto-contact: Herr Dr. Stomm, als Sie Anfang 1999 die Führung der beiden Canon Gesellschaften in Deutschland übernahmen, haben Sie das Ziel formuliert, eine engere Zusammenarbeit beider Unternehmen herbeizuführen. Welche Aufgabenverteilung zwischen Canon Euro-Photo und Canon Deutschland hat sich inzwischen ergeben?

Dr. Roderich Stomm: Die Verantwortlichkeiten beider Unternehmen sind im wesentlichen die gleichen geblieben. Unabhängig von der Situation in Deutschland hat auf Konzernebene eine Umverteilung stattgefunden, die auch Auswirkungen auf die deutschen Vertriebsgesellschaften hat: Digitalkameras gehören seit Beginn dieses Jahres weltweit in den Bereich Foto. Für Canon Euro-Photo bedeutet dies die Übernahme der Marketinghoheit und Produktplanung. Hierbei wird selbstverständlich, wie zuvor im umgekehrten Fall, in enger Absprache und Koordination mit Canon Deutschland gearbeitet.

Darüber hinaus profitieren beide Gesellschaften vom Erfahrungsaustausch in zahlreichen Bereichen. Synergien werden vor allem bei Weiterbildungsprogrammen deutlich, in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und bei der

Wahl von Lieferanten und Serviceunternehmen.

imaging+foto-contact: Digital Imaging ist zu einem dynamischen Wachstumsmarkt geworden, an dem Sie mit Digitalkameras, Scannern und Druckern teilhaben. Wie beurteilen Sie Ihre Marktposition in diesen Produktbereichen?

Dr. Roderich Stomm: Mit derzeit zehn Prozent Marktanteil bei Digitalkameras haben wir noch einiges Potential für weiteren Ausbau vor uns. Wir gehen davon aus, daß bereits im nächsten Erhebungszeitraum der GfK Bewegung in der Positionierung erkennbar sein wird, da die Digital Ixus dort mit einfließen wird. Auch die neue PowerShot G1 wird uns bei der Positionierung ein gutes Stück voranbringen können. Die Erweiterung der Produktpalette in diesem Segment läßt uns ausgesprochen optimistisch in die Zukunft blicken.

Bei Scannern haben wir im letzten Jahr unsere Position sehr gut ausbauen können und die Marktanteile im ersten Halbjahr 2000 von 5 auf 8 Prozent verbessert. Damit liegen wir im Gesamtmarkt Deutschland auf Platz fünf. Auch dies ist auf den Ausbau des Portfolios zurückzuführen. Pluspunkte hat neben dem hohen technischen Anspruch

unserer Produkte auch das Design gebracht, das auch vom Industrie Forum Design ausgezeichnet wurde.

Bei den Tintenstrahldruckern halten wir einen stabilen zweiten Platz im deutschen Ranking mit Marktanteilen um 20 Prozent. Hohe Akzeptanz bei Handel, Verbrauchern und Presse hat die neue Single-Ink-Technologie erlangt, die wir Ende vergangenen Jahres vorgestellt haben.

Entscheidend für alle Bereiche ist der Ausbau der Gesamtpalette, um für alle Anwenderkreise das richtige Produkt anbieten zu können – und dies vom Input über Processing bis hin zum Output. Kaum ein Anbieter der Imaging Branche kann dieses Gesamtportfolio an systemintegrierten Produkten bieten. Dies ist Canons Stärke, auf die wir auch in Zukunft setzen werden.

imaging+foto-contact: Welche Vertriebswege sind Ihrer Meinung nach besonders geeignet, die Position von Canon im Digital Imaging Markt weiter auszubauen?

Dr. Roderich Stomm: Canon wird in diesem Markt auf die bewährte Verteilung der verschiedenen Vertriebsschienen von Canon Deutschland und Canon Euro-Photo setzen. Was den Parallelvertrieb von digitalen Kameras, Scannern und Fotodruckern anbelangt, so sind neben dem Fotofachhandel vor allem die Systemhäuser zu nennen, die Komplettlösungen für Business-Kunden, für kleine und mittelständische

Unternehmen anbieten. Dem Fotofachhandel kommt als traditionellem Partner im Bildgeschäft eine besonders hohe Bedeutung zu: Der Verbraucher mit einer hohen Affinität zum Bild erwartet im Fotofachhandel die kompetenteste Beratung zu diesem Thema. Es ist heute mehr denn je entscheidend, daß der Handel sich diesem Anspruch auch im digitalen Bereich stellt und sich entsprechend auf die Zukunft vorbereitet.

imaging+foto-contact: Mit welcher Unterstützung können Ihre Handelspartner dabei rechnen?

Dr. Roderich Stomm: Die Verpflichtung, dem Handel ein Partner zu sein, kann nicht mit wohlgemeinten Ratschlägen abgeschlossen sein. Wir haben im Hause Canon Euro-Photo entsprechend des sich ändernden Marktes eine neue Vertriebsmannschaft Digital Imaging geschaffen und eine eigene Abteilung gebildet. Zur Zeit sind dies sieben Mitarbeiter im Außendienst, die sich als

für engagierte Amateurfotografen, mit der PowerShot G1 setzen wir neue Maßstäbe in der Kompaktklasse der Digitalkameras, und mit den MV3 MC Modellen unserer Digitalen Camcorder setzen wir erstmalig auf Multimedia-Funktionen: von daher schon ein Novum in unserer Produktpalette. Die EOS D30 wird auf der photokina nun erstmalig einem großen Publikum vorgestellt, nachdem wir sie im Juni der Presse zeigen konnten.

Neue Objektive mit interessanten Brennweiten wie z. B. 28–200 mm und eine revolutionäre Objektiv-Technologie, die eine um ein Drittel leichtere Bauweise bei Supertele-Objektiven erlaubt, werden wir ebenfalls auf der photokina zeigen. In der Kompakt-Klasse stellen wir die Prima Super 90W vor und nicht zu vergessen die beiden neuen Ixus Modelle Arancia und Summer, bei denen wir einmal mehr auf ausgefallenes Design setzen.

Darüber hinaus sind natürlich weitere Peripheriegeräte des Imagingbereichs,

brochenen Wunsch des fotografie-begeisterten Anwenders nach qualitativ hochwertigen Produkten.

Ganz sicher werden wir auch weiterhin daran arbeiten, unsere Marktführerschaft auszubauen und die Erfolgs-Story Canon weiter fortzuschreiben.

imaging+foto-contact: Auf dieser photokina steht Ihr neuer Slogan „Imaging across Networks“ im Rampenlicht. Welche Vision von der Zukunft der Bildkommunikation verbirgt sich dahinter?

Dr. Roderich Stomm: Mit „Imaging across Networks“ beschreiben wir die Neupositionierung Canons in der zunehmend vernetzten Welt. Canons Kernkompetenz im Imaging Markt ist nicht nur Produktkompetenz im Sinne von stand-alone Lösungen, also im Sinne einzelner Produkte. Wir bieten vielmehr ganzheitliche Lösungen und Services rund um das Thema Imaging. Heute leben wir in einer PC-vernetzten Welt, in der Menschen von Computer zu Computer miteinander kommuni-

„IMAGING ACROSS NETWORKS“

Beratungsteam rund um Digital Imaging verstehen. Diese Mitarbeiter sind speziell geschult: Digitale Kameras, Drucker und Scanner und die Möglichkeiten der Bildbearbeitung sind ihre Themen. Wir werden mit Trainern zusammenarbeiten, die im Handel Schulungen für Verkäufer durchführen, und wir bieten die Möglichkeit, Workshops für interessierte Kunden des Handels anzubieten. Darüber hinaus werden die für den Fachhandel zugeschnittenen Marketing-Aktivitäten weiterentwickelt: Dazu gehören Promotions und neue Internet-Services, um hier nur einige zu nennen.

imaging+foto-contact: Welche Produktneuheiten sehen Sie als besondere Canon-Highlights zur photokina?

Dr. Roderich Stomm: Zusätzlich zu unseren erfolgreichen Key-Produkten haben wir in allen Bereichen neue Highlights zu bieten: Mit der EOS 30 haben wir ein neues Spiegelreflex-Flaggschiff

Scanner und Drucker mit dabei. Als Solution Provider ist für uns die Gesamtlösung, die Vernetzung und das Zusammenspiel der einzelnen Komponenten wichtig: Dies zu demonstrieren ist eines unser Hauptanliegen auf der diesjährigen photokina.

imaging+foto-contact: Welche Bedeutung hat das konventionelle Kamerasegment für Canon in Deutschland?

Dr. Roderich Stomm: Im ersten Halbjahr 2000 haben wir unsere Marktführerschaft bei Spiegelreflexkameras einmal mehr ausbauen können. Mit 52,6 Prozent Marktanteil halten wir eine unverändert starke Position. Eine hervorragende Entwicklung haben wir auch im Bereich der APS-Kompaktkameras zu verzeichnen: Fast drei Prozent Zuwachs haben uns im letzten Halbjahr 25,4 Prozent Gesamtanteil und damit die Marktführerschaft auch in diesem Segment gebracht. Dies werten wir als nachdrücklichen Beweis für den unge-

zieren. Immer mehr werden zukünftig Netzwerke von Bedeutung sein, die einer großen Community bei der Arbeit, aber auch im Privatleben mit Informationen, Wissen und Entertainment zur Verfügung stehen. Ressourcen sind gleichzeitig und jederzeit allen Nutzern zugänglich. Von der Netzwerk-basierten Welt orientieren wir uns schließlich hin zur Internet-basierten Welt und werden diese Informationen, das Wissen und Entertainment auf globaler Ebene teilen.

„Imaging across Networks“ faßt dies zusammen: Netzwerktaugliche Lösungen, Multifunktionsprodukte, Kameras, Drucker, Kopierer, Scanner und Fax bestimmen das Business der Zukunft, in der Bilder auf virtuellem Wege transportiert werden. In dieser Welt wird Canon als Solution Provider Maßstäbe setzen.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Stomm, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

Fortsetzung von Seite 29

Auf Wunsch können die Meßfelder auch automatisch oder manuell gewählt werden. Ein 32-Bit-Mikrocomputer und schnelle Software für die Vorausberechnung der Motivlage ermöglichen eine schnelle und sichere Schärfenachführung. Canon betont in einer Pressemitteilung, daß die Kamera in Verbindung mit dem EF-Objektiv 300 mm 1:2,8 L IS USM in der Lage ist, einem sich mit einer Geschwindigkeit von 50 km/h nähernden Objekt bis auf 8 m mit der Schärfe zu folgen – damit ist sie den Spitzenmodellen EOS-1V und EOS-3 ebenbürtig.

Mit bis zu vier Bildern pro Sekunde in One-Shot AF verfügt die Canon EOS 30 über eine äußerst schnelle Serienbildfunktion und ist durch die besondere Konstruktion des eingebauten Motorantriebs die zur Zeit leiseste EOS SLR. Für die Mehrfeldmessung der EOS 30 stehen 35 verschiedene Sektoren zur Verfügung. Bei kritischen Lichtverhältnissen kann auch selektiv gemessen werden – wahlweise zentral oder in Verbindung mit dem aktiven AF-Meßfeld. Auch eine mittenbetonte Messung ist möglich. Der Verschlusszeitenbereich der Canon EOS 30 reicht von 30 Sekunden bis 1/4000 Sekunde, die kürzeste Blitz-Synchronzeit beträgt 1/125 Sekunde.

Bereits das eingebaute Blitzgerät der Kamera arbeitet mit Dreizonen-TTL-Messung, die mit den AF-Meßfeldern verknüpft ist. Bei Vollautomatik oder bestimmten Motivprogrammen klappt der eingebaute Blitz automatisch aus und zündet bei unzureichenden Lichtverhältnissen bzw. Gegenlichtmotiven. Zusätzlich bietet Canon mit dem Speedlite 420EX ein neues Kompakt-Blitzgerät an, das mit einem automatischen Zoomreflektor ausgestattet ist und mit E-TTL-Blitzautomatik arbeitet. Ein weiteres interessantes Zubehör ist das neue Batterieteil BP-300 mit Hochformatauslöser, das sowohl Alkali-Mignonzellen als auch NiCd- oder NiMH-Akkus aufnehmen kann.

Die neue Canon EOS 30 ist ab Oktober 2000 verfügbar. Für das Gehäuse beträgt die unverbindliche Preisempfehlung 1.299,- DM, mit 28–90 USM-Objektiv 1.698,- DM. Die Version mit Datenrückteil ist 100,- DM teurer. Das Speedlite 420EX soll für 599,- DM, der Batterie Pack BP300 für 129,- DM angeboten werden.

Neue EF-Objektive



Das Canon-Angebot an Hochleistungsobjektiven für EOS SLR Kameras wird zur photokina um vier neue Exemplare erweitert. Die leichten und

kompakten Zoomobjektive EF 28–200 mm 1:3,5–5,6 USM und EF 28–200 mm 1:3,5–5,6 bieten universelle Einsatzmöglichkeiten von der Weitwinkel- bis zur Telefotografie. Die Naheinstellgrenze beträgt nur 45 cm.

Das optische System wurde für den Brennweitenbereich 28–200 mm neu gerechnet und zeichnet sich durch eine Fünfgruppen-Bauweise mit asphärischen Linsen aus. Dabei kommt ausschließlich bleifreies Glas zum Einsatz. Der Unterschied zwischen beiden Objektiven besteht im Focussiermotor: Die USM-Version bietet zum UVP von 1.299,- DM besonders schnelle und leise Scharfeinstellung durch Ultraschall-Technik, während das andere Objektiv mit einem UPV von 1.099,- DM mit einem Mikromotor ausgestattet ist.

Die selben Unterschiede gelten für die neuen EF 28–90 mm 1:4,0–5,6 USM bzw. EF 28–90 mm 1:4,0–5,6. Auch bei diesen Modellen ermöglichen asphärische Linsen eine beträchtliche Leistungssteigerung über den gesamten Brennweitenbereich.



Die empfohlenen Verkaufspreise betragen 319,- DM für EF 28–90 mm 1:4,0–5,6 und 499,- DM für die USM-Version.

APS mit „Concept“

Ixus Concept ist der Name für eine attraktive Reihe interessanter APS-Kameras im Designerlook. Die Modelle „Arancia“ im kreisförmigen Design und „Summer“ mit einer türkisen Ummantelung sollen ab November zu einem empfohlenen Preis von 349,- DM auf den Markt kommen.



Die taschengerechten Kameras nutzen die Technik des Advanced Photo Systems für Features wie drei wählbare Bildformate, Daten- und Uhrzeitaufdruck sowie IX Datenspeicherung. Beide Kameras sind mit einem 23 mm 1:4,8 Autofocusobjektiv, eingebautem Blitz mit Funk-



tion zur Verringerung des Rote-Augen-Effektes und Selbstauslöser ausgestattet. Sie gehören zu einer limitierten Serie, die ausschließlich auf dem europäischen Markt erhältlich sein wird.

Neue Prima-Modelle

Im 35-mm-Segment stellt Canon zur photokina drei neue Modelle der Prima Serie vor. Die AF-9s und BF-9s werden ab September als „Silver Edition“ in einem Set in Silberbarrenform inklusive Tasche, Film und Batterien erhältlich sein.



Die Prima AF-9s bietet zum Preis von 129,- DM (UVP) ein eingebautes Blitzgerät mit Leitzahl 11, das bei Verwendung von ISO 400 Filmen eine Reichweite von bis zu 10 Metern ermöglicht. Bei der BF-9s sind es bei Leitzahl 10 immer noch 6 Meter. Die mit einem 35 mm 1:3,8 Objektiv ausgestattete Prima AF-9s focussiert im Bereich von 0,8 bis unendlich automatisch. Die Prima BF-9s besitzt ein 32 mm Fixfokus-Objektiv der

Lichtstärke 1:5,6.

Als neues Spitzenmodell der Prima Serie stellt Canon die Prima Super 90 Wide im Silber-Design vor. Zu einem UVP von 499,- DM bietet sie ein 28-90 mm Weitwinkel-Zoomobjektiv und reichhaltige Ausstattung.



Dabei ist das Gerät mit einem Gewicht von 250 g sehr leicht und mit Abmessungen von 117 x 64 x 43 mm nach Angaben von Canon die derzeit kleinste 28-90 mm Weitwinkel-Zoomkamera.

Dem Objektiv hat der Hersteller zwei asphärische Linsen für hervorragende Bildqualität spendiert. Das intelligente Hybrid-Autofocus-System mit drei Meßfeldern schaltet automatisch zwischen



aktivem und passivem Autofocus um. Zur Ausstattung gehören sieben Motivprogramme, die mit einem an der Rückseite angebrachten Einstellrad bequem gewählt werden können. Zudem lassen sich im „Personal“-Programm individu-

elle Einstellungen speichern. Die neue Prima Super 90 Wide bietet die Möglichkeit der automatischen und manuellen Belichtungskorrektur im Bereich von +1,5 Stufen.

Canon führt neue Digital-Camcorder-Familie MV3 ein

Multimedia-Minis

Mit einer neuen Serie digitaler Camcorder setzt Canon in diesem wachsenden Marktsegment auf der photokina einen deutlichen Schwerpunkt. Die vier Modelle der MV3-

Serie gehören zwar zu den kleinsten ihrer Klasse, warten aber mit High-Tech Innenleben und edlem Design auf. Der Unterschied zwischen den Modellen MV3, MV3i, MV3 MC und MV3i MC besteht in einigen



Ausstattungsdetails. Die i-Modelle verfügen über einen DV-Eingang, über den auf dem PC bearbeitete Videofilme wieder auf das Band im Recorder zurückgespielt werden können. Die separate Speicherung von Einzelbildern auf der Multimedia-Card (MMC) zeichnet die MC-Versionen der MV3 Camcorder-Familie aus. Alle Geräte verfügen über einen weiterentwickelten 800.000 Pixel-Chip mit Progressive-Scan-Verfahren, Vollbildabtastung, 10fach-Zoomobjektiv mit digitalem Bildstabilisator und schwenkbarem 2,5 Zoll LCD. Der optische Zoombereich entspricht 43,9-439 mm bei einer Kleinbildkamera und läßt sich digital bis auf eine „Brennweite“ von 1.756 mm erweitern. Für die kreative Gestaltung steht eine umfangreiche Palette von Digitaleffekten zur Verfügung, mit denen Szenenübergänge attraktiv gestaltet oder auch ganze Sequenzen verfremdet werden können.

Möglichkeit für Digitalfotos

Durch eine eingebaute Fotofunktion

können die MV3-Camcorder von Canon auch als Digitalkamera eingesetzt werden. Dabei können während des Filmens über den Fotoauslöser Einzelbilder geschossen und auf dem DV-Band gespeichert werden. Zusätzlich bieten

die MC-Versionen die Möglichkeit der Abspeicherung von Einzelbildern auf der Multimedia-Karte. Die mitgelieferte

8 MB Speicherkarte bietet Platz für bis zu 72 digitale Schnappschüsse, die entweder über die IEEE 1394 Schnittstelle oder einen PC Kartenadapter auf den Rechner übertragen werden können.

Für guten Ton sorgt das eingebaute Stereo-Mikrofon, das auch für die Nachvertonung genutzt werden kann. Bei dieser Option wird statt im 16-Bit-Modus im 12-Bit-Modus gefilmt, so daß eine Tonspur für die spätere Bearbeitung frei bleibt. Dabei bleibt der Originalton natürlich erhalten. Im Lieferumfang der MV3-Camcorder ist eine Dockingstation DU-300 zum Anschluß eines externen Mikrofons enthalten.

Mit entsprechenden Bearbeitungsprogrammen, wie z. B. Moto-DV aus dem Hause Digital Origin, kön-

nen die Bildsequenzen aus dem Camcorder nicht nur kreativ bearbeitet, sondern auch Musik vom CD-Laufwerk ohne störende Nebengeräusche eingespielt werden. Die neuen Canon MV3-Camcorder sind seit September verfügbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen betragen 3.199,- DM für den MV3, 3.499,- DM für den MV3i, 3.499,- DM für den MV3 MC und 3.799,- DM für den MV3i MC.

INTELLIGENTE EDV-LÖSUNGEN FÜR HANDEL UND HANDWERK

TEAM FÜR SOFTWARE & TFS SERVICE

Vebl. f. fern einfach ... Vebl. f. fern gut

Software für den (Foto-)Handel

Kassensoftware, Laborverwaltung, Faktura, WWS, Preisschilddruck, Sammelrechnung, Internetshops, Websites, Inventurefassung, Filialverwaltung, Kundenkartendruck, Reparaturverwaltung, Personalzeitplaner und mehr ...

Die kostenlose TFS-CD*!

-  Personal-Planer SMART (Voll-Lizenz)
-  Irfan-View Grafik-Konverter (Voll-Lizenz)
-  WinKat: Preislisten der Industrie
-  Testversionen: Alle wichtigen TFS-Programme
-  Überraschungsspiel: Besser als Moorhuhn

Nur für Fotokindler am Messestand von TFS

TFS - Raimond Herrmann

Jakob-Kast-Str. 11 - 76593 Gernsbach

Tel: 07224 5525 - Fax: 67027

E-Mail: tfs@tfs.de - Web: www.tfs.de

Auch diesmal wieder: Kirm-TFS, der legendäre Photokina-Drink!

Photokina: Halle 3.1 Stand N43

Kodak zeigt die Welt der Bildkommunikation

Keine Barrieren bei der Technik

Daniel A. Carp, Präsident/CEO Eastman Kodak Company: „In jedem digitalen Bild stecken zahlreiche Umsatzmöglichkeiten.“

Die Verbindung digitaler und analoger Fotowelten ist das große Thema auf dem diesjährigen photokina Stand von Kodak. Mit zahlreichen Neuheiten in beiden Bereichen und wegweisenden Brückentechnologien will das größte Fotounternehmen der Welt ein neues Zeitalter des Bildes einläuten. imaging+foto-contact informierte sich bei Kodak in Rochester über die wichtigsten Trends und Perspektiven der Messe und sprach mit Kodak Chef Daniel A. Carp.

imaging+foto-contact: Herr Carp, seitdem Sie Anfang des Jahres die Funktion des Chief Executive Officers bei Kodak übernommen haben, setzen Sie die Linie Ihres Vorgängers George Fisher fort, die digitale Revolution als große Chance für Kodak und die Fotobranche zu verstehen. Wann wird aus dieser Chance ein tatsächliches Geschäft?

Daniel A. Carp: Zwischen George Fisher und mir gab es tatsächlich eine reibungslose Überleitung an der Spitze der Eastman Kodak Company. Digitale Technologien tragen inzwischen wesentlich zu unserem Umsatz bei. Dabei sieht nicht nur Eastman Kodak, sondern inzwischen die gesamte Fotobranche diese Technologien nicht mehr als Bedrohung, sondern als einmalige Chance. Das Geschäft, nach dem Sie fragen, ist zum Teil schon da: Denken Sie nur an die dramatisch steigenden Umsätze mit Digitalkameras. Mit einem großen Marktanteil in den USA und Europa gehören wir in diesem umkämpften Segment zu den führenden Anbietern. Je nach Land haben wir bereits den zweiten oder dritten Platz erobert und wollen natürlich die Nummer eins werden.

imaging+foto-contact: Arbeiten Sie auch daran, das Geschäft mit Digitalkameras endlich profitabel zu gestalten?

Daniel A. Carp: Darauf können Sie wetten. Natürlich ist es heute ein hartes Geschäft. Das bedeutet zum einen scharfen Wettbewerb, zum anderen sehen wir darin die Bestätigung unserer Meinung über die zukünftige Bedeutung dieses Geschäftes. Warum kämpfen so viele Unternehmen aggressiv um Marktanteile bei Digitalkameras? Weil sie wissen, daß es sich



Daniel A. Carp, Präsident/CEO Eastman Kodak Company: „Mit seiner hervorragenden Kompetenz in analogen und digitalen Bildtechnologien ist Kodak in einer einzigartigen Position.“
Foto: Shawn G. Henry

lohnt. Preiswerte, leicht zu bedienende Modelle wie unsere neue DC3400 werden noch mehr Verbraucher für die digitale Fotografie begeistern. Wir erwarten, daß unser Digitalkamera-Geschäft im vierten Quartal 2002 profitabel sein wird. Dann ist der Markt groß genug, und es wird eine Infrastruktur geben, die es führenden Herstellern wie Kodak erlaubt, Komponenten zu niedrigen Preisen zu kaufen.

imaging+foto-contact: Anfang des Jahres haben Sie gesagt, das Wachstumspotential von Bildern sei unbegrenzt. Beschränkt sich diese Aussage nur auf Digitalkameras?

Daniel A. Carp: Sie wissen, daß wir dies bei Kodak keinesfalls so sehen. Das schöne am heutigen Geschäft ist, daß der digitale Boom auch für Wachstum bei konventionellen Bildern sorgt. Im ersten Halbjahr dieses Jahres wurden in den Labors der USA acht Prozent mehr Bilder entwickelt als im Jahr zuvor – nach einer Wachstumsrate von rund 14 Prozent im Jahre 1999! Auch bei Ihnen in Deutschland wächst der Bildermarkt zur Zeit um etwa fünf Prozent, schneller als in den Vorjahren. Die digitalen Technologien haben die Fotografie insgesamt wieder stärker ins öffentliche Blickfeld gerückt. Dabei sollten Sie nicht vergessen, daß wir erst am Anfang dieser Entwicklung stehen.

imaging+foto-contact: Es gibt aber im Internet viele Unternehmen, die solche Dienstleistungen umsonst anbieten. Wie wollen Sie damit Geld verdienen, vom Fotohandel gar nicht zu reden?

Daniel A. Carp: Kein Unternehmen der Welt kann seine Produkte und Dienstleistungen für längere Zeit umsonst abgeben. Der Internetmarkt wird sich demnächst selbst bereinigen. Heute geben viele Unternehmen eine Menge Geld aus, um erst einmal Kunden zu gewinnen – Unternehmen, die niemand kennt. Wenn wir dagegen „Print@Kodak“ auf die Internetseiten unserer Labors und unserer Handelspartner

schreiben, weiß jeder, wer diese Dienstleistung anbietet. Wenn es um Bilder geht, gibt es wohl kaum eine Marke auf der Welt, der die Kunden so vertrauen wie Kodak.

imaging+foto-contact: Für Bilder leuchtet das ein. In den neuen Märkten dominieren aber Marken wie Yahoo, Cisco oder Amazon. Kann Kodak da mithalten?

Daniel A. Carp: Wenn wir Bilder zu einem größeren Geschäft machen als sie es jemals waren, bedeutet das natürlich auch für andere Marken eine Chance, dieses Feld zu besetzen. Dabei sehen wir nicht tatenlos zu: Wir positionieren Kodak in den neuen Segmenten mit der gleichen Kompetenz wie im konventionellen Bereich. Dazu gehört die Entwicklung innovativer Produkte wie Digitalkameras oder neuer Dienstleistungen, und dazu gehört die Werbung, mit der wir Marktwachstum erzeugen. Unsere Kunden kennen uns. Wenn ich mit einer Digitalkamera meine Tochter fotografiere, die ich über alles liebe, dann ist diese Aufnahme wichtig für mich. Und deshalb schicke ich sie zum Printen zu jemandem, dem ich vertrauen kann.

imaging+foto-contact: Sieht die junge Internet-Generation das genauso?

Daniel A. Carp: Natürlich, denn wir sprechen mit der jungen Generation in ihrer Sprache. In den USA gibt es bereits Werbekampagnen für Einwegkameras, die genau diese Zielgruppe ansprechen. Auch unsere digitalen Dienstleistungen werden wir so kommunizieren, wie es dem Geschmack und den Vorlieben der Internet-Generation entspricht. Machen Sie sich keine Sorgen: Junge Verbraucher wissen, daß Kodak nicht nur die Marke ihrer Eltern ist.

imaging+foto-contact: Wann ist mit der Einführung des Internet-Services Print@Kodak, den es zur Zeit ja nur in den USA gibt, in Europa zu rechnen?

Daniel A. Carp: Wir kündigen diese Dienstleistung zur photokina in Deutschland an, sowohl auf unserer Homepage www.kodak.de, als auch als Bestandteil der Internetseiten unserer Handelspartner. Wir glauben, daß viele Verbraucher Bilder, die sie uns als Dateien über das Internet schicken, lieber beim Fotohändler abholen wollen. Wer die Bilder lieber mit der Post haben möchte, wird sie natürlich auch auf diesem Weg von uns bekommen können.

imaging+foto-contact: Machen Sie damit nicht Ihren Kunden Konkurrenz?

Daniel A. Carp: Diese Frage erinnert mich an meine Anfangszeit bei Eastman Kodak, als es darum ging, ob wir die Großvertriebsformen beliefern würden. Natürlich waren die Fotohändler dagegen. Auf der anderen Seite können wir neue Vertriebskanäle nicht einfach ignorieren, wenn die Verbraucher dort kaufen möchten. Seien wir ehrlich: Ohne die breite Distribution über Großvertriebsformen wäre der Fotomarkt nicht so groß, wie er heute ist. Was den Fachhandel angeht, so glaube ich, daß es besser ist, wenn er gemeinsam mit einem Unternehmen wie Kodak das Internet-Fotofinishing-Geschäft in die Hand nimmt. Wir kennen unsere Händler, und wir entwickeln gemeinsam mit ihnen Konzepte, diesen Markt voranzutreiben – zum beiderseitigen Nutzen. Wenn wir das nicht tun würden, kämen andere, die möglicherweise keine Rücksicht auf den Fotohandel nehmen würden.

imaging+foto-contact: Nach der Versteigerung der UMTS-Lizenzen wird in Deutschland viel über neue mobile Kommunikationssysteme gesprochen. Welchen Einfluß werden diese auf Kodak und die Fotobranche haben?

Daniel A. Carp: Neue Breitband-Technologien – mobil oder im Festnetz – sind immer gut für Bilder. Zur Zeit kommunizieren wir vornehmlich mit Worten. Das wird sich ändern. Würden Sie sich lange auf einer Internetseite aufhalten, die keine Bilder enthält? Mit Sicherheit nicht, weil Sie hier Bilder erwarten. In Zukunft werden Sie ebenso selbstverständlich mit Bildern auf Ihrem Mobiltelefon, Ihrem mobilen Computer oder in Ihrer E-Mail rechnen. Die neuen Standards, ob sie UMTS, Bluetooth oder wie auch immer heißen, machen dies möglich. Das Ergebnis ist eine bessere und erfreulichere Art zu kommunizieren: Denn es wird leicht, kulturelle oder sprachliche Barrieren durch Bilder zu überwinden.

imaging+foto-contact: Erwarten Sie davon eine größere Bedeutung der Wiedergabe von Bildern auf Displays und Bildschirmen?

Daniel A. Carp: Natürlich. Bisher haben Sie Ihre Aufnahmen gemacht und später Ihre Prints in einem schönen gelben Umschlag bei Ihrem Fotohändler abgeholt. Jetzt können Sie dieselben Bilder im Internet einsetzen, auf Ihrem PC bearbeiten, zu Hause drucken oder als E-Mail versenden. In der Zukunft wird es noch mehr Möglichkeiten geben, etwa Bilder auf Ihrem Organizer oder in dem neuen digitalen Bilderrahmen, den wir zur photokina vorstellen, ja selbst auf dem Internet-Bildschirm auf Ihrer Kühlschrantür. Deshalb entwickeln wir zusammen mit Sanyo unsere innovative OLED-Technologie, um die Hersteller solcher Geräte mit erstklassigen Displays beliefern zu können.

imaging+foto-contact: Wird Ihr Geschäft mit Prints nicht darunter leiden?

Daniel A. Carp: Keinesfalls. Jede digitale Aufnahme hat das Potential, auf irgendeine Weise zu einem Bild zum Anfassen zu werden. Wenn ich das Bild meiner Tochter per E-Mail oder später mit dem Telefon zu meiner anderen Tochter, meiner Schwester oder meiner Mutter schicken kann, wird jede von ihnen möglicherweise gerne ein Print davon haben wollen. Die Zahl solcher Bilder wird mit den neuen Breitband-Technologien dramatisch ansteigen. Kodak und die gesamte Fotobranche befinden sich dabei in einer großartigen Situation: Wir müssen nicht in die Infrastruktur für diese Dienstleistungen investieren, sondern können einfach auf der Welle reiten. Wir haben das Internet nicht aufgebaut, aber verkaufen heute digitale Kameras an Menschen, die Bilder für ihre Homepages und für ihre E-Mail haben wollen. Der Massenmarkt für das digitale Bild kommt. Einige Produkte und Dienstleistungen gibt es schon, mit anderen fangen wir gerade an, und viele werden noch kommen. Natürlich können wir nicht einfach abwarten, bis uns die gebratenen Tauben in den Mund fliegen: Es ist unsere Aufgabe, den Markt voranzutreiben, indem wir die Anwendung von Bildern leichter, attraktiver und preiswerter machen -- und genau das können wir auch. Das Motto unseres photokina Standes drückt dies prägnant aus: „Pictures – the universal language.“ – Bilder – die universelle Weltsprache.

imaging+foto-contact: Herr Carp, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

Kodak I.Lab System für digitales Großfinishing



Jedes Bild wird digital

Mit dem Laborsystem I.Lab schafft Kodak zur photokina die Voraussetzungen, die digitale Verarbeitung von Filmen und Bildern zu automatisieren und digitale Dienstleistungen in den Arbeitsablauf von Großlabors zu integrieren. Eine speziell entwickelte Software soll zusätzlich deutliche Verbesserungen der Bilder erlauben.

Das Kodak I.Lab System besteht aus drei Systemeinheiten: einem Kodak CLAS Digital Film Scanner mit HR 200 Aufsatz, einem Computersystem für die Bearbeitung der Bilddaten und einem Kodak Digital Highspeed Printer für die Laserbelichtung auf Fotopapier. Abhängig von der Scangeschwindigkeit erreicht das System zur Zeit eine Kapazität von 7.200 Bildern pro Stunde. Der Printer selbst belichtet mit einer Geschwindigkeit von bis zu 10.000 Bildern in der Stunde. In zukünftigen Ausbaustufen wird eine Kapazität von über 20.000 Bildern pro Stunde angestrebt.

„Mit diesem Gerät werden wir den Arbeitsablauf im Großlabor völlig neu definieren“, erläuterte Bob Keegan, President Consumer Imaging und Executive Vice President Eastman Kodak Company, imaging+foto-contact in Rochester. „In Zukunft können digitale Bilddienstleistungen aus dem Internet oder von unseren Picture Maker Kiosks direkt in den Hochgeschwindigkeitsablauf von Großlabors integriert werden. Umgekehrt schafft das digitale Laborsystem die Voraussetzungen, auch jedes konventionell aufgenommene Bild zu scannen und damit für digitale

Anwendungen im Internet, auf PCs oder in Breitband-Netzwerken verfügbar zu machen.“

Automatische Bildoptimierung

Die vom Hochgeschwindigkeitsscanner des I.Lab gescannten Bilder werden mit Hilfe einer speziellen, von Kodak entwickelten Bildverbesserungssoftware automatisch optimiert. Dabei macht sich die Software die Tatsache zu



Bob Keegan, President Consumer Imaging und Executive Vice President Eastman Kodak Company in Rochester/USA

Nutzen, daß ein Negativ normalerweise viel mehr Informationen enthält, als beim normalen Vergrößern auf dem Fotopapier sichtbar gemacht werden. „Blitzköpfe“ führen beim optischen Printen zum Beispiel zu einem überbelichteten Vordergrund, während der Hintergrund zu dunkel erscheint. Auf elektronischem Wege können die unterschiedlichen Teile des Bildes selektiv optimiert und anschließend zu einem verbesserten Print zusammengesetzt werden. Neben der Verbesserung von

Schattenpartien und Spitzlichtern ermöglicht der Kodak I.Lab Data Manager auch das Schärfen von Bildern, die Verringerung von Körnigkeit und den Ausgleich von Unterbelichtungen – und zwar automatisch.

Das Kodak I.Lab befindet sich zur Zeit im Praxistest und wird in der ersten Hälfte des kommenden Jahres in begrenzten Stückzahlen verfügbar sein.

Digitale Bilder im Minilab

Für digitale Bilddienstleistungen in Minilab-Umgebungen führt Kodak zur photokina die DLS Software für das digitale Minilab Noritsu QSS 2711 ein. Sie steuert nicht nur die Produktion hochwertiger Prints von Bilddaten aus dem Internet oder vom Kodak Picture Maker Kiosk, sondern verfügt über spektakuläre Bildverbesserungsfunktionen. Dazu gehört die automatische Reduzierung von Rote-Augen-Effekten.

Neuer Internet Bilder-Service

Das voll digitale I.Lab Laborsystem bietet die Voraussetzung, damit Großlabors in Zukunft digitale Bilddienstleistungen mit gleicher Produktivität anbieten können wie heute die Entwicklung von Filmen und Bildern. In diesem Zusammenhang kündigt Kodak zur photokina den Start des neuen Internet Bilder-Services Print@Kodak in Deutschland an. Damit soll die Bestellung qualitativ hochwertiger Bilder von digitalen Dateien über das Internet wesentlich vereinfacht werden. Der Anwender muß weder eine Bestell-Software aus dem Internet auf seinen PC herunterladen, noch sich als Kunde registrieren lassen. Durch einfaches Anklicken des Print@Kodak Symbols, das ab der photokina auf der Kodak Homepage www.kodak.de zu finden sein wird und zukünftig auch dem Fotohandel für seine eigenen Internetseiten zur Verfügung steht, öffnet sich ein Fenster, über das man die gewünschten Bilddateien in ein Bestellformular laden kann. Wenn die Bilder auf dem Monitor erscheinen, werden die gewünschten Formate und die Anzahl eingegeben. Nach Eingabe der persönlichen Daten und der Kreditkartennummer wird der Auftrag verschickt. In der ersten Phase erfolgt die Auslieferung auf dem Postweg. In Zukunft soll es aber auch die Möglichkeit geben, die Bilder beim Fotohändler abzuholen.

Kodak Professional: Digitaltechnik für mehr Umsatz

Die Steigerung der Wertschöpfung aus konventionellen Aufträgen durch die Digitaltechnik steht im Mittelpunkt des Kodak Professional Angebotes für Berufsfotografen auf der photokina. Zudem feiert das Unternehmen das zehnjährige Bestehen der professionellen Kodak Digitalkameras mit einem besonderen Produkt: Das Kodak DCS Pro Back stellt mit einer Auflösung von 16 Millionen Pixeln einen Rekord bei den Single-Shot-Rückteilen für Mittelformatkameras auf.

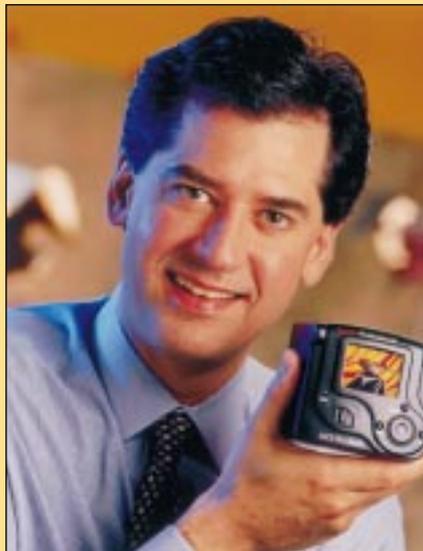
Pixel für Profis

„In den vergangenen Jahren haben wir die Digitaltechnik vorwiegend eingesetzt, um die Produktivität der Arbeitsabläufe in Fachlabors und Studios zu erhöhen“, erklärte Patrick T. Siewert, Präsident von Kodak Professional und Senior Vice President Eastman Kodak Company, dem *imaging+foto-contact*. „Jetzt kommen wir mit neuen Produkten auf den Markt, mit denen Berufsfotografen höhere Umsätze erzielen können.“

Hochzeitsfotos digital

Ein Beispiel dafür ist die neue Kodak Wedding CD, die bis zu 100 Bilder in mittlerer Auflösung faßt und von Berufsfotografen zusätzlich zum „normalen“ Hochzeitsalbum angeboten werden kann. Die CD enthält eine spezielle Software, mit der die Hochzeitsfotos sofort am heimischen PC angeschaut, modifiziert, ausgedruckt oder über das Internet bzw. per E-Mail versandt werden können.

Da die Fotos in 4-base-Auflösung gespeichert werden, bleibt die Herstellung von Bildern in Profiqualität unter der Kontrolle des Fotografen. „Mit der Wedding CD geben Berufsfotografen ihre Rechte am Bild nicht auf“, betonte Siewert. „Sie können aber erhebliche Zusatzumsätze realisieren. Unsere Marktuntersuchungen in den USA haben ergeben, daß Kunden von Portraitfotografen je nach Auftragsgröße bereit waren, zwischen 100 US-\$ und 500 US-\$ zusätzlich für die Kodak Wedding CD zu bezahlen. Ich halte es zudem für möglich, daß durch die CD die Zahl der Nachbestellungen eher steigt als abnimmt“, fuhr Siewert fort. Wenn



Patrick T. Siewert, Präsident von Kodak Professional und Senior Vice President Eastman Kodak

die Kunden in der Lage sind, ihre Bilder per E-Mail an ihre Freunde und Bekannten zu verschicken, wird der eine oder andere ein gutes Bild von diesen Aufnahmen haben wollen.“

Die Kodak Wedding CD wird in Kürze von lizenzierten Fachlabors angeboten.

Leichter Einstieg in die digitale Portraitfotografie

Mit der Einführung des Kodak Professional Event Imaging Systems will das Unternehmen Portraitfotografen den bequemen Einstieg in die digitale Fotografie ermöglichen. Es ist vor allem für den Einsatz vor Ort bei Unternehmensveranstaltungen, Stadtfesten oder Sportveranstaltungen konzipiert. Je nach Konfiguration gehören eine Kodak Professional DCS 315 oder DCS 300 Digitalkamera zum Lieferumfang. Es kann aber auch eine DC290 eingesetzt

werden. Der ebenfalls enthaltene Kodak Professional XLS 8660 Thermo-Sublimationsdrucker liefert schnell hervorragende Bilderergebnisse. Alle Teile des Systems können bequem in robusten Koffern untergebracht werden, die sich am Einsatzort in einen entsprechenden Fotostand verwandeln lassen.

Das Kodak Professional Event Imaging System ermöglicht direkt vor Ort das Einlesen der Digitalfotos in eine PC-Workstation, an der die Bilder betrachtet, selektiert und bearbeitet werden. Schnell können die Bilder mit einem Schmuckrahmen, Texten und Logos versehen werden. Das System ist auch für den Einsatz im Fotostudio geeignet, beispielsweise zusammen mit dem Kodak Professional Studio Link System.

Rückteil mit 16 Millionen Pixeln

Erstmals stellt Kodak Professional auf der photokina ein digitales Kamerarückteil für den Mittelformat-Bereich vor – und stellt gleich einen Weltrekord auf. Das neue DCS Pro Back bietet eine Auflösung von 16 Millionen Pixeln und erzeugt Bilddateien in einer Größe von 48 MB. Damit ist es für Werbe- und Katalogfotografie ebenso geeignet wie für hochwertige Portraitanwendungen. Das Gerät ist mit einem entnehmbaren Anti-Aliasing-Filter, digitaler Anti-Aliasing-Software und einem Infrarot-Filter ausgestattet, um optimale Bildqualität zu gewährleisten. Der 16 Millionen Pixel-CCD im Format 36,86 x 36,86 mm hat eine Lichtempfindlichkeit von ISO 100 und unterstützt Verschlussgeschwindigkeiten zwischen drei Sekunden und 1/2.000 Sekunde. Im Abstand von zwei Sekunden können bis zu acht Bilder in Folge gemacht werden, bevor die Daten auf eine interne PC Karte geschrieben oder über eine IEEE 1394 Firewire Schnittstelle zu einem Computer übertragen werden.

Das Kodak DCS Pro Back ist mit einem übersichtlichen LCD-Monitor ausgestattet, der als Sucher dienen kann. Er ist um 90° schwenkbar. Das neue Kamera-Rückteil soll im ersten Quartal 2001 für die Hasselblad 555 ELD und die Mamyia RZ auf den Markt kommen. Der Preis steht noch nicht fest.

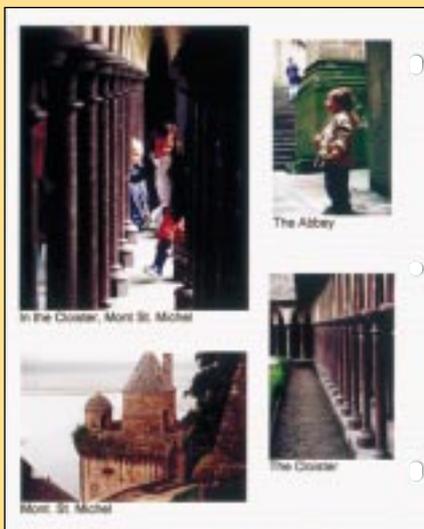
Kodak Digital & Applied Imaging auf der photokina

Besucher der photokina, die sich für digitale Bildtechnologien interessieren, können am Kodak Stand nicht nur die neuesten Digitalkameras des Unternehmens sehen. Dem Charakter der Weltmesse entsprechend zeigt der Geschäftsbereich Digital & Applied Imaging sogar einige Produkte und Services, die in Deutschland vorerst noch gar nicht auf den Markt kommen.

Auch in Kodaks „Silicon Valley“ liegt der Schwerpunkt nicht ausschließlich auf Bits und Bytes. „Es gibt keinen Gegensatz zwischen digitalen und analogen Technologien“, erklärte Willy Shih, President Digital & Applied Imaging und Senior Vice President Eastman Kodak Company, dem imaging+foto-contact. „Es kommt vielmehr darauf an, wie wir unseren Kunden das Leben leichter machen können.“

Ein Weg dazu, den Kodak auf der photokina demonstrieren wird, ist das digital hergestellte Fotoalbum, das in den USA von Print@Kodak angeboten wird.

Die Voraussetzung für Kodak Picture Pages, wie die innovativen Albumseiten in den USA heißen, sind natürlich digi-



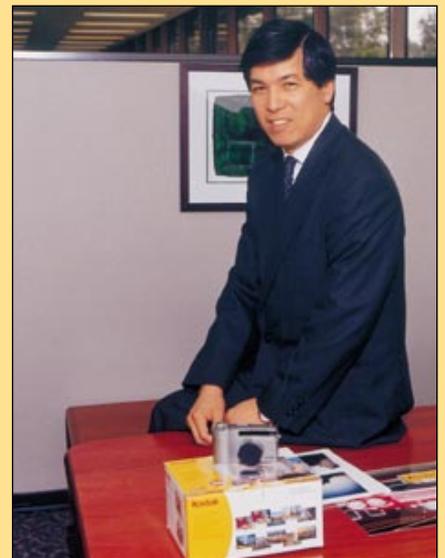
Bei Print@Kodak können in den USA komplette Albumseiten bestellt werden.

tale bzw. digitalisierte Bilder. Mit Hilfe einer Software, die der Internet-Surfer sich schnell von der Print@Kodak Webseite herunterladen kann, werden die Bilder automatisch zu kompletten

Albumseiten arrangiert. Dazu legt man einfach die Zahl der Bilder pro Seite fest und kann sogar bestimmen, welche Bilder größer erscheinen sollen als die anderen. Das Layout übernimmt die Software. Wenn alle Seiten fertig sind, werden sie über das Internet auf die Print@Kodak Seite übertragen und im Labor auf hochwertigem Kodak Fotopapier belichtet. Auf dem Postweg oder über den Fotohändler erhält der Kunde wenige Tage später komplette, doppelseitige Albumblätter, die wasserfest laminiert sind und sofort in einem Ringordner abgelegt werden können.

Digitaler Bilderrahmen

Ein weiteres interessantes Produkt, dessen Einführung in Deutschland zur Zeit noch nicht möglich ist, ist der



Willy Shih, President Digital & Applied Imaging und Senior Vice President Eastman Kodak Company.

Mehr als Digitalkameras

Neue Digitalkameras

Natürlich hat Kodak auf der photokina auch drei neue Digitalkamera-Modelle zu bieten. Die neue DC 3400 erinnert



Mit diesem digitalen Bilderrahmen können Bilder auch per E-Mail verschickt oder zum Printen ins Kodak Labor versandt werden.

digitale Bilderrahmen Kodak Smart Picture Frame. Das Gerät mit einem LC-Display im normalen Schreibtisch-Bilderrahmen-Design dient nicht nur der Wiedergabe von Bildern, die auf SmartMedia- oder CompactFlash-Karten gespeichert sind. Mit Hilfe eines eingebauten Modems können Bilder über jede normale Telefonleitung versandt oder empfangen werden.

Diese Kommunikation ist nicht allein zwischen Besitzern von Smart Picture Frames möglich. Durch eine Kooperation mit dem Story Box Netzwerk bietet Kodak in den USA die Möglichkeit, mit dem digitalen Bilderrahmen die Bilddateien per E-Mail zu versenden oder zum Ausdruck an Print@Kodak zu schicken. Als Zusatznutzen können die Anwender die neuesten Nachrichten, Wetterberichte, Verkehrshinweise oder Sportergebnisse aus dem Story Box Netzwerk abrufen. Ein Halbjahresabo dieser Dienstleistung ist im Kaufpreis des Bilderrahmens von US-\$ 349.00 bereits enthalten.

an die erfolgreiche Kodak DC 280, bietet ein Zweifach-Zoomobjektiv (38-763 mm im Kleinbildformat) und einen 2-Millionen-Pixel-Chip. Das Gerät verfügt über Dreifach-Digitalzoom, USB-Schnittstelle sowie die Möglichkeit für spezielle Bildeffekte und soll 1.299 DM kosten.

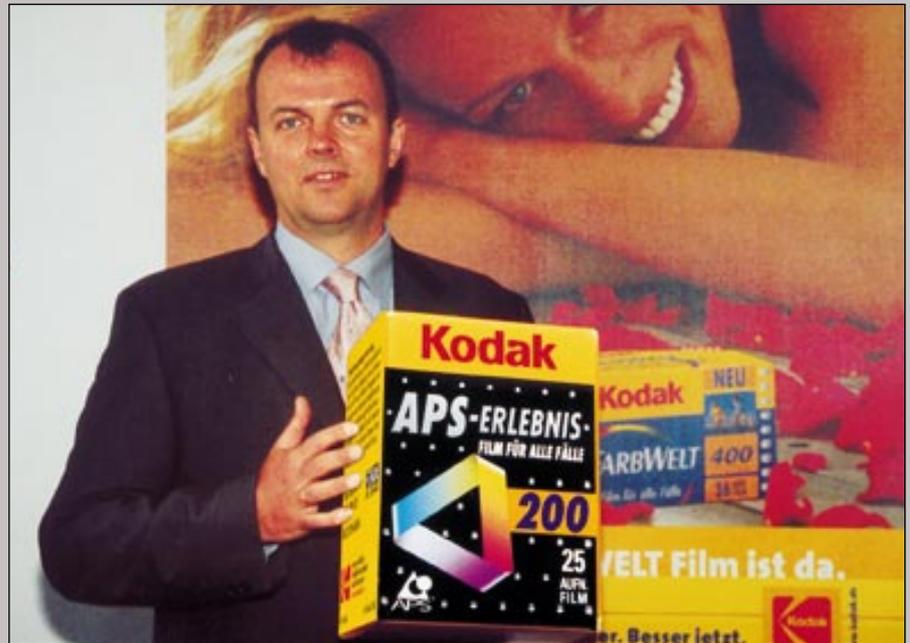
Ein trendiges, schickes Gehäuse und äußerst kompakte Bauweise zeichnen die Kodak DC 3800 Digitalkamera aus. Mit Maßen von 95 x 61 x 33 mm und einem Gewicht von 165 g ist sie besonders handlich und bietet eine Auflösung von 2,1 Millionen Pixeln. Im Lieferumfang enthalten ist ein externes USB-Lesegerät zur schnellen Bildübertragung an PCs und Macs. Ferner ermöglicht die DC 3800 Nahaufnahmen bis 20 cm und ist mit einer Serienbildfunktion für maximal vier Bilder in Folge ausgestattet. Die Kodak DC 3800 kommt Ende Oktober zu einem Preis von 1.199 DM (UVP) auf den Markt.

Für digitalen Video- und Bilderspaß in VGA-Qualität stellt Kodak die preisgünstige EZ 200 vor. Das Gerät im Hosentaschenformat läßt sich – auf den PC montiert – auch als Webcam einsetzen. Für schnellen Datentransfer zum PC oder Mac sorgt eine USB-Schnittstelle. Auf den internen 4 MB Speicher passen bis zu 128 Bilder oder bis zu sechs Videoclips von jeweils 10 Sekunden. Kodak erwartet für die EZ 200 einen Endverbraucherpreis von 299 DM.

Schnelle Bilder

Für den schnellen Ausdruck digitaler Bilder bringt Kodak zur photokina zwei neue Modelle der Personal Picture Maker Serie heraus, die das Unternehmen zusammen mit Lexmark entwickelt hat. Mit diesen Druckern können Digitalfotos ohne Einsatz eines Computers direkt von der CompactFlash- oder SmartMedia Karte ausgedruckt werden. Der neue PPM 200 verfügt dabei sogar über ein integriertes Farbdisplay, auf dem die Bilder vor dem Druck begutachtet werden können. Mit einer maximalen Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi bietet das Gerät gute Bildqualität. Je nach Anwendung bietet Kodak drei Patronensorten an: Kodak Photo Inkjet, Kodak Color Inkjet und Kodak Photo Black Inkjet. Die besten Druckresultate und die längste Haltbarkeit werden nach Angaben des Unternehmens mit dem Kodak Premium Picture Paper erzielt. Der Kodak Personal Picture Maker 200 ist ab Oktober zu einem erwarteten Endverbraucherpreis von 699 DM erhältlich.

Als preiswerte Einstiegslösung führt Kodak den Personal Picture Maker 120 ohne LCD-Monitor für 449 DM (UVP) ein.



Dieter Werkhausen: „Das Erfolgskonzept, das wir mit der Einführung der Kodak Farbwelt Filme im Kleinbildformat umgesetzt haben, wenden wir jetzt auf APS an.“

Weichen für die Zukunft sind gestellt

Im Frühjahr leitete Kodak mit der Ankündigung der Farbwelt Filme und einem neuen Bilderkonzept einen neuen Auftritt im Film- und Bilder-geschäft ein. Auf der photokina präsentiert das Unternehmen neben vielen neuen Ideen für die digitale Bildkommunikation die Advantix Filme als APS-Erlebnis-Filmfamilie. „Das Film- und Bilder-geschäft ist und bleibt für uns und den Handel eine attraktive Basis, dennoch haben wir schon frühzeitig über den analogen Tellerrand hinaus geblickt und die Weichen für zukünftige Märkte, Technologien und verbraucherfreundliche Anwendungen gestellt“, so Dieter Werkhausen, Kodak Vorstand und Chef von Consumer Imaging, in einem Interview mit imaging+foto-contact.

imaging+foto-contact: Die Möglichkeiten, die sich für die analoge und die digitale Fotografie auf der photokina abzeichnen, sind sehr spannend. Stoßen wir dabei nicht an die Grenzen des Vorstellungsvermögens der Verbraucher?

Dieter Werkhausen: Sie haben Recht: Wenn wir heute über die Möglichkeiten der Bildkommunikation, über das Mobiltelefon oder den Kodak Picture TV Channel diskutieren, ist unser Vorstellungsvermögen oft auf die Probe gestellt. Unsere Branche wird aber sehr stark von ihrem technologischen Umfeld beeinflusst. Das sehen wir an der rasanten Entwicklung des Internets. Während wir teilweise immer noch in der Anfangsphase der Internet-Anwen-

dungen stecken, beginnt parallel dazu die Telekommunikationsbranche durchzustarten. Und hier werden heute bereits Weichen gestellt, von denen abhängt, ob wir als Fotobranche mit dabei sind und unsere Dienste einbringen können.

imaging+foto-contact: Welche Botschaft möchten Sie dem Fotohandel denn in diesem Zusammenhang auf der photokina nahebringen?

Dieter Werkhausen: Die photokina gibt uns die Gelegenheit, dem Fotohandel unsere Ideen, Konzepte und Technologiestudien vorzustellen und sie mit ihm zu diskutieren. Ich nenne als Beispiel unsere Weiterentwicklungen im

Kodak bringt nach Farbwelt jetzt APS-Erlebnis Filme

Minilab-Bereich und die Entwicklung des PoS-Systems von der Joint-Venture Firma Phogenix, die Kodak und HP zusammen gegründet haben, aber auch den Kodak Picture TV Channel und den Print@Kodak Service.

imaging+foto-contact: Mit den neuen PoS-Systemen kommt eine Menge Technologie auf den Handel zu. Welchen Nutzen soll der Print@Kodak Service dabei bringen?

Dieter Werkhausen: Einen großen Nutzen, denn eines steht fest: Trotz digitaler Bildkommunikation möchte der Verbraucher auf sein 10 x 15-Bild nicht verzichten. Der Handel kann durch die Integration unseres Print@Kodak Services und die Order Station Lite partizipieren. Wir wollen, daß der Handel den Printbutton in seine Homepage integriert und sich am Geschäft beteiligt. Bei den PoS-Systemen ist die Situation klar: Der Verbraucher kann dann vor Ort prompt seine Bilderwünsche erfüllen. Das ist eine gute Geschäftsbasis für den Handel.

imaging+foto-contact: Der Fotohandel sieht aber sein Hauptgeschäft nach wie vor im Film- und Bilderverkauf...!

Dieter Werkhausen: Das ist auch richtig so, doch wir müssen die Zukunft der Fotografie aktiv mitgestalten und deren Anwendungsmöglichkeiten erweitern. Als Marktführer müssen wir der Zukunft immer einen Schritt voraus sein. Aber, Sie haben Recht: Das Filmgeschäft ist und bleibt für uns und den Handel eine attraktive Basis.

imaging+foto-contact: Das führt uns direkt zum Thema Farbwelt bzw. APS-Erlebnis Film. Haben sich Ihre Investitionen in die Werbung für die neuen Farbwelt Filme aus heutiger Sicht gelohnt?

Dieter Werkhausen: Da gibt es überhaupt keinen Zweifel. Der Farbwelt Film trifft die Emotionen der Verbraucher. Unser Ziel, den Verbraucher nicht mit der üblichen technologisch geprägten Aussage anzusprechen, ist ein voller Erfolg. Bestätigt wird dieser Erfolg durch das Foto-Panel des Allensbacher Instituts. Demnach kennen rund ein Vierteljahr nach der Ein-

führung rund 31 Prozent der Fotoamateure den Namen Kodak Farbwelt.

imaging+foto-contact: Können Sie uns weitere Fakten und Zahlen zum Erfolg mit Farbwelt nennen?

Dieter Werkhausen: Details möchte ich erst am Jahresende bekanntgeben. Ich bitte Sie, das zu verstehen. Doch heute kann ich sagen, daß der Abverkauf der Farbwelt Filme unsere Erwartungen übertrifft. Wir sind darum zum heutigen Zeitpunkt sehr zufrieden.

imaging+foto-contact: Kommen wir zum Thema APS: Im Moment sprechen die Zahlen nicht für ein Wachstum. Ist die Vorstellung der APS-Erlebnis Filme ein Aufbäumen gegen die Marktentwicklung?

Dieter Werkhausen: Nein, so ist das nicht. Wir sind hinsichtlich APS durch-

Neben der Advantix Preview bringt Kodak mit der Advantix T700 ein weiteres attraktives APS-Modell mit Zweifach-Zoomobjektiv auf den Markt



aus zuversichtlich, und wir waren ja auch stets diejenigen, die für Impulse gesorgt haben. Und das tun wir auch mit den APS-Erlebnis Filmen. Das Erfolgskonzept, das wir mit der Einführung der Kodak Farbwelt Filme im Kleinbildformat umgesetzt haben, wenden wir jetzt auf APS an. Die Verbraucher-Ansprache, die wir mit neuem Namen, neuem Packungsdesign und neuer Positionierung für die APS-Erlebnis Filme entwickelt haben, ist klarer, deutlicher und verständlicher als bisher. Ich denke, der Erfolg der Farbwelt Filme spricht für sich und ist übertragbar. Der Hinweis „Sonne“ sagt eben mehr als ISO 100.

imaging+foto-contact: Was macht Sie so zuversichtlich, daß Ihnen der Erfolg bei APS treu bleibt?

Dieter Werkhausen: Wir sind bei APS-Filmen Marktführer in Deutschland. Nachdem die im Frühjahr eingeführten Farbwelt Filme vom Verbraucher so gut angenommen wurden, setzen wir nun auf weitere Wachstumsimpulse durch den APS-Erlebnis Film. Wir haben unser Werbebudget in diesem Jahr kräftig erhöht, und im Jahr 2001 werden wir die Werbekampagnen auf demselben hohen Niveau fortsetzen.

imaging+foto-contact: Und wie sieht es mit Innovationen im Bereich des Advanced Photo Systems aus?

Dieter Werkhausen: Mit der Preview Camera – die Sie ja schon vorgestellt haben – setzen wir ein wichtiges Zeichen. Sie schlägt die Brücke vom analogen Film zu einigen Möglichkeiten, die digitale Kameras bieten. Wir erweitern unser Portfolio an APS-Kameras zudem durch zwei neue attraktive Kameras in der Preiskategorie von 300 Mark bis 400 Mark, einem Preissegment, das auch für den Fotohandel sehr interessant ist. Und wir gehen davon aus, daß auch andere Anbieter neue APS-Produkte ankündigen werden, die diesem System einen weiteren Impuls geben.

imaging+foto-contact: Herr Werkhausen, was möchten Sie Ihren Handelspartnern zum Abschluß mit auf den Weg zur photokina geben?

Dieter Werkhausen: Wir befinden uns heute in einer Phase, in der wir uns massiv um unser Tagesgeschäft, den Film- und Kameraverkauf sowie das Bildergeschäft, kümmern müssen. Gleichzeitig müssen wir uns mit den neuen Technologien auseinandersetzen und sie in die Infrastruktur „Anbieter, Labor und Handel“ integrieren, um dem Verbraucher auch morgen innovative Dienste und attraktive Produkte anbieten zu können. Ich sehe diese Jubiläums-photokina als eine wichtige Plattform für den Handel, um mit uns über die vielen Möglichkeiten zu diskutieren, die auf die Branche zukommen. Ich freue mich auf ein großes Interesse des Handels und auf ein Wiedersehen in Köln!

imaging+foto-contact: Herr Werkhausen, herzlichen Dank für das Gespräch.

PrePress



Foto: Manfred Weigert, Köln

**Bilder erfolgreich reproduzieren
im Sechs-Farben-Druck**

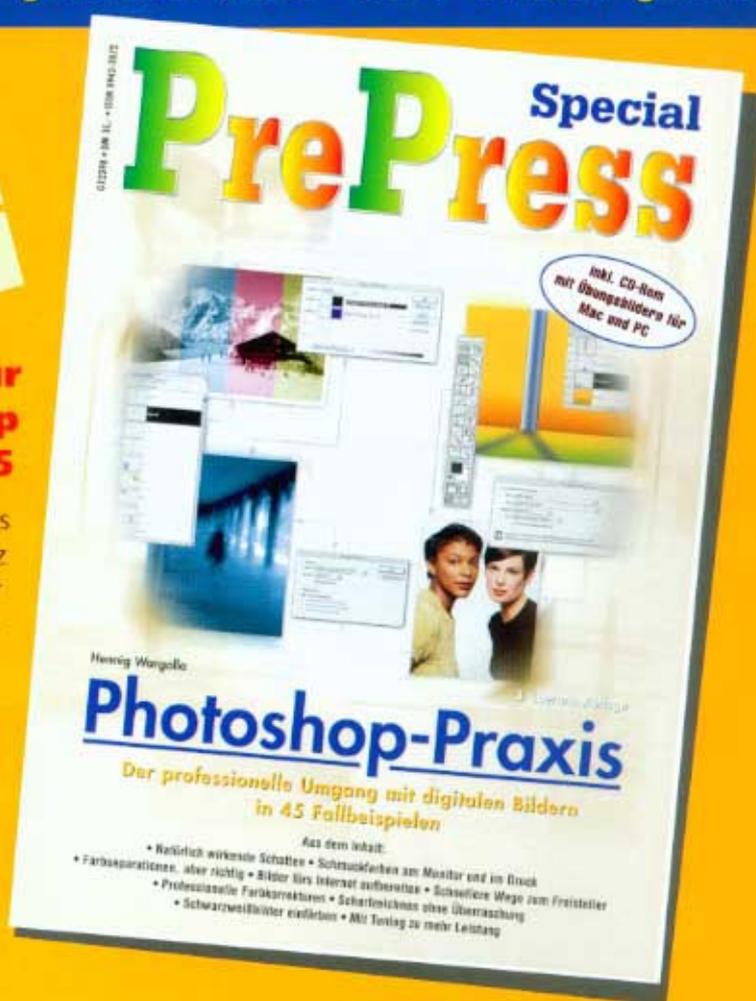
NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT MIT CD!

**Inkl. CD-ROM
mit Übungsbildern
für Mac + PC**

**Für
Photoshop
4.0, 5.0 + 5.5**

Bücher zum Thema Photoshop gibt es viele, aber das neue PrePress-Special „Photoshop-Praxis“ ist ganz anders: Auf jeweils einer Doppelseite wird der Lösungsweg für ein praktisches Problem aus der grafischen Produktion dargestellt, und zwar in Form einer Schritt-für-Schritt-Anleitung, die mit einer Vielzahl von Bildern illustriert ist. Statt von vorn bis hinten zu lesen, findet man schon allein durch flüchtiges Blättern die Themen, die einem weiterhelfen, und kann das Beschriebene unmittelbar nachvollziehen. Einsteigern ist das Werk allerdings nur bedingt zu empfehlen, da Grundkenntnisse im Umgang mit Photoshop sowie dem Macintosh- oder Windows-Betriebssystem vorausgesetzt werden.

Das Special enthält 45 ausgewählte Beiträge der Rubrik „Photoshop-Praxis“, die in PrePress erschienen sind. Das Durchwühlen alter Zeitschriften – soweit man sie überhaupt gesammelt hat – gehört damit endgültig der Vergangenheit an. Ein Inhalts- und ein ausführliches Stichwortverzeichnis helfen zusätzlich dabei, ein bestimmtes Thema wiederzufinden oder eingestreute Hinweise aufzuspüren.



Alles in einem Heft!

- Ja, ich/wir bestelle(n) Exemplar(e)
des PrePress-Specials Photoshop-Praxis
inkl. CD-ROM zum Preis von DM 35,-**

Unterschrift

An: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Vertrieb Neue Medien
Postfach 12 29
40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Name/Firma:

Straße/Nr.:

Plz/Ort:

Telefon/Fax:



Betrachtet man die Ergebnisse, die ein durchschnittlicher Tintenstrahldrucker heute liefert, sieht man Farben mit einer Brillanz und Leuchtkraft, wie man sie im standardisierten Offsetdruck kaum erreicht. Wer Proofs mittels Inkjettechnik herstellt, ist daher stets genötigt, dem Kunden zu erklären, daß das endgültige Druckergebnis natürlich nicht ganz so schön aussehen kann wie der Proof. Aber kann es das wirklich nicht?

arbeitsprogramm oder die Fachliteratur denkt: Die Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz werden fast durchweg als Konstanten behandelt, an denen es nichts zu rütteln gibt, bei denen allenfalls Unterschiede in der Standardisierung (Euroskala, Swop etc.) berücksichtigt werden. Wer andere oder zusätzliche Druckfarben für die Reproduktion von Bildern einsetzen will, findet kaum erprobte Werkzeuge oder erfahrene Dienstleister, die ihn dabei unterstützen.

tone, die vor allem mit ihrem „Pantone Matching System“ Bekanntheit erlangt hat. Unter dem Namen Hexachrome bietet Pantone schon seit 1993 ein System aus sechs Druckfarben an, das die Vorteile des Sechsfarbdruks mit denen eines standardisierten Verfahrens, ähnlich der Euroskala, verbinden soll. Und das Prinzip scheint zu greifen: Viele Farbenhersteller bieten Hexachrome-Druckfarben an, die unter Pantone-Lizenz produziert werden; einige Hersteller von Prooflösungen haben in ihre Systeme die Möglichkeit eingebaut, Hexachrome-Druckjobs zu proofen; und viele DTP-Programme stellen dem Anwender bereits vordefinierte Hexachrome-Farbpaletten zur Verfügung.

Sind vier Farben nicht genug?

Die grafische Industrie erlebt immer wieder Zeiten, in denen verstärkt über neue Wege diskutiert wird, die Druckqualität auf breiter Front zu steigern. Man denke allein an die zahllosen Vorträge und Fachartikel, die sich mit frequenzmodulierten und stochastischen Rasterverfahren auseinandersetzen und heute fast völlig vergessen sind. Ein beliebtes Thema in dieser Hinsicht ist auch der Sechs- oder Sieben-Farben-Druck, der immer wieder mal durch die Branche geistert. In Tintenstrahldruckern ist er längst eine Selbstverständlichkeit, im standardisierten Offsetdruck ist er jedoch aus praktischen und wirtschaftlichen Gründen kaum verbreitet.

Aus praktischer Sicht wird die Verbreitung dadurch erschwert, daß heute fast die gesamte Druckvorstufe vom CMYK-Denken beherrscht wird. Ob man an die Scansoftware, das Bildver-

Und aus den praktischen Hindernissen ergeben sich die wirtschaftlichen: Wo man auf keine erprobten Verfahrenswege zurückgreifen kann, wird jedes Projekt zum Experiment. Und die Versucht-Irrtum-Methode kostet gleichermaßen Zeit, Geld und Nerven, kann also nur in Ausnahmefällen als wirtschaftlich angesehen werden. Als Druckerei kann man sich zwar auf Sechs-Farben-Drucke spezialisieren und darin seine Erfahrungen sammeln, aber dann muß man zugleich als ein Full-Service-Betrieb auftreten und die gesamte Lithografie und Druckvorstufe übernehmen – eine Perspektive, die sicher nicht auf jede Druckerei (und auch nicht auf jeden Kunden) anziehend wirkt.

Ein Unternehmen, das sich vorgenommen hat, den Mehrfarbendruck praktikabel und wirtschaftlich zu machen, ist die amerikanische Firma Pan-

Aber trotz der breiten Unterstützung findet man heute nur selten Drucksachen, die auf Hexachrome-Basis hergestellt worden sind. Ist das Verfahren einfach nicht bekannt genug? Oder ergeben sich bei der praktischen Umsetzung doch größere Probleme als die Werbeaussagen von Pantone Glauben machen? Um Antworten auf diese Fragen zu finden, hat die „PrePress“-Redaktion gemeinsam mit einigen Partnern dieses Sonderheft hergestellt. Uns ging es darum, einerseits den Qualitätssprung herauszufinden, der sich aus der Benutzung zusätzlicher Druckfarben bei der Bildreproduktion ergibt, andererseits praktische Ratschläge zu geben, wie man bei der Herstellung von Hexachrome-Drucksachen vorzugehen hat.

Und noch ein Hinweis: Dieses Heft wurde ohne finanzielle Unterstützung der Firma Pantone hergestellt. So konnten die Beteiligten der Wahrheit einiger Werbeaussagen völlig unbeeinflusst auf den Grund gehen.

Martin Wandelt

INHALTSVERZEICHNIS

Man nehme... Ein Rezept für die Hexachrome-Produktion.....	4
Warum sind sechs Druckfarben besser als vier?	4
Bildbeispiele I	6
Chronik einer Produktion: Wie dieses Sonderheft entstanden ist	8

Bildbeispiele II	10
Bildbeispiele III.....	12
Danksagung/Impressum.....	15

Da die CMYK-Grundfarben von Euroskala und Hexachrome nicht übereinstimmen, wurden zwei Bogenteile dieses Sonderhefts im Standard-Vierfarbdruck gemäß Euroskala hergestellt (Seiten 2, 3, 5, 8, 9, 12, 14), die beiden anderen im Zehnfarben-Druck mit Euroskalen-CMYK plus den sechs Hexachrome-Farben (Seiten 1, 4, 6, 7, 10, 11, 13).



Farbseparation in Photoshop mit Pantone HexImage:

Hier gibt man an, in welchem Farbraum die Daten vorliegen. Dies kann der Lab- oder ein beliebiger RGB-Farbraum sein. Im zweiten Fall ist entscheidend, daß ein ICC- bzw. ICM-Profil für den Farbraum vorliegt und an der entsprechenden Stelle auf der Festplatte abgespeichert ist.

Hiermit ist der Druckprozeß gemeint, für den Pantone vordefinierte Einstellungen mitliefert. Man hat die Wahl zwischen gestrichenen und ungestrichenen Papieren, einem starken oder mittleren GCR (Unbuntaufbau) und zwischen Positiv- und Negativplattenkopie.

Hier entscheidet man, was bei der Separation mit Farben geschehen soll, die außerhalb des druckbaren Bereichs liegen. Für die Umwandlung von Bilddaten ist nur die Option „Wahrnehmung“ geeignet. Die anderen Optionen führen entweder zu einer Farbverschiebung oder zu Zeichnungsverlusten.

spektrum ergänzen. Grün liegt zwischen Gelb und Cyan, während Orange zwischen Magenta und Gelb seinen Platz findet. Eine Veränderung dieser Kanäle wird also auch immer die beiden Nebenfarben betreffen. Im Unterschied zu den anderen Kanälen haben Orange und Grün aber keinen Einfluß auf die Graubalance des Bildes.

Während der Produktion dieses Sonderheftes haben wir einen sehr hilfreichen Weg gefunden, um trotz aller Widrigkeiten Farbkorrekturen an Hexachrome-Bildern durchzuführen. Dazu muß die Ausgangsdatei im RGB- oder Lab-Modus zur Verfügung stehen. Hier hat man verschiedene Möglichkeiten, um zum Beispiel die Rottöne des Bildes auszuwählen. Diese Auswahl sichert man und es entsteht ein Alpha-Kanal. In der Hexachrome-Datei kann man nun den Kanal des RGB-Bildes als Auswahl laden. Verändert man jetzt zum Beispiel die Gradationskurven, wirken sich diese Korrekturen nur in den roten Elementen des Bildes aus.

Sie merken daran schon, daß es nicht einfach ist, mit Hexachrome-Bil-

dern umzugehen. Man muß sehr tief in die Trickkiste greifen, um Einflußmöglichkeiten zu finden.

Farbfächer und Proof

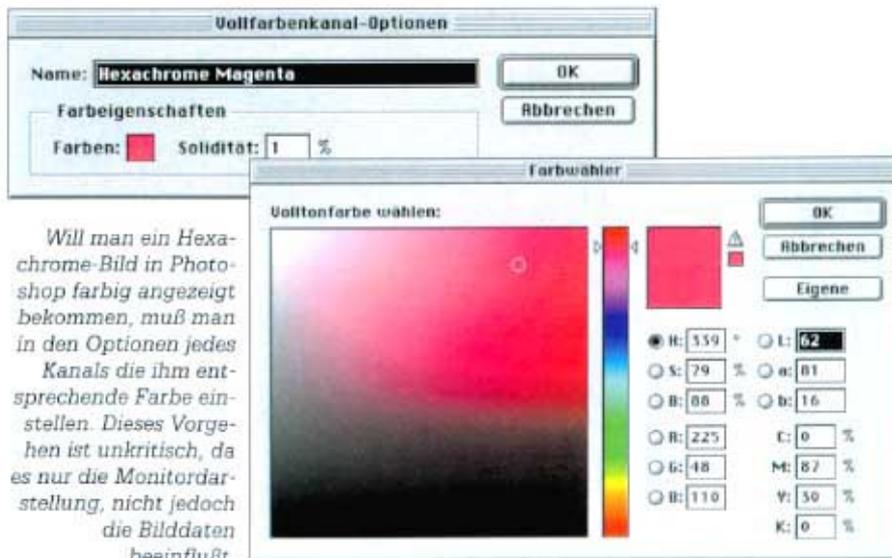
Für den Hexachrome-Druck steht ein Farbfächer von Pantone auf gestrichenem und ungestrichenem Papier zur Verfügung. Hier sind jeweils zwei benachbarte Farben plus Schwarz abgedruckt. So kann man die Kombinationen z. B. von Cyan und Grün oder Gelb und Orange überprüfen. Wie schon im Werkstattbericht erwähnt, steht man aber vor Problemen, sobald man es mit Bildelementen zu tun hat, die aus drei Buntfarben bestehen. Klassisches Beispiel hierfür sind Hauttöne, die vom Farbfächer nicht abgedeckt werden.

Die beste und sicherste Möglichkeit, die Ergebnisse zu überprüfen, ist natürlich ein Andruck. Darüber hinaus gibt es diverse Prooflösungen, die Hexachrome unterstützen. Im analogen Bereich bietet beispielsweise die Firma DuPont für ihr Cromalin-System auch Hexachrome-Farben in Puderform an – eine Lösung, mit der wir bei

der Herstellung dieses Sonderheftes gute Resultate erzielen. Bei den Digitalproofs auf Tintenstrahlbasis hängt es allein vom Rip ab, ob sich Hexachrome-Jobs ausgeben lassen. Ein Beispiel dafür wäre das Digital-Cromalin-System, ebenfalls von DuPont. Ansonsten ist die Unterstützung in diesem Bereich nicht sehr breit. Für die Computer-to-plate- oder Computer-to-press-Produktion bietet die Firma Polaroid ein digitales Rasterproofsystem namens PolaProof an, das ebenfalls in der Lage ist, Hexachrome-Jobs zu verarbeiten.

Ausgabe

Hexachrome-Dateien können aus Photoshop heraus im DCS-2.0-Format gespeichert werden. Bei der Ausgabe muß man einerseits darauf achten, daß die grafischen Elemente und die Bilder mit den gleichen Farbbezeichnungen versehen sind. Andererseits verdienen die Winkelungen der Farbauszüge Beachtung. Die kompletären Farbpärchen Grün-Magenta und Cyan-Orange müssen auf der gleichen Winkelung liegen.



Will man ein Hexachrome-Bild in Photoshop farbig angezeigt bekommen, muß man in den Optionen jedes Kanals die ihm entsprechende Farbe einstellen. Dieses Vorgehen ist unkritisch, da es nur die Monitor-darstellung, nicht jedoch die Bilddaten beeinflusst.

Hinweise zu den Bildern auf den folgenden Seiten

Auf den Seiten 6/7, 10/11 und 12/13 finden Sie eine Reihe von Bildbeispielen abgedruckt, die einen direkten Vergleich zwischen dem Euroskalen-Vierfarbdruck und dem Hexachrome-Sechsfarbdruck ermöglichen sollen. Die Sechsfarb-Separationen wurden nach der hier beschriebenen Methode erstellt und korrigiert, erheben aber keinen Anspruch auf Perfektion. Wahrscheinlich ließe sich die Qualität in allen Fällen durch zusätzliche Andruck- und Korrekturzyklen noch erhöhen. Beachten Sie in diesem Zusammenhang bitte auch das Fazit auf Seite 14.

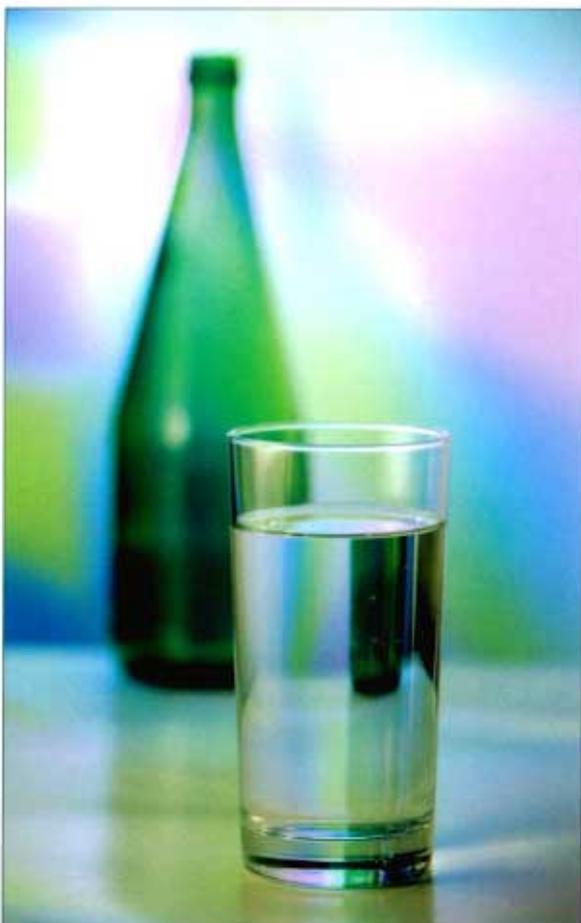




Foto: Heinz Augé



Foto: Heinz Augé

Bild: PhotoDisc

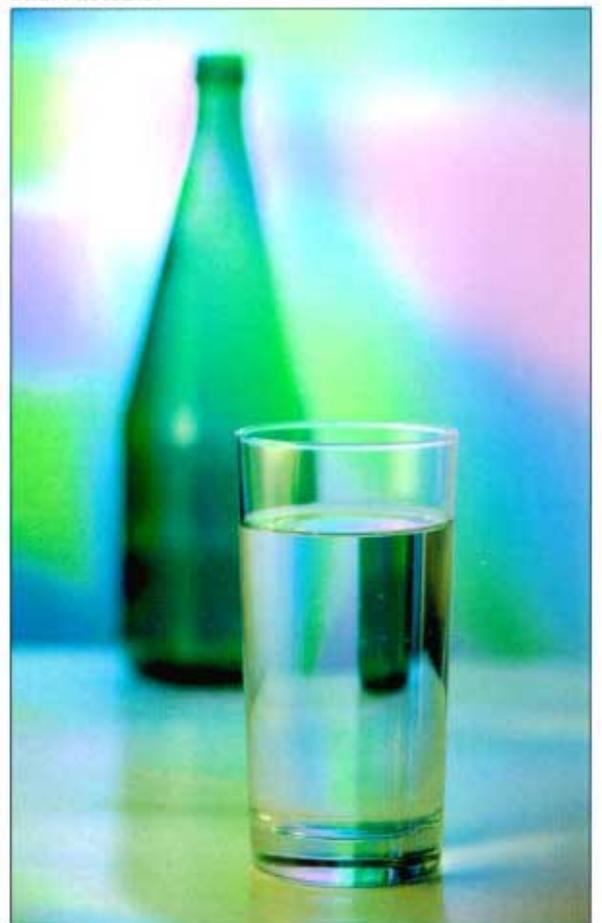


Foto: Manfred Wegener




Schwarz

Cyan

Magenta

Gelb

Grün

Orange

Die dunklen Elemente eines Bildes werden auch bei Hexachrome aus Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz aufgebaut. Die Zusatzfarben Orange und Grün sind nicht beteiligt, sondern wirken allein in den entsprechenden bunten Partien (vgl. Farbbilder auf Seite 10/11).

solche Dateien als eine Kombination aus sechs Graustufenbildern; die Bearbeitungsmöglichkeiten sind dadurch stark eingeschränkt. Auch die Informationspalette zeigt nur den Tonwert für den aktiven Kanal an, und so muß man sich, um einen Farbwert zu erfahren, mühsam durch die Kanäle klicken und Stift und Papier zur Hand haben.

Ein weiteres Problem ist, daß in dem Hexachrome-Farbfächer, den Pantone herausgibt, keine Tertiärfarben (aus drei Grundfarben zusammengesetzt) zur Verfügung stehen. Das fällt besonders bei Hauttönen auf. Sie bestehen im Hexachrome-Verfahren aus Magenta, Gelb und Orange. Im Farbfächer stehen aber nur die Orange-Gelb-, oder Orange-Magenta-Töne zur Verfügung. Zieht man nun noch die mangelnde Erfahrung mit den neuen Druckfarben in Betracht, ist die Reproduktion von Hauttönen ein Blindflug ohne Autopilot. Alle Änderungen an der Bilddatei sollte man also tunlichst schon an den Lab- oder RGB-Ausgangsdaten vornehmen.

Wir erstellen analoge Cromalin-Proofs der CMYK- und Hexachrome-Daten und sind – um es dezent auszudrücken – ernüchert. Das Hexachrome-Cromalin sieht farblos und kontrastarm aus. Man ist versucht, die Schutzfolie von dem Proof abzuziehen, doch leider ist da keine Folie. Der CMYK-Proof entspricht dagegen unseren Erwartungen.

An dem RGB-Farbraum kann es nicht liegen, da auch bei der Separation von Lab-Bildern keine besseren Ergebnisse entstehen. Die guten CMYK-Ergebnisse bestätigen uns,

daß es keine prinzipiellen Mängel an den Vorlagen gibt. Offensichtlich hat also HexImage die Farben aus dem Bild herausgezogen. Allein in den Grüntönen erkennt man im Sechsfarbdruck die Vorteile. Macht man mit unbeteiligten Personen den „Putzfrauen-Test“, bei dem man nachfragt, welches Proof schöner aussieht, schneidet das CMYK-Cromalin durchweg besser ab. Auch bei Pantone hat man für dieses niederschmetternde Ergebnis keine Erklärung.

Wir stellen uns ernsthaft die Frage, ob Hexachrome nur Sinn macht, wenn man orangefarbene Zitrusfrüchte auf grünem Rasen reproduzieren will.

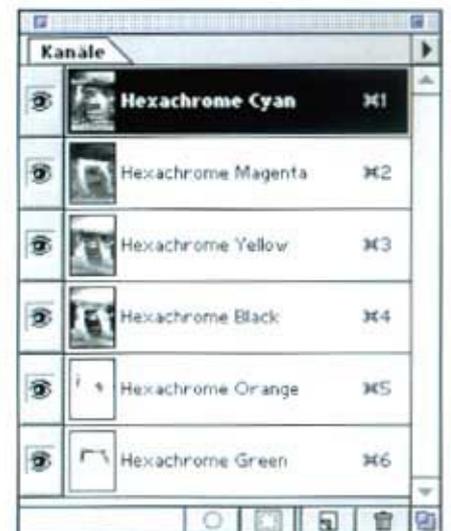
4. Woche: „Todsünden bringen uns weiter“

Noch wollen wir uns nicht geschlagen geben und verändern nun die Farbmanagement-Einstellungen. Die RGB-Daten, die ursprünglich aus dem Farbraum „ColorMatch RGB“ stammen, werden ohne Konvertierung in einem weitaus größeren RGB-Farbraum („ColorSolutionsRGB“) geöffnet. Dies führt zu einer höheren Farbsättigung, ohne daß die Tonwerte davon berührt werden. Stattdessen gibt man dem Bild einen neuen, größeren Rahmen, in dem sich die Farben entfalten können. Wir sind uns allerdings auch bewußt, daß wir damit eine der Todsünden des Farbmanagements begehen. Wir entfernen uns vom Original und verlieren damit natürlich auch die Berechenbarkeit in der Produktion.

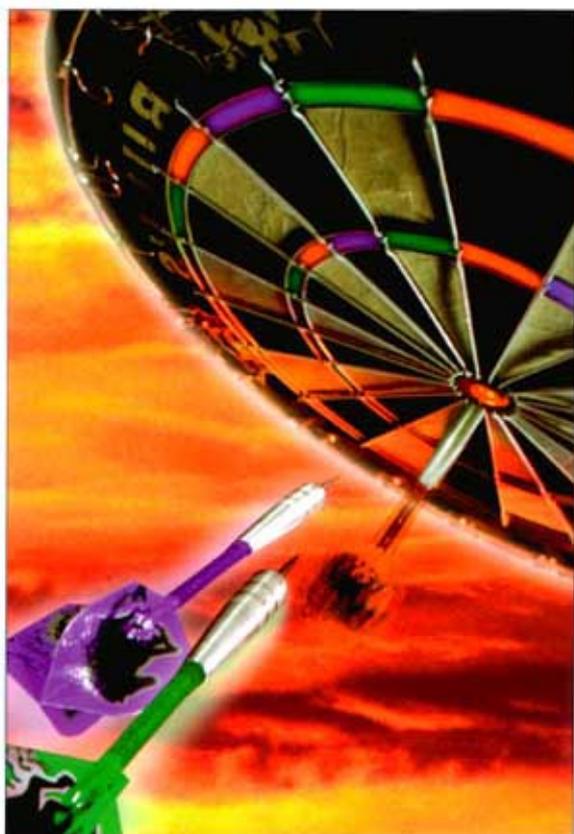
Auch diese Daten werden geproof, und dieser zweite Versuch bringt

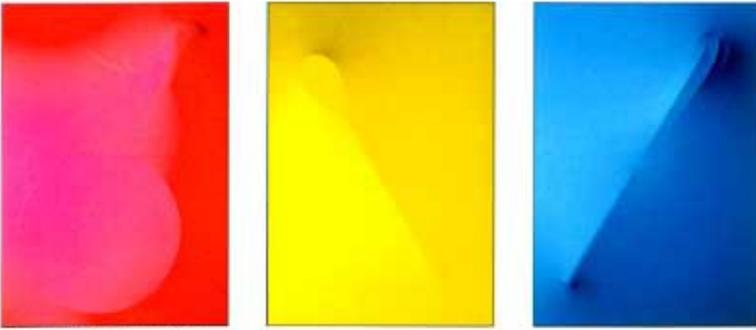
schon sehr viel bessere Resultate. Wir sind mit sechs Farben inzwischen schon annähernd so gut wie der klassische Vierfarbdruk. Im nächsten Schritt entscheiden wir uns, die Farbsättigung im RGB-Modus weiter zu erhöhen und nach der Separation im Hexachrome-Bild die Gradationskurven steiler zu machen. Erst jetzt erzielen wir Resultate, die zufriedenstellend sind und wirklich den größeren Farbraum ausnutzen. Das eigentliche Ziel, strahlende und reine Farbtöne drucken zu können, kommt endlich in greifbare Nähe. Es ist an der Zeit zu überprüfen, ob wir bei einem An-

Fortsetzung auf S. 14



Bei der Separation nach Hexachrome entsteht ein Mehrkanalbild. Jeder Farbauszug wird von Photoshop als eigenständiges Graustufenbild behandelt, was Farbkorrekturen äußerst schwierig macht.





Fotos: Thorsten Kern



Foto: Thorsten Kern



Foto: Manfred Wegener

Foto: Wolfgang Burger, eyelike-contest 99

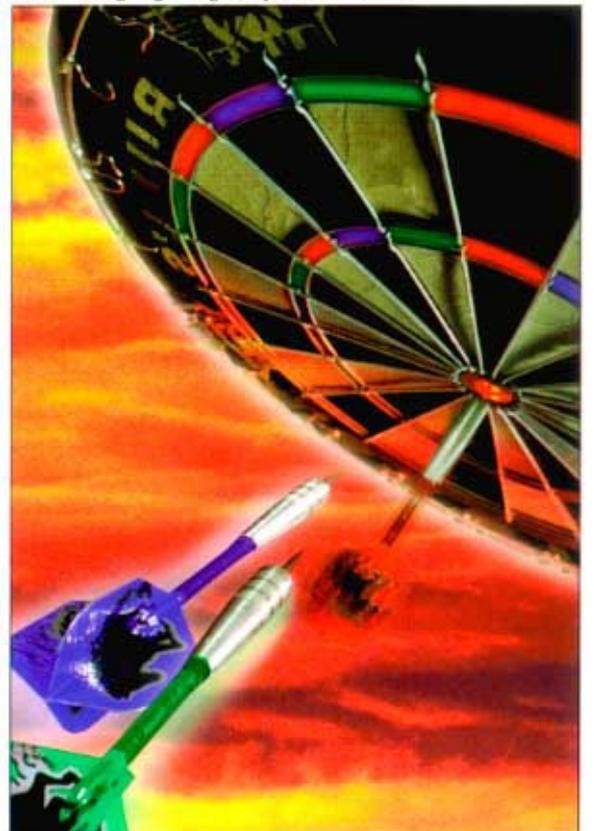


Bild: PhotoDisc







Foto: Pedro Citoler



Foto: Pedro Citoler

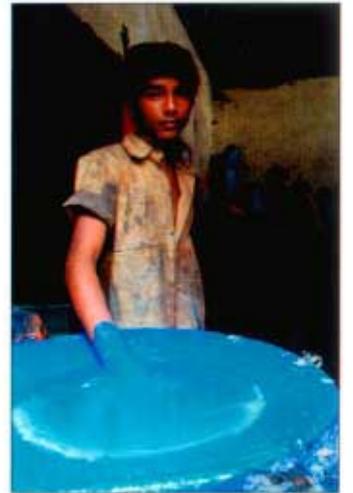


Foto: Pedro Citoler



Foto: Manfred Wegener



Foto: Stefan Schöning, eyelike-contest 99



Foto: Jürgen Schaden

**Nur echtes Grau
trägt unseren Namen**

20.-25.09.
photokina 2000
Halle 3.1 M50

4966 NEUTRAL-GRAUKARTE DIN A4/ls	32,-
4962 GRAUKEIL 12stufig A5	49,-
6624 FT8-Set (Print+Dia+File)	138,-
1512 BRIGHTNESS-CONTROL PDF-Disk	38,-

+ 15,- DM Porto und Verpackung

FOTOWAND **Tepestraße 20a**
TECHNIC **D-27257 Sudwalde**

TEL 04247-1521 FAX 1510 www.fotowand.com

Fortsetzung von S. 9

druck auf der Druckmaschine zu vergleichbaren Ergebnissen kommen.

5. Woche: „Schön ist es schon“

Hexachrome-Aufträge stellen an die Drucker im Grunde keine höheren Anforderungen als der Vierfarbdruck. Die Komplementärfarben Orange/Cyan und Grün/Magenta liegen auf der gleichen Winkelung. Da weder in den farbigen Elementen noch in den Grautönen des Bildes diese Farbkombinationen aufeinandertreffen, besteht nicht die Gefahr, daß Moirées oder störende Strukturen entstehen.

Die Tücke liegt wie immer im Detail. Ist es QuarkXPress oder die Signa-

Station, mit der die Speedmaster DI angesteuert wird? Als wäre ein Zufallsgenerator am Werk, kommen die Hexachrome-Auszüge mal auf dem einen, mal auf dem anderen Druckwerk an. Bei einer herkömmlichen Druckmaschine wäre das kein großes Problem, aber da bei der Speedmaster DI die Plattenbebilderung in der Maschine erfolgt, ist es unerfreulich, wenn im Cyan-Druckwerk plötzlich die Druckplatte für Orange zu finden ist. Lösen läßt sich das Problem nur, indem wir die Belichtung in jedem Druckwerk einzeln durchführen, auch wenn die Bebilderung damit erheblich länger dauert.

Der Andruck zeigt uns aber, daß wir auf dem richtigen Weg sind. Die Chromalin-Proofs stimmen überraschend gut mit dem Hexachrome-Druckergebnis überein. Endlich erleben wir

wirklich die Vorzüge des Sechsfarbdrucks. Ganz offensichtlich sind diese bei den starken, bunten Farben, aber auch manche Pastelltöne wirken klarer und reiner als im Vierfarbdruck. Das Resultat ist aber noch nicht perfekt. So hat die Aufteilung der Gradationskurven in den Hexachrome-Dateien nicht nur die Farbigekeit erhöht, sondern auch Tiefenzeichnung gekostet.

Fazit

Die Hoffnung, mit Hilfe des Farbmanagements und eines definierten RGB-Farbraums einfach ein Bild in Hexachrome umzuwandeln und sich dann an dem Ergebnis zu erfreuen, hat sich leider zerschlagen. In unserem Fall führt ein durchgehender Farbmanagement-Workflow und die Einhaltung der Handbuchregeln keineswegs zu dem gewünschten Resultat. Erst die „Spreizung“ der Bilddaten in einen größeren Farbraum und die Erhöhung der Farbsättigung haben uns zu druckbaren Ergebnissen verholfen. Somit bleiben die meiste Arbeit und Verantwortung bei den Operatoren in der Druckvorstufe. Aus dem Stand heraus eine standardisierte Produktion zu beginnen, ist nach unserer Erfahrung nicht realistisch. Man wird schon einige Testreihen benötigen, bevor man zufriedenstellende Resultate erzielt. Hat man diese Startphase aber überwunden und ist man bereit, Farbkorrekturen überwiegend in RGB oder Lab durchzuführen, sollte der Umgang mit sechs Farben keine unüberwindbaren Schwierigkeiten bereiten.

Wir müssen allerdings zugeben, daß wir uns mehr erhofft hatten. Es war das selbstgesteckte Ziel, im direkten Vergleich zwischen Hexachrome und Eurokala die Möglichkeiten des größeren Farbraums zu demonstrieren. Bei vielen Bilddaten hat der Einsatz von sechs Farben aber nicht zu einer entscheidenden Qualitätssteigerung geführt. Die geringe Erfahrung mit sechsfarbigem Separationen hat die Vorteile von zwei zusätzlichen Druckfarben oftmals aufgehoben. So bleiben die schreiend bunten Bonbon-Farben, die mit Hexachrome deutlich besser reproduziert werden können.

Bei Redaktionsschluß lag noch kein gedruckter Vergleich zwischen vier- und sechsfarbigem Bildern vor. Die letztendliche Bewertung findet sich also nicht in diesem Absatz, sondern wird auf den Bilderseiten getroffen. Und wie die aussehen, darauf sind wir alle sehr gespannt.

Blick in den Drucksaal der Zippel Net-Market AG aus Hependorf, in dem dieses Hexachrome-Sonderheft entstanden ist. Gedruckt wurde auf einer Heidelberg Speedmaster DI, einer digital angesteuerten Sechs-Farben-Druckmaschine, bei der die Bebilderung der Platten in den einzelnen Druckwerken stattfindet und die darum prädestiniert ist für die Herstellung kleiner bis mittlerer Auflagen mit hohen Anforderungen an Farbverbundlichkeit und Druckqualität (Print on Demand). Die Integration des Hexachrome-Verfahrens in den Arbeitsablauf gelang relativ problemlos, da im Hause Zippel ohnehin alle Prozessschritte, von der Vorstufe bis zur Plattenbebilderung, komplett digital ablaufen.



Danksagung

Die Herstellung dieses Sonderhefts wäre nicht möglich gewesen ohne die freundliche Unterstützung der folgenden Unternehmen:

G + G Copynet,
Hamburg

Heidelberger Druckmaschinen AG,
Heidelberg

Jenoptik Laser, Optik, Systeme
GmbH, Eching

Zanders Feinpapiere AG,
Bergisch Gladbach

Zippel NetMarket AG,
Heppendorf

Wir bedanken uns bei allen
Sponsoren für ihre Unterstützung.


ZIPPEL
UNITED ARTS OF COMMUNICATION


JENOPTIK
JENA
Laser.Optik.
— Systeme.
JENOPTIK-Gruppe.


ZANDERS INTERNATIONAL  PAPER



HEIDELBERG

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Postfach 1229, 40832 Ratingen
40878 Freiligrathring 18-20
Telefon: (0 21 02) 20 27-0
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90
Online: www.PrePressWorld.de
E-Mail: prepress@cat-verlag.de
Postbank Essen 164 565-438

OBJEKTLEITUNG:

Dipl.-Kfm. Andreas Blömer

REDAKTION:

Martin Wandelt (verantwortlich)
Hennig Wargalla

SCANS u. BILDVERARBEITUNG

Hennig Wargalla
Digitale Bildverarbeitung, Köln
Reprowerkstatt, Köln
Zippel NetMarket AG,
Heppendorf

FOTOGRAFEN

Heinz Augé
Braunstr. 17, 50933 Köln
Wolfgang Burger
Ludwigstr. 2, 90763 Fürth
Pedro Citoler
Kartäuserhof 24, 50678 Köln
Thorsten Kern
Braunstr. 17, 50933 Köln
www.food-foto.de)
Jürgen Schaden
Körnerstr. 71,
50823 Köln
Stefan Schöning
Schulze-Delitzsch-Str. 3,
49716 Meppen/Ems
Manfred Wegener
Darmstädter Str. 11,
50678 Köln
PhotoDisc
Bahrenfelder Chaussee 49,
22761 Hamburg

ANZEIGEN:

Dipl.-Oec. Oliver Göpfert

LAYOUT:

Karin Franken

ISSN: 0942-207

VERTRIEB:

Karin Engemann

DRUCK:

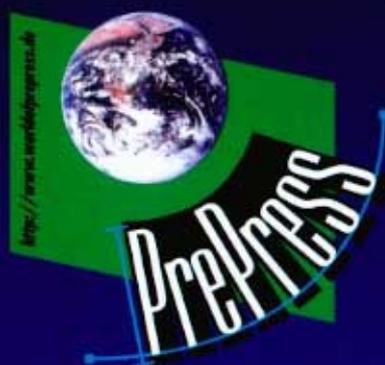
Zippel NetMarket AG,
Heppendorf

PAPIER:

ikono gloss 135 g/qm,
Premiumpapier der Zanders AG

 **ikono**[®]
gloss

Das Branchenportal für PrePress und Digitaldruck



www.prepressworld.de

täglich aktuelle Nachrichten
PrePress Buyer's Guide
kostenlose Kleinanzeigen
Veranstaltungskalender
Downloads
kostenloser Newsletter

„Creativity...@Home, @Work, @Play“ heißt das Motto der umfangreichen Präsentation von Innovationen und Lösungen für die digitale, die konventionelle und die Sofortbildverarbeitung, mit der Polaroid auf der photokina 2000 vertreten ist. In Halle 7 will das Unternehmen seine globale Rolle im Imagingbereich und seinen Status als universelles Medium für kreative Lösungen in den verschiedensten Bereichen unterstreichen.

Polaroid Motto heißt „Creativity...@Home, @Work, @Play“

Neben der Vorstellung neuer Farbvarianten und Ausstattungsmerkmale für die **i-zone Kamera** zeigt Polaroid ein vollkommen neues Design für diese Kamera. Es zeichnet sich durch eine schlankere Form und unterschiedliche auswechselbare Rahmen sowie durch andere stilistische Merkmale aus, die eine individuelle Gestaltung der Kamera ermöglichen. Mit der i-zone „Webster“, einem kleinen und handlichen Gerät, das i-zone Fotos für die Weitergabe im Internet digitalisiert, bahnt Polaroid der i-zone Kamera den Weg in den Cyberspace. Zudem gibt es neues Zubehör für die i-zone.

Premiere feiert **Combo**, die Kombination aus einer i-zone Sofortbild- und einer Digitalkamera. Mit ihr kann der Fotograf zwischen einem Sofortbild oder einer digitalen Aufnahme wählen, die er am PC weiterverarbeiten oder als E-Mail-Anhang verschicken kann.

Zur photokina 2000 erscheint die silberne „**P**“ **Camera**, die Lifestyleversion der 600er Serie, in neuem Finish und Packaging. Auch die **Polaroid 600 Kamera** erhält neue Farben und präsentiert sich jetzt in einem unverwechselbaren Design.

Die **JoyCam** wird es neben der silbernen Millennium Edition in einem neuen, elegant auffallenden Metallblau und in einer Sonderausführung in schillernden Farbtönen geben. Einer der Blickpunkte in Köln wird der Joy-Cam Heißluftballon sein: Über 20 Meter große Lippen schweben mit einem gigantischen Lachen in der Luft. Während der photokina wird der Ballon

im Umfeld der Messehallen zu bestaunen sein.

Auch bei der **Polaroid Image Serie** gibt es Neuerungen. Zum Beispiel die **1200er Sofortbildkameraserie**, die für einen neuen 1200er Film mit zwölf Aufnahmen entwickelt wurde. Weitere Modelle der 1200er Serie kommen Ende des Jahres.

Polaroid zeigt auf der photokina erstmals eine **Digitalkamera mit eingebautem Foto-Printer**. Sie gibt Bilder auf Polaroid 500 Sofortbildfilm aus. Die Kamera wurde erstmals am

Polaroid Neuheiten in Stichworten

In Köln wird Polaroid mit folgenden Neuerungen vertreten sein:

- Ergänzungen der Produktpalette an Sofortbildkameras und Filmen (inklusive eines neuen Designs für die Polaroid i-zone Kamera),
- handlich kleiner Digitalisierer für i-zone Fotos,
- kombinierte Sofortbild- und Digitalkamera,
- Kleinbild- und APS-Kameras,
- digitaler Fotodrucker,
- internationale Produktlinie an digitalen Kameras,
- digitale Kamera mit integriertem Fotodrucker,
- Systeme für die Ausweissfotografie,
- professionelle Scanner, Filmbelichter und Projektoren.

Zusätzlich zeigt Polaroid auf der Messe eine Reihe neuer Lösungen für professionelle und wissenschaftlich/technische Anwendungen.

25. Juli in einem Webcast vorgestellt und erlebt ihr Live-Debüt zur photokina 2000 zusammen mit einem **portablen Printer**, der über digitale Memory-Karten gespeist wird und Bilder auf Sofortbildfilm Typ 500 ausgibt. Beachtung wird eine neue **digitale Kamera** finden, in der ein **MP3-Player** für die Wiedergabe digitaler Musikstücke integriert ist.

Der Studio Polaroid Bereich wird ebenfalls um neue Produkte und Serviceleistungen erweitert. Neu gezeigt wird **Studio Polaroid – D 360**, ein digitales System mit einer neuen Digitalkamera und neuer Software. Darüber hinaus werden weitere neue **Studio Polaroid Kameras** vorgestellt.

Weiterhin stellt Polaroid zur photokina den neuen **SprintScan 45 Ultra** (einen Multiformat-Scanner für Kleinbild- bis zum 4x5-Zoll-Formate) und den **SprintScan 4000** für das High-Speed-Scanning unterschiedlicher Dia- und Negativformate auf 35 mm und APS-Filmen vor. Der SprintScan 4000 wird mit einem umfangreichen neuen Softwareprogramm vorgestellt. Mit der **Pro Palette 8045** und der **Pro Palette 8067** ist Polaroid auch mit funktionsstarken und vielseitigen Filmbelichtern vertreten. Ebenfalls gezeigt wird eine breite Produktrange an innovativen **Projektoren** für die unterschiedlichsten Einsatzbereiche.

Im **ProFoto Center** in Halle 7 zeigt das Unternehmen in unterschiedlichen Präsentationen und Ausstellungen die Vielfalt und Kreativität der unterschiedlichen Polaroid Materialien und Techniken für die professionelle Fotografie. In einem speziellen Studiobereich wird sowohl mit der bekannten 50x60 als auch mit anderen großformatigen Kameras gearbeitet.

Des weiteren gibt es neue Lösungen von Polaroid und seinen OEM-Partnern zu sehen, unter anderem eine neue, rein manuelle Kamera für **Polaroid Trennbild-Packfilme**, neue **Printer** von Daylab für die Belichtung von Dias auf verschiedenen Polaroid Sofortbildfilmen sowie neue **Kamerarückteile** und **Spezialsysteme**.

Für die wissenschaftliche und technische Fotografie zeigt Polaroid aktuelle Versionen der **Macro 5** und **Macro 3** Kameras sowie die neueste Entwicklung der **Digital Microscope Camera**, die **DMC2e**.

ES IST AN DER **ZEIT**, UNSEREN
HÄNDLERN ETWAS SEHR **WICHTIGES**
ZU SAGEN: **DANK**E



Kodak

KODAK FARBWELT FILME

Wir möchten uns heute ganz einfach einmal bei Ihnen für das Vertrauen in das Konzept der KODAK FARBWELT Filme bedanken. Gemeinsam haben wir es geschafft, mit einer neuen, klaren Produktausstattung, eindeutiger Positionierung und einfachen Botschaften immer mehr Kunden für KODAK FARBWELT Filme zu begeistern. Und die Erfolgsgeschichte geht weiter. Wenn Sie noch nicht von diesem Erfolg profitieren, rufen Sie jetzt an: **07 11-406 28 28**.

Willkommen in der farbigen Welt von Kodak



Testergebnis
FotoMAGAZIN 4/2000

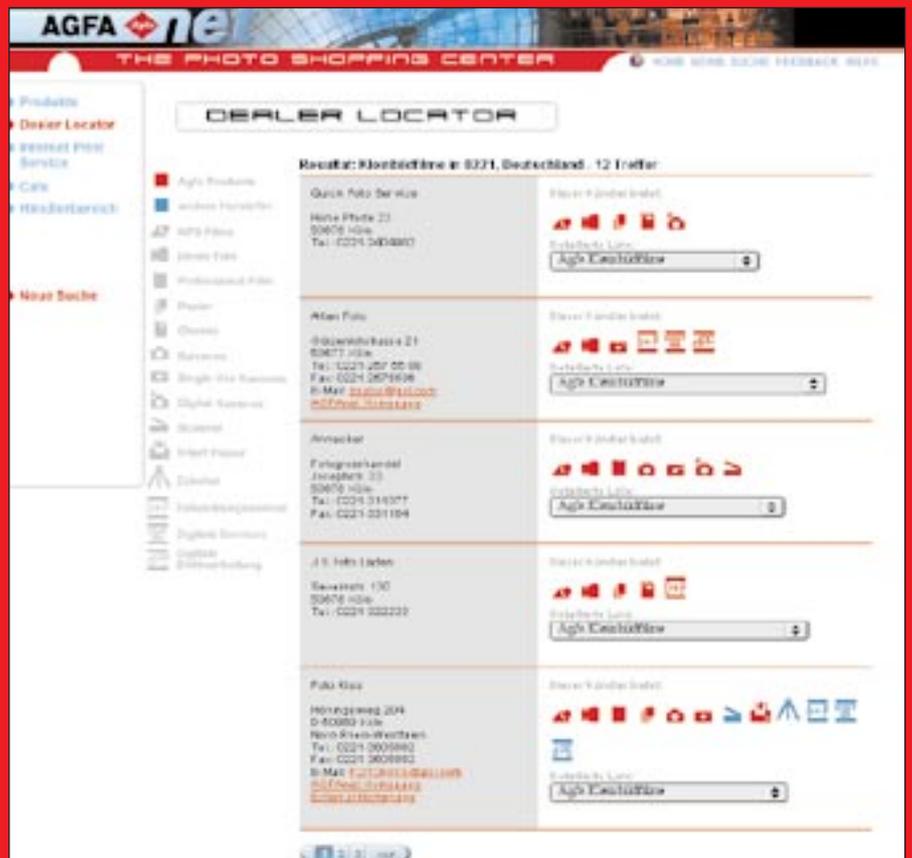


Testergebnis
FotoMAGAZIN 4/2000



AGFAnet wird zum Online-Marktplatz

Mit einer neu gestalteten Homepage präsentiert sich Agfanet im Internet. Nach wie vor steht den Agfa-Handelspartnern darin breiter Raum zur Verfügung.



- Neues Design der Homepage
- Dealer Locator
- Händler-Pages
- Fotoshopping
- Informationen
- Downloads
- Wettbewerbe
- Grußkarten

„Immer mehr Menschen fotografieren digital. Agfa will ihnen die Chance geben, diese Fotos in professioneller Qualität auf richtigem Fotopapier geprintet zu bekommen“, meinte Georges Brys, General Manager Business Group Consumer Imaging bei der Agfa-Gevaert Gruppe, in einem Gespräch mit *imaging+foto-contact*. Erreichen will Agfa dieses Ziel unter anderem mit seinen neuen MSC.d-Minilabs, die durch ein sogenanntes „FIT-Modul“ in der Lage sind, digitale Bilddaten auf herkömmlichem Fotopapier auszubelichten. Mit der Einführung dieser Geräte verbunden ist ein neues Konzept zur Vermarktung digitaler Bilddaten. Hier lautet die Devise: „Der Verbraucher soll so einfach wie möglich an seine Bilder kommen.“ Gleich drei Wege bietet Agfa ihm dazu an: die Abgabe der digitalen Datenträger beim Fotohändler, die Agfa e-box, ein neues Kiosksystem, das automatisch Bildbestellungen von digitalen Daten entgegennimmt, und den Online Print Service über das Agfanet. Bei diesem Internet-Angebot, das sich seit einigen Wochen in überarbeitetem Design zeigt, bildet das Foto-shopping allerdings nur einen kleinen Teil der Serviceleistungen. Informationen und Software-Downloads, Links und Wettbewerbe, Newsletters und Diskussionsforen machen das neue Agfanet zu einem Marktplatz rund um analoge und digitale Bilder. Und natürlich wird auch den Agfa-Handelpartnern im Agfanet breiter Raum gewidmet.



Die neuen MSC.d-Minilabs von Agfa verfügen über ein „FIT“-Modul (Flexible Imaging Technology), das es ihnen ermöglicht, digitale Bilddaten auf herkömmlichem Fotopapier auszubelichten.

Brys zeigte sich davon überzeugt, daß Agfa dank der neuen digitalen und hybriden Laborgeräte (siehe Seiten 34–36 in dieser Ausgabe) zukünftig in der Lage sein wird, höchste Kundenansprüche bezüglich der Ausbelich-

jede Kamera andere Pixel. Daher ist klar, daß jedes Bild auch in einer anderen Weise geprintet werden muß, um ein optimales Resultat zu liefern.“

Ähnlich wie bei der Total Film Scanning- und der Dimax-Technologie gelang Agfa die Bildoptimierung mit der jüngsten Laborgerätegeneration auch bei digitalen Bilddaten. „Das Wichtigste bei dieser Technologie, die wir d-TFS getauft haben, ist die Tatsache, daß die Bildoptimierung vollautomatisch erfolgt“, erläuterte Brys. „Dabei sind Printleistungen von bis zu 1.700 Stück pro Stunde möglich.“



Georges Brys, General Manager Business Group Consumer Imaging bei der Agfa-Gevaert AG

tung digitaler Bilddaten zu erfüllen. „In der Entwicklung der Maschinen steckt allerdings eine Ingenieurleistung, die auf den ersten Blick nicht ersichtlich wird“, stellte Brys fest. Denn im Gegensatz zu Filmen, deren Emulsionen im wesentlichen vergleichbar seien, kämen Digitalbilder aus Kameras, die von Typ zu Typ mit unterschiedlichen Algorithmen arbeiten und dementsprechend unterschiedliche Bilddaten liefern. Brys: „Vereinfacht gesagt, liefert

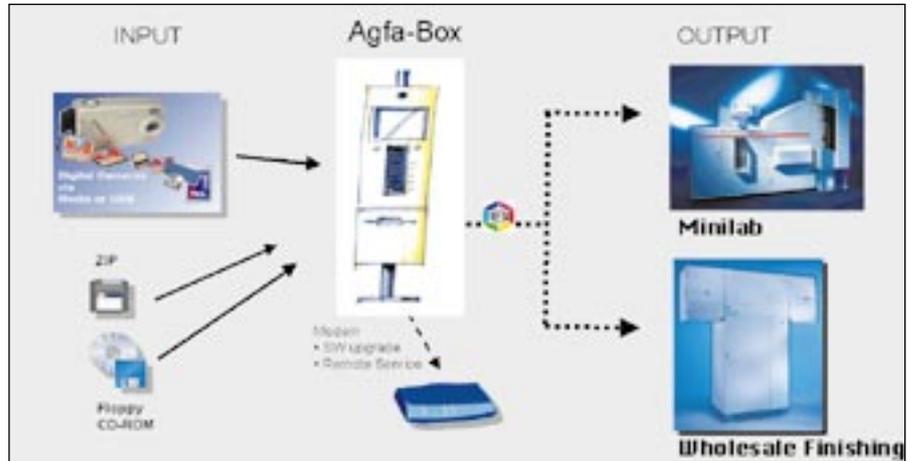
Korrekturen nur dort, wo sie notwendig sind

Verbessert werden beispielsweise Schärfe, Kontraste, Unterbelichtungen und Farbtöne. „Allerdings“, so Brys, „erfolgen die Korrekturen nur in den Bildbereichen, in denen sie tatsächlich notwendig sind. Wir machen uns dabei die Tatsache zunutze, daß prinzipiell in jedem Pixel eine genaue Information enthalten ist, die man aber nicht sehen kann. Mit Hilfe eines riesigen Rechenaufwandes ermitteln wir für jeden einzelnen dieser Bildpunkte, welche Korrekturen in welchem Umfang gemacht werden müssen.“ Besondes hervorzuheben sei dabei die Farbtonekorrektur. Brys: „Sie stellt für mich den bedeutendsten Fortschritt dar und wird zu Bildverbesserungen

führen, die die klassische Fotografie revolutionieren werden.“

Daß der Kunde von all den Verbesserungen automatisch profitiert, gehört zum Konzept. Eine der Voraussetzungen dafür, den digitalen Bilderdienst möglichst einfach gestalten zu können, ist, vielfältige Wege der Nutzung anzubieten. So kann der Agfa Kunde digitale Daten aus den verschiedensten Quellen printen, sei es aus Scannern, Digitalkameras oder dem Internet oder unter Zuhilfenahme der neuen Agfa e-box.

Dabei kommt vor allem dem Internet ein hoher Stellenwert zu. „Wir haben unser Webangebot Agfanet, das wir zur PMA 1999 erstmals öffentlich präsentiert, konsequent weiterentwickelt“, sagte Dr. Ulrich Thieme, Leiter Kommunikation & Websites, Consumer Imaging, bei Agfa. „Agfanet bietet heu-



Mit seinen neuen Services und Labormaschinen bietet Agfa seinen Kunden vielfältige Möglichkeiten, digitale Bilddaten zu verarbeiten.

auch die Angebote der Handelspartner bekannt machen, die sich mit einer eigenen Homepage an Agfanet beteiligen“, stellte Thieme fest. Um hohe Zugriffsraten zu erzielen, nutzt Agfa ver-

Mortsel. „Außerdem besitzen einige unserer neuen Kameramodelle einen Printbutton, bei dessen Betätigung automatisch die Client-Software für den Agfanet Print Service startet.“

Als weitere Möglichkeit zur Erzielung von Traffic nannte Huysmans die Kooperation mit anderen Anbietern. So

Internetservice für Kunden und Verbraucher steht auf zwei Säulen

te eine Plattform, auf der sich Händler und Verbraucher treffen.“

Das Webangebot von Agfa steht auf zwei Säulen: der Community, in der Informationen und Mehrwertdienste bereitgestellt, Fragen erörtert oder Wettbewerbe veranstaltet werden, und den Commercial Services, bei denen der Surfer Gelegenheit hat, sich darüber zu informieren, welche Agfa Produkte und Dienste es überhaupt gibt und von welchen Händlern diese angeboten werden.

„Die Community soll vor allem für Traffic auf der Agfanet-Seite sorgen und so

schiedene Möglichkeiten. So werden beispielsweise alle neuen Scanner und Kameras des Unternehmens mit der Client Software ausgeliefert, die erforderlich ist, um den Online Print Service nutzen zu können. Auf diesem Weg wird jeder, der die Software installiert und ausprobiert, automatisch zum Agfanet Print Service geführt. „Es ist unsere Zielsetzung, durch Agfas digitale Consumerprodukte möglichst viel Traffic zu generieren“, betonte Erik Huysman, International Business Development & Alliances Manager E-Services bei Agfa-Gevaert N.V. in



Über den Agfanet Print Service kann der Endverbraucher seine Bilder auf Fotopapier printen lassen.



Die Farbtonverbesserung gehört zu den interessantesten Fortschritten, die mit Agfas d-TFS erzielt werden konnten.

wird zukünftig etwa der PC-Händler Packard Bell, nach eigenen Angaben die Nummer eins bei Consumer PCs in Europa, seine Rechner mit integrierter Agfa Client-Software ausliefern. Weitere Allianzen ist Agfa mit den Bildbearbeitungsspezialisten Ulead und Corel eingegangen, die den Zugang zum Agfanet Print Service ebenfalls in ihre Programme integrieren werden. Und schließlich existiert auch eine Interessengemeinschaft mit dem finnischen Hersteller Nokia, der mit seinem Communicator und seinem CardPhone zwei zukunftsorientierte Produkte im Programm hat, die spätestens mit Ein-

führung des neuen Telefonstandards UMTS eine wichtige Rolle bei der mobilen Übertragung von Bilddaten spielen werden. Gegenseitige Links auf den jeweiligen Internet-Seiten der Unternehmen sorgen zusätzlich für gesteigerte Besucherfrequenz. Huysmans: „Wir werden die Zahl der Allianzen zukünftig weiter erhöhen, um unser Ziel zu erreichen.“

Neue Services weiten das Angebot aus

Mit dem überarbeiteten Auftritt bietet Agfanet auch eine Reihe neuer Services. So wurde beispielsweise das Angebot der „Agfa ArtCards“ ausgeweitet. Derzeit nur in Deutschland, demnächst aber auch in anderen Ländern bietet dieser Service dem Nutzer die Gelegenheit, online individuelle DIN A5 Klappkarten für Einladungen und andere Gelegenheiten zu erstellen. Dazu stehen ihm Motive aus einem ständig wachsenden Archiv ebenso zur Verfügung wie eigene Digitalbilder. Die Karten werden dem Besteller nach Auftragserteilung in gedruckter Form zum Signieren nach Hause geschickt. Neu ist seit einigen Wochen der Agfanet Newsletter. In diesem E-Mail-basierten Medium finden sich detaillierte Informationen zu neuen Entwicklungen im Bereich der Fotografie und des Digital Imaging. Um den Newsletter, den es in deutscher, englischer und französischer Sprache gibt, zugestellt zu bekommen, muß sich der User lediglich im Agfanet Cafe registrieren. Rechtzeitig zur photokina wurde im Agfanet darüber hinaus ein großer, internationaler Fotowettbewerb mit attraktiven Preisen ausgeschrieben. Angesprochen sind Amateur- und Hobbyfotografen. Die besten 40 Bilder werden nach Ablauf des Wettbewerbs und der Auswertung durch die Jury online ausgestellt.

Beteiligungsmöglichkeiten für Handelspartner

Doch natürlich bleiben die Agfa-Händler beim Agfanet nicht außen vor. „Um Besuchern des Agfanet einen besseren Überblick über das Angebot unserer Handelspartner zu geben, haben diese die Möglichkeit, sich auf einer bisher bis zu fünf Seiten umfassenden Homepage mit ihrem Angebot zu präsentieren“, meinte Dr. Ulrich Thieme. „Und zwar vollkommen kostenlos.“ Ab der photokina wird dieses Angebot um eine sechste Seite erweitert, auf der der Händler den Agfanet Print Service darstellen kann. Dabei ist die Einrichtung einer eigenen Seite einfach: Agfa stellt verschiedene Tools und vorgefertigte Layout-Varianten bereit, die es auch Ungeübten leicht machen, eine Homepage nach eigenen Vorstellungen zu gestalten. „Auch hier war es wieder unsere Intention, es unseren Partnern so einfach wie möglich zu machen“, sagte Dr. Dominik Endler, Leiter Marketing Laborgeräte bei Agfa. Viele kleine und mittlere Händler



Ein Demoshop informiert interessierte Händler darüber, wie ihr Auftritt im AgfaNet aussehen könnte.

verbessern wir seine Chance erheblich. „Die Vorteile des Agfanet für die kommerziellen Agfa-Partner sind offensichtlich“, stellte Georges Brys ab-

Handelspartner können eigene Seite im AgfaNet präsentieren

hatten seiner Erfahrung nach das Internet immer noch für ein sehr kompliziertes Medium. Endler: „Mit den Möglichkeiten des Agfanet beweisen wir, daß diese Ansicht falsch ist.“ Damit der Endanwender in der Vielfalt des Angebotes „seinen“ Agfa-Händler findet, bietet das Agfanet einen erheblich verbesserten „Dealer Locator“. Per Land, Stadt, Telefon-Vorwahl oder Postleitzahl werden die Händler aufgelistet, die die vom Surfer gesuchten Produkte führen. Thieme: „Der einzelne Händler hat es schwer, sich im Netz bemerkbar zu machen. Mit unseren Angeboten

schließend fest. „Die Agfa-Händler und Dienstleister können ohne finanziellen Aufwand und ohne technisches Know-how von Anfang an in einem professionell gestalteten Online-Umfeld Erfahrungen mit dem Medium Internet sammeln und zugleich neue Kundengruppen erschließen.“ Zudem sichere das Agfanet eine hohe Kundenfrequenz. Brys: „Somit ist das Agfanet ein gelungenes Bindeglied zwischen Endverbraucher und Händlern und eine gute Basis für weitere E-Commerce-Aktivitäten von Agfa und seinen Partnern in der Zukunft.“ hepä



„den AgfaNet Print Service“



„Kann man die denn nur am Bildschirm sehen?“



„Den AgfaNet Client erhalten Sie im Internet.“

Eine witzige Animation macht den Surfer auf die Möglichkeit aufmerksam, von digitalen Bildern auch „echte“ Fotos zu bekommen.

Revolutioniert der Digitaldruck die Bildherstellung im Großlabor?

Bisher galt es als ausgemacht, daß digitale Bilder in hoher Qualität am schnellsten und preisgünstigsten auf Fotopapier ausgegeben werden können. Auf der photokina gibt es jetzt erstmals eine Alternative: Der Digitaldruck-Pionier Indigo stellt eine komplette Produktpalette von Fotofinishing-Geräten vor, die Fotos auf drucktechnischem Weg erzeugen.

Indigo zeigt digitale „Laborgeräte“

Wenn es nach Indigo geht, wird dieses Verfahren die Fotobranche in ähnlicher Weise revolutionieren, wie die Digitaltechnik die Arbeitsabläufe in den Druckereien neu definiert hat. Hier ermöglichen digitale Druckverfahren – meist auf Tonerbasis – nicht nur die schnelle Herstellung kleiner und mittlerer Auflagen, sondern vor allem vollständig individualisierter Drucksachen. Dadurch wird diese Technik auch zur

aufwarten, über das Indigo Photo-e-Print Minilab mit 5.440 10 x 15 cm Prints pro Stunde bis zu Hochgeschwindigkeitsprinter für Großlabors, die Geschwindigkeiten von 21.760 10 x 15 cm Bildern pro Stunde erreichen.

Vollständig digitaler Prozeß

Voraussetzung für die Herstellung von Fotos im Druckverfahren sind natürlich digitale oder digitalisierte Bilder.

Da inzwischen sehr schnelle Filmscanner auf dem Markt sind, ist es durchaus denkbar, daß in Zukunft in den Großlabors alle Filme nach dem Entwickeln in digitale Dateien umgewandelt werden. Zusätzlich ist bekanntlich eine deutliche Zunahme elektronisch erzeugter Bilder aus Digitalkameras, Flachbettscannern usw. zu erwarten, die

über das Internet oder digitale Imaging-Terminals zum Großlabor oder Minilab geschickt werden.

Zur Herstellung der gedruckten Fotos setzt Indigo eine Kombination von Elektrofotografie und Offsetdruck ein. Eine „Druckplatte“ wird elektrisch auf-

geladen, damit die spezielle, von Indigo entwickelte „Elektrotinte“ haften bleibt. Wie beim Offsetdruck wird die Farbe dann auf einen Zwischenträger übertragen, mit dem das Papier gedruckt wird. Je nach Qualitätsanforderung erfolgt dies im 4-Farb- oder 6-Farbverfahren.

Nach Angaben von Indigo kann für die Photo-e-Print-Geräte jedes handelsübliche, hochwertige Druckpapier eingesetzt werden. Der optische und haptische Fotoeindruck entsteht durch Laminierung der Vor- und Rückseite des Bildes.

Dazu sind keine separaten Arbeitsgänge erforderlich. Die Herstellung der Indigo Fotos erfolgt vom Druck über die Laminierung bis zum Schneiden in einem Arbeitsgang.

Beeindruckende Resultate

Der Redaktion imaging+foto-contact liegen bereits Musterbilder vor, die mit dem neuen Indigo Verfahren hergestellt werden. Wenn man berücksichtigt, daß es sich hier um die Erstserie eines ganz neuen Produktes handelt, sind die Ergebnisse durchaus beeindruckend. Auf den ersten Blick gibt es keinen Unterschied zu einem normalen Foto. Mit der Lupe kann man zwar Rasterpunkte entdecken, doch wirken sich diese nicht auf den Gesamteindruck des Bildes aus. Die gedruckten Fotos sind außerordentlich scharf. Bei den Hauttönen und feinen Farbverläufen gibt es dagegen noch ein gewisses Verbesserungspotential. Ob das digitale Druckverfahren in den nächsten Jahren das Fotopapier ablösen wird, kann heute noch nicht beurteilt werden. Dies hängt vom Preis-/Leistungsverhältnis des Systems ebenso ab wie von der Integrationsfähigkeit in moderne Laborumgebungen und der Konstanz der Bildergebnisse unter Praxisbedingungen. Eine sorgfältige Prüfung ist das Indigo System aber mit Sicherheit wert. Hinter dem Namen Indigo verbirgt sich ein Unternehmen, dessen kaufmännische und Vertriebszentrale in den Niederlanden angesiedelt ist. Der Standort für Forschung und Entwicklung sowie Produktion befindet sich in Israel. Seit der Einführung der ersten digitalen Druckmaschine im Jahre 1993 hat sich das Unternehmen in diesem Marktsegment zu einem führenden Anbieter entwickelt.



Diese Reproduktion kann natürlich nicht so gut wie das Original sein, aber dennoch vermittelt sie einen Eindruck von der hohen Qualität der Indigo Bilder.

Herstellung einzelner Fotos interessant.

Indigo präsentiert zur photokina eine beeindruckend umfassende Produktpalette, von professionellen Printern, die mit einer Kapazität von 680 oder 1.020 Bildern in Formaten bis zu 30 x 45 cm



UND WIEDER ERSTER!

Europas Farbdia-Film 2000/2001 von FUJIFILM:
der FUJICHROME PROVIA 100 F - ausgezeichnet mit
dem EISA Award und dem TIPA Award. Der Farbdia-Film
mit echten Siegerqualitäten: beeindruckende Schärfe
selbst bei starker Vergrößerung, lebhaftere Farben und
naturgetreue, exakte Farbwiedergabe.

FUJIFILM - ausgezeichnet!



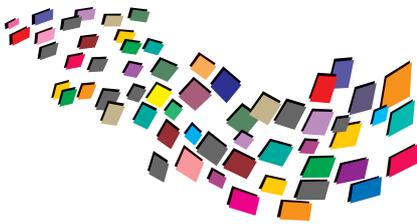
 **FUJIFILM**

www.fujifilm.de

MARKTÜBERSICHT DIGITALKAMERAS



Pixel-Power



In punkto Bildqualität heißt bei Digitalkameras das Zauberwort „Auflösung“. Zwar haben andere Faktoren wie Objektiv-Typ oder Kompressionsverfahren ebenfalls Einfluß auf das Bildergebnis, doch wer Wert auf eine gute Bildqualität legt, ist auf das Vorhandensein von möglichst vielen Pixeln (Bildpunkten) angewiesen, um feinere Details und fließendere Übergänge zu erzielen. Allerdings gilt auch für Digitalkameras, daß der Zweck die Mittel heiligt. Für E-Mail- oder Internetanwendungen reichen Produkte, die zur 1-Megapixelklasse zählen, völlig aus, Ausdrucke im Format bis zu DIN A4 in bester Fotoqualität ermöglichen dagegen die zur Zeit an den Spitzenplätzen (zumindest noch bis zur photokina) agierenden 3-Megapixel-Kameras.

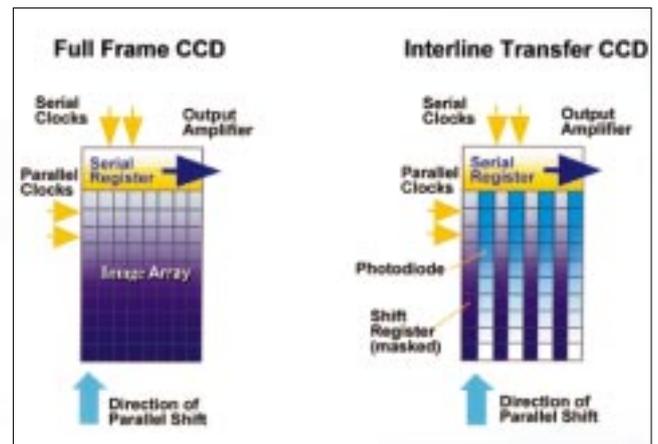
Bildsensor

Verantwortlich für die Höhe der Auflösung einer Digitalkamera ist, wenn man von den diversen Interpolationsverfahren absieht, der Bildwandler. Die meisten zur Zeit am Markt erhältlichen Digitalkameras nehmen ihre Bildinformationen mittels eines Charge Coupled Device- (CCD) Chips auf. Dabei wird das durch das Objektiv aufgenommene Licht auf den Sensor gelenkt, der mit Photodioden bestückt ist. Dort wird das Licht in Elektronen umgewandelt. Da-

Auch die diesjährige photokina wird wieder Schauplatz zahlreicher Produktvorstellungen aus dem Bereich der Digitalkameras sein. Die Zeitabstände, in denen Unternehmen neue Digital-Modelle entwickeln, werden immer kürzer, und täglich kommen neue Anbieter auch aus (foto)-branchenfremden Kreisen hinzu. Fortwährende Weiterentwicklungen und immer höhere Auflösungen haben dazu geführt, daß die Spitzenkameras unter den Digitalen nicht mehr den Vergleich mit den analogen Schwestern scheuen müssen. imaging+foto-contact hat in einer Marktübersicht die aktuellen Modelle der Anbieter zusammengestellt und erklärt, worauf es bei einer Digitalkamera ankommt.

mit die Helligkeitsunterschiede nicht nur ein Graustufenbild ergeben, muß die Empfindlichkeit eines Sensorelements auf einen bestimmten Wellenlängenbereich eingegrenzt werden. Dies erfolgt durch Farbfilter aus farbigem transparentem Material, die nur für das Licht bestimmter Wellenlängen durchlässig sind, ähnlich wie beim Schichtenaufbau eines Farbfilmes. Die aktivierten Elektronen wandern in das Silizium hinter der Sensorfläche, wo das Auslesen des Chips

nem maskierten Sektor, in den die Ladung vor dem Auslesen verschoben wird. Der Nachteil dieses Prinzips ist, daß der maskierte Teil der Pixel für die



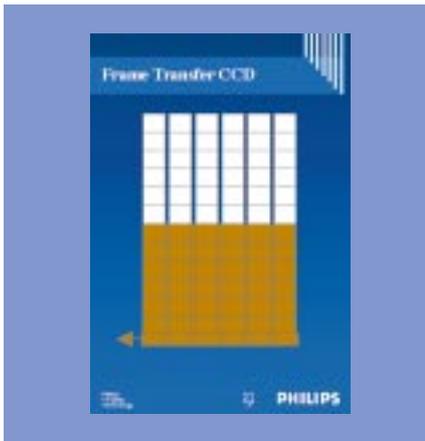
Die Grafik zeigt links den Full Frame CCD mit der großen lichtempfindlichen Fläche und rechts das Interline-Prinzip.

Ausleseverfahren

Bei den CCD-Chips gibt es zur Zeit drei unterschiedliche Verfahren, mit denen aufgenommene Bildinformationen des Chips ausgelesen werden können. Bei Chips, die nach dem sogenannten **Interline-Prinzip** funktionieren (die meisten Consumerkameras verfügen über einen solchen CCD), besteht jeder Pixel aus zwei Bereichen, einem lichtempfindlichen für die Bildaufnahme und ei-

Aufnahme von Bildinformationen verlorengeht. Der Vorteil liegt darin, daß auf den Einbau eines zusätzlichen elektronischen Verschlusses verzichtet werden kann und die Kamera schnell wieder aufnahmebereit ist. Bei einem **Fullframe-Sensor** dagegen, der beispielsweise in den DCS-Profi-Digitalkameras von Kodak eingesetzt wird, kann die gesamte Fläche des Silizium-Elementes für die Aufnahme des Lichtes

genutzt werden. Mehr Platz für Pixel bedeutet nicht nur höhere Auflösung, sondern auch eine höhere Lichtempfindlichkeit und einen höheren Dynamikbereich (mehr Kontrastumfang). Da der Fullframe-Sensor mehr Platz für Sensoren bietet als ein nach dem Interline Prinzip arbeitender CCD und er darüber hinaus den Einsatz eines Verschlusses erforderlich macht, damit die lichtempfindlichen Elemente ausgelesen werden können, ist er auch entsprechend teurer. Beim **Frame Transfer CCD** wurden die positiven Eigenschaften beider CCD-Typen miteinander verbunden. Hier wird eine große lichtempfindliche Fläche mit einem genauso großen darunterliegenden maskierten Bereich gekoppelt. Die von den Sensoren aufgenommenen Bildinformationen werden in einem „Rutsch“ in den maskierten Teil überführt, wo sie dann zum Auslesen weitergeleitet werden. Die Vorteile sind, daß ein zusätzlicher Verschluss überflüssig wird und große Sensoren zur Aufnahme von Bildinformationen zur Verfügung stehen. Diese von Philips entwickelte CCD-Technologie findet sich erstmals auch in Consumer-



Die Skizze demonstriert, wie der Frame Transfer CCD von Philips arbeitet. Einem großen lichtempfindlichen Sektor steht ein gleich großer maskierter Bereich gegenüber, in den die Elektronen geschoben werden können.

Digitalkameras von HP und Pentax wieder, die zur photokina vorgestellt werden.

CMOS

Immer noch selten werden kostengünstige CMOS-Sensoren in Digitalkameras eingesetzt, zum einen weil es bisher nur wenigen Unternehmen gelungen ist, das Problem des Bild-Rauschens in

Das Klassiker-Modell

Mit der neuen digilux 4.3 präsentiert Leica eine Digitalkamera mit einem leistungsstarken Dreifach-Zoomobjektiv und einer Auflösung von 2,4 Megapixeln. Die Bilddateien mit 4,3 Megapixeln ermöglichen eine scharfe Bildausgabe bis zu einem Format von 13 x 18 cm. Dank der Super-CCD-Technologie sind eine maximale Integrationsdichte und ein großer lichtempfindlicher Anteil des Bildsensors gewährleistet. Das optische Dreifach-Zoomobjektiv verfügt über einen Brennweitenbereich von 36 bis 108 mm (entsprechend Kleinbildformat). Beim Ausschalten der Kamera zieht sich das Objektiv automatisch in das Kameragehäuse zurück und wird zusätzlich durch eine Metallabdeckung geschützt. Im Lieferumfang



der Leica digilux 4.3 sind eine 32 Megabyte Smart Media Karte sowie die Bildbearbeitungssoftware Adobe Photoshop 5.0 enthalten. Optional erhältlich sind ein Diakopiervorsatz, der Leica digicopy 4.3, sowie ein Makrovorsatz, der Leica digilux 4.3. Die Leica digilux ist ab September für den Fachhandel lieferbar (UVP: 1998,- DM).

den Griff zu bekommen. Bei diesen werden zum Teil mehrere hundert Millionen Rechenoperationen noch innerhalb der in den Sensoren integrierten Prozessoren durchgeführt. Diese Rechenarbeit erfordert Zeit, so daß die Kameras bis zur nächsten Aufnahme eine Zwangspause einlegen müssen. Einige Unternehmen erreichen durch den Einsatz spezieller Verfahren, wie JVC mit der Pixel Shift-Technologie und Fujifilm mit dem Super-CCD, der allein schon durch die wabenförmige Anordnung der Pixelelemente mehr Licht aufnehmen kann, höhere Auflösungen, mehr Bilddaten bzw. eine höhere Dynamik. Entscheidend für die digitale Bildqualität ist aber nicht allein der Bildsensor. Die im Vergleich zum Filmformat kleinere Fläche des Chips erfordert auch höhere Auflösungsleistungen des Objektivs, und diese steigt mit der Anzahl der Pixel auf dem CCD. Abschließend läßt sich sagen, daß sich angesichts der Vielzahl von Digitalkameras heutzutage für jeden Anwendertyp – für Jugendliche Funkkameras mit integriertem MP3-Player (z. B. Fujifilm, Samsung), für Designliebhaber Edelprodukte von Canon, Casio oder Nikon und für anspruchsvolle Nutzer z. B. Fujifilms FinePix 4900 Zoom mit 4,3 Millionen Pixel-Bilddateien oder Olympus E-10 mit 4 Megapixel-CCD – das passende Produkt für die Bildaufnahmen finden läßt. höl

Pixel-Power
Pixel-Power



Fun-Kameras

Auf der photokina wird Polaroid eine komplette Serie neuer Digitalkameras vorstellen, unter anderem die neue Flash 320, eine preisgünstige Digitalkamera für die ganze Familie, die Fun Flash 640 mit eingebautem Speicher und als Weltneuheit die PDC 2300Z mit 2-Megapixel CCD, optischem und digitalem Zoom sowie eine Digitalkamera mit eingebautem MP3-Player.

Darüber hinaus wird Polaroid auf der Messe eine Kombination aus der erfolgreichen i-zone-Sofortbildkamera mit einer Digitalkamera präsentieren. Die Polaroid i-zone Combo läßt dem Anwender die Wahl zwischen der Aufnahme von i-zone Sofortbildern oder digitalen Aufnahmen mit einer Auflösung von 640 x 480 Bildpunkten. Außerdem wird Polaroid in Köln die C-211 Zoom zeigen, eine Olympus-Digitalkamera, in die ein Polaroid-Sofortbild-Printer integriert wurde.



Digitalkameras bis 1.000 DM

Hersteller	Agfa	Agfa	Epson	Fujifilm	Fujifilm	Hewlett Packard
Produkt	ePhoto CL 18	ePhoto CL 20	PhotoPC 650	FinePix 1300	FinePix 1400 Zoom	HP Photosmart 215
Bildsensor	CMOS-Sensor/VGA-Auflösung	CCD	1,09 Millionen-Pixel-CCD	1,3 Millionen-Pixel-CCD	1,3 Millionen-Pixel-CCD	1,3 Millionen-Pixel-CCD
Optische Auflösung	640 x 480 Pixel	1.024 x 768 Pixel	1.152 x 864 Pixel	1.280 x 960 Pixel	1.280 x 960 Pixel	1,3 Millionen Pixel
Empfindlichkeit	ISO 200	ISO 200	ISO 140	ISO 125	ISO 125	ISO 100
Brennweite KB	56 mm	45 mm	33 mm	38 mm	39-117 mm	43,4 mm
Mindestabstand/Makro	0,65 m	0,65 m	0,15 - 0,60 m	Makrofunktion	0,09 m	0,1 m
Zoom-digital	nicht vorhanden	nicht vorhanden	nicht vorhanden	Digitales Tele	2fach	2fach
Speichermedium	2 MB Flash Speicher (intern)	CompactFlash	CompactFlash	SmartMedia	SmartMedia	CompactFlash
Dateiformate	JPEG	JPEG	JPEG	JPEG	JPEG	JPEG
Dateigröße	k.A.	k.A.	2 MB-270 KB bei 8 MB CF	610 KB bei Fine-Kompression	ca. 670 KB	k.A.
Datentransfer/Schnittstelle	USB, Video (PAL/NTSC)	USB	Seriell, Video (PAL/NTSC)	USB	DC-Eingang; USB	USB
Blitz	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert
Belichtungsmessung	automatisch	automatisch	k.A.	64-Zonen-TTL	64-Zonen-TTL	TTL
Verschlusszeit	k.A.	1/10 - 1/2000 Sek.	1/30 - 1/750 Sek.	mechanisch	1/4-1/750 Sek.	1/750-1/3 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/nein	ja/nein	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Maximale Bilderfrequenz	Oneshot	Oneshot	k.A.	bis zu 9 Bilder bei 2 B/Sek.	1 Bild alle 2 Sek.	k.A.
Batterietyp	2 x AA	2 x AA	4 x AA	4 x AA	4 x AA	4 x AA
Maße B/H/T	105/66/37 mm	107/65/39 mm	135/72/57 mm	110/77/39 mm	125/65/ 39 mm	124/80/48 mm
Gewicht ohne Batt.	117 g	120 g	315 g	200 g	ca. 250 g	265 g
Extras	Videoconferencing-Funktion	PhotoGenie-Software	37 mm Filtergewinde	Viewer-Betrachtungssoftware	Viewer-Betrachtungssoftware	k.A.
Erhältlich	seit Mai 2000	Oktober 2000	April 2000	ab Herbst 2000	April 2000	Mitte Oktober 2000
UVP DM	399,-	409,-	599,-	noch nicht bekannt	998,-	599,-



Digitalkameras bis 1.000 DM

Hersteller	Hewlett Packard	Kodak	Minolta	Olympus	Pentax	Ricoh
Produkt	HP Photosmart 315	EZ 200	Diimage 2300	Camedia C-860L	Praktika QD 900 LCD	RDC-6000
Bildsensor	2,1 Millionen-Pixel-CCD	640 x 480 Pixel	2,3 Megapixel-Interline-CCD	1,31 Millionen-Pixel-CCD	850.000 Pixel-CCD	2,14 Millionen-Pixel-CCD
Optische Auflösung	2,1 Millionen-Pixel	640 x 480 Pixel	1.792 x 1.200 Pixel	1.280 x 960 Pixel	768 x 1.024 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100	k.A.	ISO 85, 34	Auto, ISO 125/250/500	ISO 100	wahlbar
Brennweite KB	38 mm	k.A.	38 mm	36 mm	38 mm	40 mm
Mindestabstand/Makro	0,3 m	k.A.	0,3 - 0,6 m im Makromodus	0,1 m	0,2 m	0,13-0,3 m
Zoom-digital	1,5fach, 2fach, 2,5fach	nicht vorhanden	2fach-3fach	2fach	nicht vorhanden	vorhanden
Speichermedium	CompactFlash	4 MB (intern)	CompactFlash	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia
Dateiformate	JPEG	JPEG, AVI	Exif 2.1 (JPEG), TIFF	JPEG, TIFF	JPEG	JPEG, AVI
Dateigröße	k.A.	k.A.	8 MB	440 KB -3,7 MB	k.A.	k.A.
Datentransfer/Schnittstelle	USB, IrDA	USB	USB, RS-232C	DC, Video (PAL)	k.A.	USB, Seriell RS232C, Video
Blitz	integriert	nein	integriert	integriert	integriert	integriert
Belichtungsmessung	TTL	k.A.	TTL	TTL Digital-ESP, Spot	automatisch	TTL-CCD-Lichtmessung
Verschlusszeit	2-1/750 Sek.	1/4 -1/500 Sek.	1/500 - 2 Sek.	1/2-1/500 Sek.	1/10-1/2000 Sek.	1/4-1/500 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/nein	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/nein
Maximale Bilderfrequenz	k.A.	5 Bilder/Sek.	2 Bilder/Sek.	6 bis 10 bei 2 B/Sek.	k.A.	Serienaufnahmefunktion
Batterietyp	4 x AA	2 x AAA	4 x AA	2 x AA	4 x LR6	Lithium-Ionen-Akku
Maße B/H/T	128/68/33 mm	92/86,6/36,5 mm	114/65/40 mm	128/65/47 mm	127 x 81,4 x 46,6 mm	110/67,0/39,5 mm
Gewicht ohne Batt.	220 g	90 g	210 g	ca. 235 g	210 g	210 g
Extras	-	Video-Clip und Web-Cam	PhotoSuite SE, MGI/SE	-	-	Web-Cam-Funktion
Erhältlich	Oktober 2000	ab September 2000	Juni 2000	seit 1. Quartal 2000	ab sofort	Juni 2000
UVP DM	799,-	299,-	799,-	849,-	549,-	898,-

Gutes wird...



Agfa MSP-Technologie

mit DIMAX noch besser!



* digital optimiert

Bessere Bilder für bessere Geschäfte.

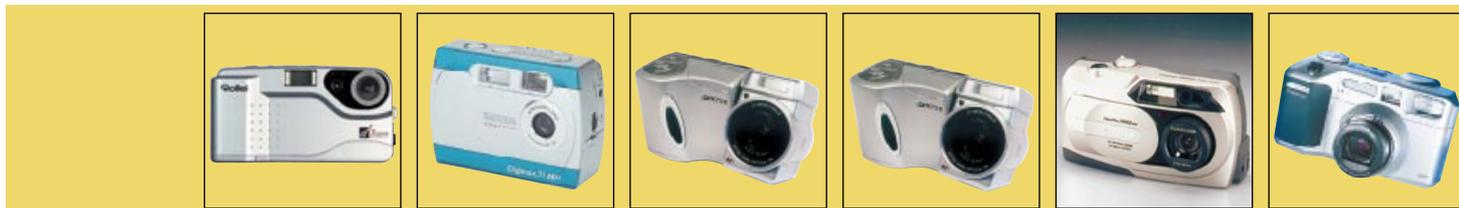
- Mit Agfa DIMAX bekommen Ihre Kunden
- + digital optimierte Bildqualität
 - + mehr Details und kräftigere Farben
 - + fühlbar und sichtbar bessere Bilder
 - + **NEU:** noch hochwertigeres Papier
 - + **NEU:** goldener Rückseitendruck
- Das sorgt bei Ihnen automatisch für
- + deutlich mehr Profilierung im Markt
 - + spürbar höhere Kundenzufriedenheit
 - + messbar größere Nachfrage und
 - + kräftig wachsende Profite

Fordern Sie das neue Werbemittelpaket an!

Agfa **DIMAX** Print

*Sehen Sie den digitalen Unterschied**

AGFA 



Digitalkameras bis 1.000 DM

Digitalkameras bis 1.500 DM

Hersteller	Rollei	Samsung	Casio	Casio	Fujifilm	Hewlett Packard
Produkt	d7 com	Digimax 35 MP	QV-2300UX	QV-2800UX	FinePix 2400 Zoom	HP Photosmart 618
Bildsensor	1,5 Millionen-Pixel-CCD	350.000 Pixel CMOS-Sensor	2,1 Millionen-Pixel-CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD
Optische Auflösung	1.360 x 1.024 Pixel	640 x 480 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.280 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 170	k.A.	ISO 80/160/320	ISO 80/160/320	ISO 100	ISO 100/200
Brennweite KB	40 mm	5,38 mm	41-123 mm	40-320 mm	38-114 mm	34-108 mm
Mindestabstand/Makro	0,1 bis 0,5 m	0,1 m	0,01 m	0,01 m	0,1 m	0,1 m
Zoom-digital	2fach	nicht vorhanden	4fach	4fach	2,5fach	2fach
Speichermedium	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	Compact Flash	SmartMedia	CompactFlash
Dateiformate	JPEG	JPEG	JPEG EXIF 2.1, DPOF, DCF	JPEG (Exif 2.1), DPOF, DCF	JPEG Exif 2.1, DCF, DPOF,	JPEG
Dateigröße	k.A.	k.A.	850 KB	850 KB	ca. 800 KB	k.A.
Datentransfer/Schnittstelle	Serielle Schnittstelle	RS-232C, USB	Digital Out, PAL/NTSC, USB	Digital, PAL/NTSC, USB, seriell	USB	USB
Blitz	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert
Belichtungsmessung	automatisch	automatisch	Multi Spot-/Zentrumswert	Multi Spot-/Zentrumswert	64-Zonen TTL	Integral, Spot
Verschlusszeit	1/3-1/3500 Sek.	1/10-1/1000 Sek.	60-1/2000 Sek., Bulb	60-1/2000 Sek., Bulb	1/2-1/1000 Sek.	4-1/1000 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/nein	nein/ja	nein/ja	ja/ja	ja/ja
Maximale Bilderfrequenz	9 Bilder/Sek.	30 Bilder/Sek.	One-Shot	One-Shot	1,5 Bilder/Sek.	1 Bild/Sek.
Batterietyp	4 x AA	2 x AA	4 x AA	4 x AA	4 x AA	4 x AA
Maße B/H/T	133/71/49 mm	92/65/36 mm	118/67/54 mm	121/80,5/66 mm	125/65/39 mm	127,5/71,5/56,5 mm
Gewicht ohne Batt.	253 g	112 g	ca. 245 g	ca. 295 g	ca. 250 g	ca. 300 g
Extras	-	Webcam, Videomodus	schwenkbares Objektiv	schwenkbares Objektiv	-	Schwarzweiß- u. Sepia-Modus
Erhältlich	ab sofort	September 2000	August 2000	Oktober 2000	September 2000	Oktober 2000
UVP DM	899,-	499,-	1.299,-	1.499,-	ca. 1.200,-	1.499,-



Digitalkameras bis 1.500 DM

Hersteller	Kodak	Kodak	Kodak	Nikon	Olympus	Pentax
Produkt	DC3800	DC280	DC3400	Coolpix 800	Camedia C-990Zoom	EI-200
Bildsensor	2,1 Millionen-Pixel-CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD
Optische Auflösung	1.792 x 1.184 Pixel	1.760 x 1.168 Pixel	1.760 x 1.168 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100	ISO 50-140	ISO 100	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	ISO 100/ISO 200
Brennweite KB	Fixfocus 33 mm	30-60 mm	38-76 mm	38-76 mm	35 -105 mm	34-108 mm
Mindestabstand/Makro	0,2 m	0,25 m	k.A.	0,07 m	0,2 m	0,1 m
Zoom-digital	2fach	3fach	3fach	2,5fach	2,5fach	2fach
Speichermedium	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	SmartMedia	CompactFlash
Dateiformate	JPEG	JPEG Exif	JPEG	JPEG, TIFF	JPEG, TIFF, DPOF	JPEG, TIFF, DPOF
Dateigröße	k.A.	k.A.	k.A.	6,5 MB	82 KB - 5,6 MB	8 MB
Datentransfer/Schnittstelle	NTSC, USB	NTSC, PAL, USB, seriell	NTSC, PAL, USB, seriell	Seriell für PC und Mac, TV (PAL)	DC, RS-232C, Video PAL	USB, Infrarotschnittstelle
Blitz	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert
Belichtungsmessung	k.A.	k.A.	k.A.	Matrix, mattenbetont, Spot	Digital-ESP, Spot	Integral, mattenbetont, Spot
Verschlusszeit	1/2 - 1/1000 Sek.	1/2-1/755 Sek.	1/2-1/775 Sek.	8-1/750 Sek.	1/2-1/1000 Sek.	1/1000-4 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Maximale Bilderfrequenz	k.A.	k.A.	k.A.	1,5 Bilder/Sek.	bis zu 45 Bilder bei 1,5 B/Sek.	2 Bilder/Sek.
Batterietyp	2 AA	4 x AA	4 AA Alkaline Batterien	4 x AA	4 x AA	AA Batterien
Maße B/H/T	95/61/33 mm	133/76/52 mm	133/76/54 mm	119 x 69 x 61 mm	66,5/127/53 mm	127,5/71,5/56,5 mm
Gewicht ohne Batt.	ca. 165 g	ca. 342 g	ca. 332 g	270 g	ca. 270 g	ca. 300 g
Extras	-	Schwarzweiß- u. Sepia-Modus	Schwarzweiß- u. Sepia-Modus	Best-shot-Selector	Videoaufnahme möglich	Videossequenz bis 45 Sek.
Erhältlich	Ende Oktober 2000	August 1999	September 2000	November 1999	Mitte 2000	September 2000
UVP DM	1.199,-	1.299,-	1.299,-	1.295,-	1.098,-	1.498,-



Digitalkameras bis 1.500 DM

Samsung	Sanyo	Sony	Sony	Toshiba	Yashica Kyocera
Digimax 210SE	VPC-SX 550 EX	DSC-S30	DSC-S50	Tosham-PDR-M60	Yashica MicroElite 3300
2,1 Millionen Pixel	1,5 Millionen-Pixel-CCD	1,3 Millionen-Pixel-CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD	2,3 Millionen-Pixel-CCD	3,3 Millionen-Pixel-CCD
1.600 x 1.200 Pixel	1.360 x 1.024 Pixel	1.280 x 960 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.800 x 1.200 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel
k.A.	ISO 100/200/400	k.A.	k.A.	ISO 100/200/400	ISO 50/100/200
38-115 mm	Fixfokus 38 mm	39-117 mm	39-117 mm	38-86 mm	38-76 mm
0,2 m	0,15 m	0,04 m	0,04 m	0,05 m	0,1 m
2fach	2fach	6fach	6fach	2fach	2fach
Compact Flash	CompactFlash	Memory Stick	Memory Stick	SmartMedia	CompactFlash
DCF (Exif Version 2.0), DPOF	JPEG, TIFF	JPEG, TIFF	JPEG, TIFF	JPEG Exif Version 2.1	TIFF-RGB
k.A.	k.A.	1,3 MB	k.A.	66 KB-1,03 MB	300 KB - 9,5 MB
NTSC, PAL, RS-232, USB	RS 232, PAL	Video (NTSC, PAL) ; USB	Video (NTSC, PAL); USB	TV (NTSC, PAL), USB	Video (PAL/NTSC)
integriert	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert
automatisch	TFT	k.A.	k.A.	64-Zonen Mehrfeld	Matrix, Integral, Spot
2-1/1000 Sek.	1/4-1/10.000 Sek.	k.A.	k.A.	2-1/1000 Sek.	1-1/2000 Sek.
ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	nein/ja
15 Bilder/Sek.	30 Bilder/Sek. (VGA)	k.A.	k.A.	1 Bild/2 Sek.	1 Bild/Sek.
4 x AA	4 x AA	Stamina Batterie NP-FM50	Stamina Batterie NP-FM50	4 x AA	3,7 Volt Lithion/1100 mAh
71/114/45 mm	110/63/40 mm	113/67/68 mm	113/67/68 mm	121/75/61 mm	93,5 x 66 x 37,5 mm
ca. 260 g	ca. 220 g	ca. 315 g	ca. 280 g	ca. 255 g	ca. 200 g
Video-Konferenzübertragung	Videosequenz	schwenkbares LC-Display	schwenkbares LC-Display	64 MB u. 128 MB Smart Media Karten	Videosequenz bis 15 Sek.
Oktober 2000	Juli 2000	April 2000	April 2000	Juli 2000	Ende September 2000
1.399,-	1.499,-	1.299,-	1.499,-	1.199,-	1.498,-



Digitalkameras bis 2.000 DM

Canon	Canon	Casio	Casio	Epson	Epson
Ixus Digital	PowerShot S20	QV-3000EX/ir	QV-3EX	PhotoPC 3000 Z	PhotoPC 850 Z
1/2,7" CCD, 2,11 Mio. Pixel	1/1,8" CCD, 3,34 Mio. Pixel	1/1,8" CCD, 3,34 Millionen Pixel	1/1,8" CCD, 3,34 Millionen Pixel	1/1,8" CCD, 3,3 Mio. Pixel	1/2" CCD, 2,1 Mio. Pixel
1.600 x 1.200 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	2.016 x 1.536 Pixel	2.544 x 1.904 Pixel	1.688 x 1.248 Pixel
ISO 100	ISO 100-400	k.A.	k.A.	ISO 100/200/400	ISO 80/180/360
35-70 mm	32-64 mm	33-100 mm	41 mm	35-105 mm	35-105 mm
0,1 m	0,12 m	0,06 m	0,1 m	0,2 m	0,2 m
4 x	nicht vorhanden	2fach	Multi-Step 1, 2fach-3,2fach	2fach	2fach
CompactFlash Typ I	CompactFlash Typ I + II	CompactFlash	CompactFlash I + II	16 MB intern und CompactFlash	2 MB intern und CompactFlash
JPEG	JPEG (DCF-Standard)	JPEG, DPOF, DCF	JPEG, DPOF, DCF	JPEG (DCF-Standard), TIFF	JPEG (DCF-Standard)
k.A.	2 MB	1,4 MB	1,4 MB	100 KB bis 9 MB	60 bis 700 KB
USB, Video out (PAL)	USB, Video (PAL), seriell (RS-232C)	USB, seriell, infrarot	USB, seriell	USB, Video, seriell (RS-232C, RS-422)	USB, Video, seriell (RS-232C, RS-422)
integriert	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert
64-Zonen-TTL	mittenbetont integral und Spot	Multi, Spot, mittenbetont	Multi, Spot, mittenbetont	mittenbetont integral und Spot	mittenbetont integral und Spot
1-1/500 Sek.	2-1/1000 Sek.	2-1/1000 Sek.	1-1/3000 Sek.	8-1/750 Sek.	4-1/800 Sek.
ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
2 Bilder/Sek.	bis zu 0,8 Bilder/Sek.	Intervall von 0,5 Sek.	k.A.	2 Bilder/Sek.	2 Bilder/Sek.
Lithium-Ionen-Akku	NiMH-Akku	4 AA	Lithium-Ionen-Akkus	4 x AA	4 x AA
87/57/26,9 mm	105,4/69,4/33,8 mm	134,5/80,5/57,5 mm	115/63/33 mm	108/89/65 mm	126/82/72 mm
190 g	270 g	320 g	215 g	365 g	400 g
Motivprogramme, Panorama	Panorama, zehn Menüsprachen	Interpolationssoftware 7 Mio. Pixel	Panorama, Movie, Nachtaufnahme	Videosequenzen bis 25 Sek.	Sprachaufz., acht Menüsprachen
Mai 2000	Januar 2000	März 2000	April 2000	Juni 2000	Oktober 1999
1.599,-	1.999,-	1.699,-	1.699,-	1.999,-	1.599,-



Digitalkameras bis 2.000 DM

Hersteller	Fujifilm	Fujifilm	Hewlett Packard	Kodak	Kodak	Leica
Produkt	FinePix 40i	FinePix 4700	PhotoSmart 912	DC290	DC5000	digilux 4.3
Bildsensor	1/1,7" CCD, 2,4 Mio. Pixel	1,7" CCD, 2,4 Millionen Pixel	2,24 Mio. Pixel CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD	2,1 Millionen-Pixel-CCD	1/1,7" CCD, 2,4 Mio. Pixel
Optische Auflösung	2.400 x 1.800 Pixel	2.400 x 1.800 Pixel	1.600 x 1.280 Pixel	2.240 x 1.500 Pixel	1.800 x 1.200 Pixel	2.400 x 1.800 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 200	ISO 200/400/800	ISO 25 bis 400	ISO 100	ISO 100	ISO 200/400/800
Brennweite KB	36 mm	36-108 mm	34-107 mm	30-60 mm	30-60 mm	36-108 mm
Mindestabstand/Makro	0,06 m	0,2 m	0,02 m	0,3 m	0,25 m	0,25 m
Zoom-digital	3,75fach	3,7fach	1,2-, 1,5-, 2fach	2fach	3fach	-
Speichermedium	SmartMedia	SmartMedia	CompactFlash I + II	CompactFlash	CompactFlash	SmartMedia
Dateiformate	JPEG, AVI	JPEG Exif	TIFF, JPEG	JPEG EXIF, FFX	JPEG, EXIF	JPEG
Dateigröße	ca. 1,7 MB	1,7 MB	k.A.	k.A.	k.A.	4,3 MB
Datentransfer/Schnittstelle	USB, Audio/Video	USB, Video/Audio	USB, Video out, Infrarot	Video (PAL/NTSC), USB, seriell	Video (PAL/NTSC), USB, seriell	USB, Video, Audio
Blitz	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert
Belichtungsmessung	64 Zonen	Matrix, Spot, mittenbetont	drei TTL-Messungen	k.A.	k.A.	64 Zonen
Verschlusszeit	1/4-1/1000 Sek.	3-1/2000 Sek.	4-1/1000 Sek.	16-1/400 Sek.	1/2-1/755 Sek.	3-1/2000 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Maximale Bilderfrequenz	1 Bild/Sek.	3 Bilder/Sek.	k.A.	3 Bilder/Sek.	k.A.	3 Bilder/Sek.
Batterietyp	2 Nickel-Metall-Hybrid-Akkus	2 Nickel-Metall-Hybrid-Akkus	Typ AA oder Akkus	4 x AA	4 x AA	NiMH- oder NiCd-Akkus
Maße B/H/T	85,5/71/28,5 mm	78/97,5/32,9 mm	143/90,5/105 mm	118/106/57 mm	140/83/89 mm	78/97,5/32,9 mm
Gewicht ohne Batt.	155 g	255 g	540 g	525 g	459 g	245 g
Extras	MP3-Musikfunktion	Bewegtbild-Modus	Videosequenzen bis 45 Sek.	Texteditor, Intervallfunktion	wetterfestes Gehäuse	Videosequenzen
Erhältlich	September 2000	April 2000	Oktober 2000	Februar 2000	Juli 2000	September 2000
UVP DM	1.598,-	1.999,-	1.999,-	1.799,-	1.599,-	1.998,-



Digitalkameras bis 2.000 DM

Hersteller	Nikon	Nikon	Olympus	Olympus	Panasonic	Pentax
Produkt	Coolpix 880	Coolpix 950	Camedia C-2020 Zoom	Camedia C-3000 Zoom	PV-DC3000	EI-2000
Bildsensor	1/1,8" CCD, 3,34 Mio. Pixel	1/2" CCD, 2,1 Mio. Pixel	1/2"-CCD; 2,11 Mio. Pixel	3,34 Millionen-Pixel-CCD	3,3 Megapixel -CCD	2,24 Millionen Pixel
Optische Auflösung	2.048 x 1.536 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	1.600 x 1.280 Pixel
Empfindlichkeit	Auto, ISO 100/200/400	ISO 320	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	k.A.	ISO 25 bis 400
Brennweite KB	38-95 mm	38-115 mm	35-105 mm	32-96 mm	32-64 mm	34-107 mm
Mindestabstand/Makro	0,04 m	0,02 m	0,2 m	0,2 m	0,12 m	0,02 m
Zoom-digital	4fach	1,25-, 1,6-, 2-, 2,5fach	2,5fach	1fach-2,5fach	3fach	1,2-, 1,5- und 2fach
Speichermedium	CompactFlash	CompactFlash	SmartMedia	SmartMedia	SD- und Multimedia-Karten	CompactFlash I + II
Dateiformate	JPEG, TIFF	JPEG, TIFF	JPEG, TIFF, DPOF	JPEG, TIFF	JPEG, TIFF	JPEG, TIFF
Dateigröße	9,5 MB	6,5 MB	k.A.	9,437 KB	k.A.	8 MB
Datentransfer/Schnittstelle	USB, seriell, Video (PAL/NTSC)	seriell	RS-232C, Video (PAL)	DC-Eingang/RS-232C/USB/PAL	USB, Audio, Video	USB, Video Out, Infrarot
Blitz	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert
Belichtungsmessung	Matrix, mittenbet. integral, Spot	Matrix, mittenbetont integral, Spot	Digital ESP, Spot	ESP, Spot	k.A.	drei TTL-Messungen
Verschlusszeit	8-1/1000 Sek., Langz. bis 60 Sek.	k.A.	1/2-1/800 Sek.	1-1/10.000 Sek.	1/30-1/1000 Sek.	4-1/1000 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Maximale Bilderfrequenz	k.A.	1,5 Bilder/Sek.	1,4 Bilder/Sek.	5 Bilder bei 1,4 Bildern/Sek.	5 Bilder/Sek.	2 Bilder/Sek.
Batterietyp	6 Volt Lithium oder Akku EN-EL 1	4 x AA	4 x AA	4 x AA	4 x AA	Typ AA oder Akkus
Maße B/H/T	99,5/75,0/53,2 mm	143/76,5/36,5 mm	107,5/73,8/66,4 mm	109,5/76,4/66,4 mm	93 x 96 x 40 mm	143/90,5/100,5 mm
Gewicht ohne Batt.	275 g	350 g	ca. 305 g	300 g	k.A.	540 g
Extras	Elf Motivprogramme	Tele-, Ww- und Fisheyeversätze	Steuerung mit Fernbedienung	Videomodus	12 Sek. Videosequenzen	Videosequenz bis 45 Sek.
Erhältlich	Ende September 2000	Mai 99	Frühjahr 2000	Mitte 2000	ab November 2000	September 2000
UVP DM	1.799,-	1.799,-	1.698,-	1.998,-	1.999,-	1.998,-


Digitalkameras bis 2.000 DM
ab 2.000 DM

Ricoh	Sony	Sony	Sony	Sony	Canon
RDC-7	MVC-FD85	MVC-FD90	DSC-P1	DSC-S70	PowerShot G1
CCD, 3,34 Mio. Pixel	1/2,7"-CCD; 1,3 Mio. Pixel	1/3,6"-CCD; 1,3 Mio. Pixel	1/1,8" HAD-Bildwvl.; 3,3 Mio. Pixel	1/1,8"-CCD; 3,34 Mio. Pixel	3,34 Millionen Pixel 1,8 Zoll-CCD
2.048 x 1.536 Pixel	1.280 x 960 Pixel	1.280 x 960 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel
ISO 100/200/400	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	ISO 50/100/200/400
35-105 mm	39-117 mm	41-328 mm	39-117 mm	34-102 mm	34-102 mm
0,01 m	0,01 m	0,04 m	0,1 m	0,04 m	0,06 m
3,2fach	6fach	16fach	k.A.	6fach	2fach, 4fach
intern und SmartMedia	3,5" Floppy Disk, Memory Stick	3,5" Floppy Disk, Memory-Stick	Memory Stick	Memory Stick	CompactFlash
JPEG, TIFF, AVI, WAV	JPEG, MPEG1, GIF	JPEG, MPEG1, GIF	TIF, JPEG, GIF, MPEG	TIF, JPEG, MPEG1, GIF	RAW, JPEG, AVI (Movie)
13 MB	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Seriell, AUX, USB, Video	Video out (PAL/NTSC), Audio	Video out (PAL/NTSC), Audio	Video out, USB	USB, Video (PAL/NTSC), Audio	USB, RS-232C, RS-422 (seriell)
eingebaut	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert
TTL-CCD	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	Integral, Spot
1/4-1/1000 Sek.	2-1/725 Sek.	k.A.	2-1/2000 Sek.	8-1/1000 Sek.	1/1.000-8 Sek.
ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
1 Bild/Sek.	k.A.	k.A.	k.A.	1 Bild/Sek.	1,7 Bilder/Sek.
Lithium-Ionen-Akku	Akku	Akku	Lithium-Ionen-Akku	Akku	Lithium-Akku
135,4/74,0/26,6 mm	142,6/103/65,4 mm	142,6/103/76,5 mm	113/54/44 mm	117/70,7/62,4 mm	119,7/76,8/63,8 mm
ca. 275 g	650 g (mit Akku/Diskette)	670 g (mit Akku/Diskette)	k.A.	k.A.	420 g
Multimediafähigkeiten	3:2 Format, E-Mail- u. Text-Funktion	3:2 Format, E-Mail- u. Text-Funktion	60 Sek. Videoclips mit Ton	Carl Zeiss Vario Sonnar Objektiv	12 Belichtungsprogramme
seit Frühjahr 2000	Mai 2000	April 2000	ab Oktober 2000	Mai 2000	ab November 2000
1.999,-	1.599,-	1.999,-	1.999,-	1.999,-	2.499,-


Digitalkameras ab 2.000 DM

Canon	Fujifilm	JVC	Kodak	Nikon	Olympus
PowerShot Pro70	FinePix 4900 Zoom	GC-X1	DC 4800	Coolpix 990	Camedia C-2500L
1.680.000 Pixel	2,4 Millionen Pixel 1,7 Zoll-CCD	3,34 Millionen Pixel-CCD	3,3 Millionen Pixel, 1,8 Zoll-CCD	3,34 Millionen Pixel 1/2 Zoll-CCD	2,5 Millionen Pixel, 2/3 Zoll-CCD
1.536 x 1.024 Pixel	2.400 x 1.800 Pixel	2.032 x 1.536 Pixel	2.160 x 1.440 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	1.712 x 1.368 Pixel
100-400 ISO	ISO 125/200/400/800	k.A.	ISO 100/200/400	ISO 80/100/200/Auto	ISO 100/200/400
28-70 mm	35-210 mm	37-86 mm	28-84 mm	35-115 mm	36-110 mm
0,12 m	0,1 m	0,2 m	0,2 m	0,02 m	0,02 m
k.A.	3,7fach	ja	2fach	4fach	3fach, manuell
CompactFlash Typ I+II	SmartMedia	SmartMedia	16 MB CompactFlash	CompactFlash	SmartMedia, CompactFlash
JPEG	TIFF, JPEG	k.A.	JPEG, TIFF, EXIF	TIFF, JPEG	JPEG, TIFF, DPOF
k.A.	12 MB	k.A.	k.A.	9,5 MB	k.A.
RS-232C (seriell), PAL	USB, Video	USB, PAL	USB	USB, Video	AC-Adapter, RS 232, Video
intern/extern	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert
TTL	Matrix, Spot, Integral	Matrix, Spot	k.A.	Matrix, Integral, Spot,	drei TTL-Messungen
1/2s-1/500s	1/2000-3 Sek.	1/750-1/4 Sek.	1/1000- 16 Sek.	1/1.000-8 Sek.	1/2-1/10.000
ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
1 Bild/Sek.	5 Bilder/Sek.	2 Bilder/Sek.	16 Bilder/ Sek.	30 Bilder/Sek.	5 Bilder bei 1,7 Bilder/Sek.
NiMH-Akku	Akku NP-80	Lithium-Akku	1 Lithium-Batterie	4 x AA	4 x AA
145 x 85 x 132 mm	110/78,5/93,5 mm	101/67/59 mm	120/69/65 mm	149/79/38 mm	109/79,5/128,2 mm
690 g	410 g	290 g	320 g	ca. 370 g	ca. 480 g
schwenkbarer LCD-Monitor	Videosequenzen bis 160 Sek.	Farbdatenverdopplung	Serienbild-Modus	Magnesiumgehäuse, Schwenkobjektiv	All-In-One-Kamera
seit 1998	ab Oktober 2000	April 2000	seit Mitte August 2000	seit Mai 2000	Frühjahr 2000
2.799,-	2.500,-	2.299,-	2.300,-	2.499,-	2.298,-



Digitalkameras ab 2.000 DM

Hersteller	Olympus	Olympus	Olympus	Olympus	Ricoh	Sony
Produkt	Camedia C-3030 Zoom	Camedia C-2100 Ultra Zoom	Camedia E-100RS	Camedia E-10	RDC-i 700	MVC-FD95
Bildsensor	3,34 Millionen-Pixel-CCD	2,11 Mio. Pixel, 1/2 Zoll-CCD	1,51 Mio. Pixel, 1/2 Zoll-CCD	3,9 Millionen Pixel	CCD, 3,34 Quadratpixel	2,1 Millionen Pixel
Optische Auflösung	2.048 x 1.536 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.280 x 960 Pixel	2.440 x 1.680 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100/200/400	automatisch, 100/200/400	ISO 100/200/400	Auto, ISO 50/100/200	Auto, ISO 200/400	k.A.
Brennweite KB	32-96 mm	38-380 mm	38-380 mm	35-140 mm	35-105 mm	40-400 mm
Mindestabstand/Makro	0,2 cm	0,1 m	0,1 m	0,02 m	0,01 m	0,04 m
Zoom-digital	1fach - 2,5fach	1fach-2,7fach	2,7fach	von Objektiv abhängig	1,28fach, 1,6fach, 3,2fach	20fach
Speichermedium	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia, CompactFlash II	intern, CompactFlash, ATA	3,5" Floppy
Dateiformate	JPEG, TIFF	JPEG, TIFF, DPOF	JPEG, TIFF, DPOF	JPEG, TIFF, DOPF, RAW	JPEG, TIFF, AVI, WAV	JPEG, MPEG1, GIF
Dateigröße	k.A.	5,8 MB	5,76 MB	11,3 MB	k.A.	k.A.
Datentransfer/Schnittstelle	RS 232C, USB, Video out, DC	DC, RS 232C, USB, Video	RS 232C, USB, Video out	USB, DC und Video Out	Seriell, AUX, USB, Video/Audio	Video Out (NTSC/PAL)
Blitz	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert	integriert
Belichtungsmessung	drei TTL-Messungen	drei TTL-Messungen	drei TTL-Messungen	drei TTL-Messungen	TTL-CCD	automatisch
Verschlusszeit	1/800-16 Sek.	1/2-1/800 Sek.	1/10.000-16 Sek.	2-1/640 Sek.	1/4-1/1000 Sek.	8-1/1000 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Maximale Bilderfrequenz	5 Bilder bei 3,1 B/Sek.	5 Bilder (SHQ) bei 1,5 Bildern Sek.	15 Bilder/Sek.	1,2 Sek.-Takt unbegrenzt	k.A.	6-30 Bilder/Sek.
Batterietyp	4 x AA, 2 x CR-V3	4 x AA, 2 x CR-V3	4 x AA	2 x CR-V3	Lithium-Ionen-Akku	Akku
Maße B/H/T	110/76/66 mm	112,5/77,5/141 mm	120/86/152,5 mm	128,5/103,5/161 mm	157/93/33 mm	126/123/184 mm
Gewicht ohne Batt.	ca. 300 g	ca. 540 g	575 g	ca. 1.050 g	450 g	ca. 850 g
Extras	Videomodus	all-In-One-Kamera	für schnelle Bewegungsabläufe	umfangreiches Zubehörangebot	3,5" Monitor mit Touch-Screen	Videosequenz 15-60 Sek.
Erhältlich	März 2000	Herbst 2000	2000 Späterbst	Herbst 2000	ab September 2000	seit April 2000
UVP DM	2.498,-	2.698,-	3.500,-	4.500,-	2.658,-	2.499,-



Digitalkameras ab 2.000 DM

Hersteller	Toshiba
Produkt	PDR-M 70
Bildsensor	1/1,8" CCD, 3,34 Mio. Pixel
Optische Auflösung	2.048 x 1.536 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100/200/400
Brennweite KB	35-105 mm
Mindestabstand/Makro	0,09 m
Zoom-digital	2fach
Speichermedium	24 MB (intern) SmartMedia
Dateiformate	JPEG Exif 2.1
Dateigröße	100 KB-1,2 MB
Datentransfer/Schnittstelle	USB, Video (PAL/NTSC)
Blitz	integriert
Belichtungsmessung	Mehrfeld mit 256 Zonen
Verschlusszeit	8 - 1/1000 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja
Maximale Bilderfrequenz	1,5 Bilder/Sek.
Batterietyp	Lithium-Ionen-Akku
Maße B/H/T	116/76/62 mm
Gewicht ohne Batt.	340 g
Extras	Kalender bis 2030
Erhältlich	Juli 2000
UVP DM	2.299,-

G1 - Top-Modell der Canon PowerShot-Familie



Das neue Topmodell der digitalen Canon PowerShot Familie verfügt nicht nur über eine hohe Auflösung von 3,34 Millionen Bildpunkten. Der Hersteller hat bei der Ausstattung der digitalen Sucherkamera mit 3fach Zoomobjektiv die Funktionalität der EOS Spiegelreflexkamera zum Vorbild genommen. Der 1/1,8-Zoll-CCD-Sensor mit 3,34 Millionen Pixeln erzeugt Dateien mit bis zu 2.048 x 1.536 Bildpunkten. Je nach Anwendung können auch kleinere Auflösungen gewählt werden. Auch die Lichtempfindlichkeit ist variabel und kann äquivalent zu 50, 100, 200 oder 400 ISO eingestellt werden. Das Gerät verfügt über einen optischen Sucher und ist zudem mit einem dreh- und schwenkbaren LC-Farbdisplay ausgestattet. Das aufwendig konstruierte 3fach-Zoomobjektiv ist mit acht Linsen (davon zwei asphärisch) in sieben Gruppen aufgebaut; die Brennweite entspricht einem Kleinbild-Zoombereich von 34-102 mm bei einer Lichtstärke von F2,0-2,5. Durch den geringen Mindestabstand zum Motiv von nur 7 cm bei Weitwinkel und 20 cm bei Teleeinstellung kann sogar eine Visitenkarte formatfüllend aufgenommen werden. Die als Zubehör erhältlichen Weitwinkel- und Telekonverter ver-

größern zusätzlich den gestalterischen Spielraum auf einen Brennweitenbereich, der 27-153 mm bei Kleinbild entspricht. Dabei kann der Bildausschnitt noch-mals mit der Digitalzoom-Funktion vergrößert werden. Das Autofokus-System bietet die Wahl zwischen den Betriebsarten One-Shot (mit Meßwertpeicher) und einem kontinuierlichen Modus mit Schärfenachführung. Als erste PowerShot-Kamera bietet die G1 zudem die Möglichkeit manueller Fokussierung. Ein hoher Dynamikumfang wird durch die interne Farbverarbeitung mit 30 Bit gewährleistet, die die Möglichkeit der verlustfreien Abspeicherung im CCD-RAW Speichermodus bietet. Bei der Sicherung im JPEG Format wird die Datei für 24 Bit Farbtiefe optimiert. Durch die Schnelligkeit der bei der G1 eingesetzten speziellen DSP-Prozessoren schafft die Kamera Serienbildaufnahmen in höchster Auflösung in einem Tempo von zwei Bildern pro Sekunde. Die Kombination aus optischem und mechanischem Verschluss ermöglicht Belichtungszeiten zwischen 8 und 1/1000 Sekunde. Bei der TTL-Belichtungsmessung kann der Anwender zwischen mittenbetonter Integralmessung oder Spotmessung wählen und insgesamt 12 automatische Programme nutzen: Im Auto-Modus erfolgen alle Einstellungen durch die Kamera, während bei der Programmautomatik, Blenden- oder Zeitautomatik der volle Zugriff auf Einstellungen erhalten bleibt. Zusätzlich verfügt die PowerShot G1 über sieben Motivprogramme für Nachtaufnahmen, Portrait, Landschaft, Schwarzweiß, Pan-Fokus, Panorama-Assistent und Movie. Im Movie-Modus zeichnet das Gerät mit einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln 15 Bilder pro Sekunde auf und ermöglicht bis zu 30 Sekunden lange Clips im AVI-Format. Die Canon PowerShot G1 verfügt über einen eingebauten Blitz mit Leitzahl 9 und eine Funktion zur Reduzierung des Rote-Augen-Effektes. Zusätzlich können aber auch externe Blitzgeräte eingesetzt werden. Zum Lieferumfang der Kamera gehört eine 16 MB CompactFlash Karte. Die Verbindung zum PC erfolgt über eine serielle oder USB Schnittstelle. Die Canon PowerShot G1 wird ab November 2000 für 2.499,- DM (UVP) verfügbar sein.



Cyber-shot

Sonys kleinste digitale Kamera mit 3.34 Megapixel.

Sie ist kaum größer als zwei Streichholzschachteln, kann aber mehr als die meisten Großen: die Sony Cyber-shot DSC-P1! Mit ihrem 3.34 Megapixel-Chip und dem 3fachen optischen Zoom macht sie unglaublich scharfe Bilder. Und dank MPEG-Modus kann sie sogar kurze Filmsequenzen aufzeichnen. Nur selbst fotografieren kann sich die Cyber-shot DSC-P1 noch nicht. Schade eigentlich, Sie werden nämlich kaum etwas Schöneres vor die Linse bekommen.



Memory Stick Sony und Memory Stick sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Tokyo. www.sony.de



go create
SONY



Der Durst Sigma Universal High-Speed Film Scanner ist für Fach- und Fotofinishinglabore konstruiert.

Mit dem Durst Sigma stellt das Unternehmen auf der photokina einen professionellen High Speed Film Scanner für die Produktion von hochwertigen Scans von Color-, Schwarzweiß-, Negativ- oder Diafilmen vor. Neu im Durst Sortiment ist auch das Theta 50, ein komplett digitales Lab-System, basierend auf Lasertechnologie und wie der High-Speed Scanner für Fach- und Fotofinishinglabore konstruiert.

Der Film Scanner Durst Sigma ist mit einer Dual Pentium III Workstation, einem Drei-Farb 10.000 Linsensensor als Datenleser und einer Universalautomatik-Filmbühne ausgestattet. Der Scanner ist für alle unzerschnittenen APS-, 135 mm- oder 120 mm-Filme ausgelegt. Auch Einzelnegative, gerahmte Dias, Filmstreifen oder Planfilme im Format 9 x 12 cm und 4 x 5 inch sind für den Sigma kein Problem. Dank des automatischen Filmbühnensystems ist dem Gerät das automatische Scannen von Filmrollen möglich. Zudem ist der Scanner mit einer Hochleistungs-Software ausgestattet, die unterschiedliche

Durst präsentiert exklusiv zur photokina:

High-Speed Film Scanner und Digital Laserlab

Scanfunktionen wie zum Beispiel „Scan to Print“, „Scan to File“ und „Preview Scan“ bietet. Sie gewährleistet eine automatische Korrektur der Farbe, der Dichte, des Kontrastes und der Farbsättigung sowie automatische Ausschärfung und stufenlose Ausschnittsfunktionen. Ein 21-inch WYSIWYG Farbmonitor erlaubt die Vorschau der einzelnen Bilder in vergrößerter Form. Somit kann eine bessere Beurteilung des Bildes gefällt werden, eine präzisere Ausschnittwahl getroffen und das zu scannende Bild genauer justiert werden. Durst Sigma produziert Fileformate in einer niedrigen Auflösung von 3 MB bis hin zur Hochauflösung von 375 MB. Die Scandaten können in die Fileformate TIFF, JPEG, BMP und PPM konvertiert werden. Somit kann der Scanner mit verschiedenen Digital-Ausgabe Systemen kombiniert werden.

Bis zu 600 ausgabefertige Prints pro Stunde

Mit dem Durst Theta 50 Laserlab können alle Bildformate von Icons über Paßbilder bis hin zu einem Auftrag von 50,8 cm Breite geprintet werden. Das

zitat von nahezu 600 Prints (20 x 25 cm in entwickelter und geschnittener Form) pro Stunde. Bei voller Geschwindigkeit und auf Rollenpapierbreite von 50,8 cm ist es sogar in der Lage, 1.000 Prints (20 x 25 cm) zu produzieren. Dies entspricht einer Leistung von etwa 60 qm pro Stunde.

Das Laserlab ist mit einem Dual Papierkassettensystem ausgestattet, das die schnelle Verfügbarkeit der Medien ermöglicht. Das gestattet eine wesentlich einfachere Handhabung von Mischaufrägen oder von Aufträgen, die auf unterschiedlichen Medien geprintet werden. Für höchste Bildqualität bietet das Durst Theta 50 eine dual automatische umschaltbare Auflösung von 200 und 400 Pixeln ppi und das in echter Halbtonwiedergabe mit einer Pixelinterpolation in Echtzeit, das heißt ohne zusätzliche Rechenzeiten (vergleichbar mit einer scheinbaren Auflösung von 4000 dpi). Ebenfalls in Echtzeit und ohne zusätzlichen Zeitverlust werden Bildskalierungen und Bildkorrekturen im Rechner ausgeführt.

Theta 50 ist in der Lage, Bahnen bis zu 5 m zu produzieren. Dank der Durst Autonesting Software können unterschiedliche Bilder und/oder unterschiedliche Bildformate nebeneinander auf großen Medien ausgegeben werden. Für ein automatisches und unbeaufsichtigtes Schneiden der Prints mit dem Durst Autocutter

32 XY oder 62 XY werden die (zum Patent angemeldeten) Durst Barcode Informationen geprintet. Das Laserlab arbeitet mit der Durst Autospooling Software für das ASCII Format. ASCII Datenformat-Bilddateien können damit von jedem im Netzwerk befindlichen Server abgerufen werden. miz

quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

Gerät gewährleistet bei jedem Print eine 100prozentige Übereinstimmung von Farbe und Dichte und sorgt für kurze Durchlaufzeiten bei geringen Produktionskosten. Schnelligkeit ist eines der herausragendsten Leistungsmerkmale des neuen Theta 50 Lab-Systems. Es verfügt über eine Produktionskapazität

Hasselblad auf der photokina 2000

Neben dem bekannten Programm zeigt Hasselblad auf der photokina neues Zubehör für seine Mittelformatkameras und die Hasselblad Xpan mit dem neuen Ultra-Weitwinkel-Objektiv 5,6/30 mm Aspherical.

Das 50jährige Bestehen der photokina feiert Hasselblad außerdem mit einer Multi-Image Show. Hier sind die besten Bilder der neun bisher gezeigten Shows zu sehen, von „Swedish Symphony“ (1982) bis „Beyond Worlds“ (1998).

Auch der neue Hasselblad Kalender der 2001 wird in Köln vorgestellt.



Auch die Hasselblad FlexBody ist auf dem photokina-Stand des schwedischen Herstellers zu sehen.

Er enthält etwa 40 Aufnahmen von zwölf Topfotografen. Die Bilder stehen nicht unter einem bestimmten Motto, sondern sollen mit verschiedenen fotografischen Aspekten einen möglichst breiten Interessentenkreis ansprechen.

Auf der Hasselblad Objektiv-Terrasse im ersten Stock des Standes können Interessenten die verschiedenen Hasselblad Modelle testen.

Standbesucher können dort auch Gerd Kock kennenlernen, den neuen Geschäftsführer der Hasselblad Vertriebsgesellschaft. Er übernahm diese Position am 1. September von Reiner Ter. Ter hatte das Unternehmen auf eigenen Wunsch hin verlassen, um die Geschäftsführertätigkeit bei einem anderen Unternehmen der Fotobranche anzutreten.



TECHLAB
Lösungen für Ihren Workflow

Professionelle Studio- und Labortechnik im Netzwerk !

NEU



Digitale Kamerarückteile

NEU



High Speed Filmscanner



KB+APS Film Scan Imagesystem



PLL-Laserlab 50x75



Bilddatenbank Management



LF Tintenstrahldrucker



CD Dupliziersysteme



LF Laminiersysteme



Großformat-cutter

Einfach anrufen und Informationen anfordern:
 Techlab Photoequipment GmbH
 Telefon: +49 (0) 6078 / 78070
 Fax: +49 (0) 6078 / 71194
 E-mail: info@techlab-gmbh.de
www.techlab-gmbh.de

Komfortabel klein trotz 3,3 Megapixel

Anlässlich einer Pressekonferenz am 11. 8. 2000 in München präsentierte Sony die Digitalkamera DSC-P1. Sie ist laut Aussage des Unternehmens die zur Zeit kleinste 3,3-Megapixel-Kamera der Welt (Stand Oktober 2000). Trotz ihrer geringen Ausmaße von 11,3 cm Länge, 5,4 cm Höhe und einer Tiefe von 4,4 cm muß sich der neue Cybershot-Star aber keineswegs verstecken.

Der 1/1,8"-Super-HAD-Bildwandler der P1 lichtet Objekte mit einer Auflösung von 3,3 Millionen Pixeln ab. Damit ermöglicht er Bilder in einer maximalen Auflösung von 2048 x 1536 Bildpunkten. Darüber hinaus stehen ein E-Mail-Mode (320 x 240), VGA- (640 x 480), SXGA- (1280 x 960) und eine UXGA-Auflösung (1600 x 1200) für perfekt aufgelöste Bilder entsprechend dem jeweiligen Verwendungszweck zur Verfügung.

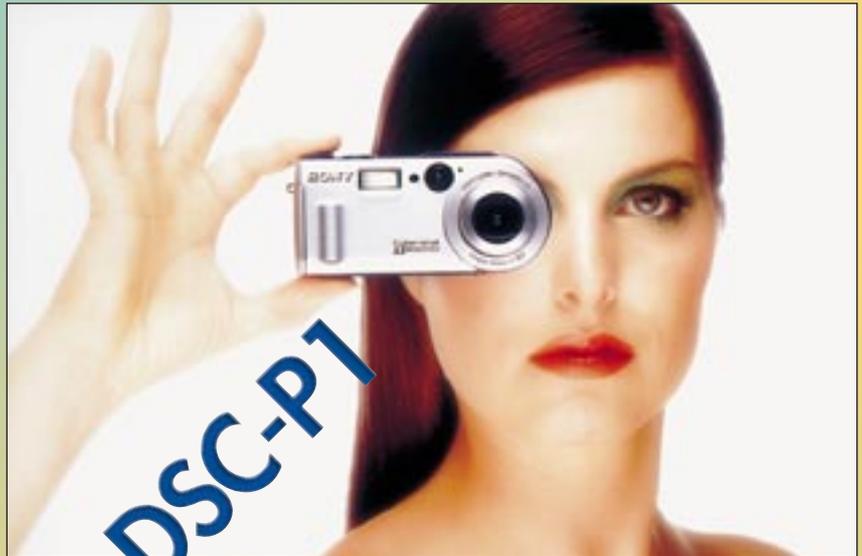
Objektiv von Sony

Für eine volle Ausschöpfung des Bildsensors sorgt ein von Sony entwickeltes 3-fach-Zoomobjektiv mit zwei Linsengruppen und einer Lichtstärke von 1 : 2,8 - 5,3. Im Makrobereich ermöglicht das Objektiv Aufnahmen ab einer Entfernung von zehn Zentimetern. Die Scharfstellung erfolgt über einen schnellen Autofocus. Die Verschlusszeiten liegen zwischen 2 bis 1/2000 Sekunde.

Zur Speicherung der Aufnahmen verwendet die DSC-P1 Sonys Wechselspeichermedium Memory Stick, der zur Zeit Kapazitäten von 64 MB bietet.

Neben der Möglichkeit, die Bilder im weit verbreiteten JPEG-Format abzuspeichern, bietet die Kamera alternativ auch die Möglichkeit zur Abspeicherung der Bilddaten im TIFF-Modus.

Der Transfer der Bilddaten zum PC er-



folgt entweder über die schnelle USB-Schnittstelle oder über den optional erhältlichen Memory-Stick-Adapter. Ein Videoausgang ermöglicht die direkte Betrachtung der Digitalaufnahmen am Fernsichtbildschirm.

Bildübersicht

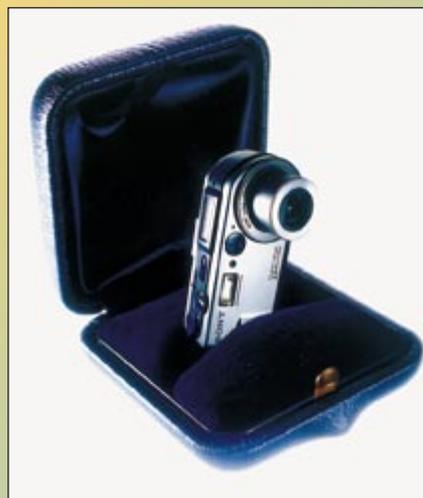
Neben einem präzisen optischen Sucher bietet die Kamera ein LC-Display mit einer Bilddiagonalen von 3,5 Zentimetern und einer Auflösung von 123.000 Pixeln. Darüber hinaus dient der Bildschirm auch zur Steuerung der Kamerafunktionen wie Programm AE oder Digitaleffekte. Der integrierte, intelligente Blitz besitzt eine Anti-Rot-

augen-Funktion. Er schaltet sich bei Bedarf automatisch zu.

Funktionsvielfalt

Neben der Aufnahme von Still-Bildern bietet die DSC-P1 mit der Funktion Clip Motion ein ganz neues Feature. Mit ihr lassen sich mehrere Aufnahmen im GIF-Format zu einer Animation verbinden. Diese eignen sich aufgrund ihres geringen Speicherbedarfs besonders gut für die Darstellung im Internet. Darüber hinaus lassen sich bis zu 60 Sekunden lange Video-Clips mit Ton im MPEG-Format aufzeichnen.

Die Funktion Playback-Zoom erlaubt dem Anwender, bereits gefertigte Aufnahmen, bei freier Wahl des Ausschnitts, zu vergrößern und sie anschließend als neues Bild abzuspeichern. Unterschiedliche Bildeffekte können bei Bedarf zugeschaltet werden. Für die Energieversorgung sorgt wie bei allen Sony-Kameras ein leistungsstarker und batteriesparender Lithium-Ionen-Akku. Durch das intelligente Strommanagement-System Stamina wird der Anwender minutengenau über die noch verbleibende Akkulaufzeit informiert. Die DSC-P1 wird inklusive Akku, Netzteil, Ladekabel, 8 MB-Memory-Stick, Videokabel, USB-Kabel inklusive Treibersoftware sowie Bildbearbeitungssoftware von MGI ausgeliefert. Ihr unverbindlich empfohlener Verkaufspreis lautet 1.999 DM. Die Digitalkamera wird ab Oktober dieses Jahres in den Markt gebracht. höl



Paßt sogar in eine Schmuckschatulle: die nur 200 Gramm schwere Cybershot DSC-P1.

Es gibt sie... ...die guten Bilder



Quality Control by
 **FUJIFILM**

Quality Control by Fujifilm

Die Chemiker und Ingenieure von Eurocolor und Fuji Photo Film haben in einem 12-monatigen Optimierungsprogramm ein Verfahren entwickelt, alle 9 Laborbetriebe von Eurocolor und Fujicolor auf ein so hohes, gleichbleibendes Qualitätsniveau zu bringen, wie es mit den bisherigen Kontrollverfahren nicht möglich war.

Quality Control by Fujifilm garantiert Ihnen und Ihren Kunden diese Qualität Tag für Tag und Nacht für Nacht.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Kontaktieren Sie uns, wir informieren Sie gern ausführlich.

Eurocolor Photofinishing GmbH & Co. KG

Koppelberg 4-6 · 24159 Kiel · Telefon (04 31) 3 99 10-0 · Fax (04 31) 3 99 10-70 · www.eurocolor.de

Ein Unternehmen der Fuji Photo Film (Europe) GmbH  **FUJIFILM**

Fotostudio A setzt auch bei digitalen Fotos auf Profiqualität

Vom Scan

Gerade in der professionellen Fotografie geht nichts mehr ohne digitalisierte Bilder. Doch nicht immer und überall ist es sinnvoll, die Aufnahmen gleich mit einer Digitalkamera zu erstellen. Nach wie vor gibt es unzählige Aufgaben, die sich über den hybriden Weg mit analoger Kamera und Scanner besser lösen lassen. Das Beispiel Foto-Studio A aus Mannheim zeigt, wie die Praxis heutzutage aussieht.

EBV gehört zum Geschäft

Heinrich Hall, 45-jähriger Inhaber des Mannheimer Foto-Studios A, weiß sehr genau, wovon er spricht, wenn er den Scanner noch viele Jahre für unersetzbar hält. Mit seinen sechs Mitarbeitern hat er gerade ein geräumigeres Studio im Mannheimer Stadtviertel Neckerau bezogen, weil der Platz im alten Studio nicht mehr ausreichte. Ein Grund ist die auf vier Arbeitsplätze angewachsene EBV-Station, in der die meisten seiner Aufträge elektronisch bearbeitet werden. Gleich neben dem ersten Mac steht ein funkelneuer Cézanne Elite, der neueste A3 Flachbettscanner von Dainippon Screen. Hier wird der überwiegende Teil der analogen Aufnahmen zunächst in hoher Auflösung gescannt – der Scanner leistet 5.300 optische und bis zu 20.000 interpolierte dpi –, bevor sich die Bildbearbeitungsspezialisten der Daten annehmen.

Das Foto-Studio A, gegründet 1993, arbeitet als Hauptstudio für das Mannheimer DaimlerChrysler Werk, wo in erster Linie die gesamte Bus-Produktion des Konzerns stattfindet.

„Die Aufnahmen für DaimlerChrysler müssen fast immer für einen extrem flexiblen Einsatz geschossen werden.



Heinrich Hall, Inhaber von Foto Studio A: „An hybriden Lösungen mit analoger Kamera und Scanner führt oftmals kein Weg vorbei.“

Denn die Fotos werden für unterschiedliche Anwendungen, von Anzeigen bis zum CityLight Poster, eingesetzt. Keine Limitierung in der Verwendung bedeutet dabei, daß klassische 6 x 7 Dias und Scans in hoher Auflösung benötigt werden. Das schafft nun einmal keine Digitalkamera“, begründet Heinrich Hall den bevorzugten hybriden Weg in seinem Studio. Als Spezialist für Industriefotografie steht er häufig vor dem Problem, detailreiche Aufnahmen unter schwierigen Lichtverhältnissen realisieren zu müssen, die nicht selten als Großformat-Prints für Ausstellungen und Messen benötigt

zum Bild

Die EBV-Abteilung von Foto Studio A ist in den vergangenen Jahren schnell gewachsen.

werden. Oftmals wird darum sogar 4 x 5 Zoll Material verwendet.

Die Mischung macht's

Für seine Kunden aus dem Werbemittel-Bereich jedoch, gibt der gelernte Fotografenmeister zu, wird inzwischen nur noch mit der digitalen Kamera fotografiert. Uhren und andere kleinere Give-aways lassen sich mit der im Studio verwendeten Nikon D1 hervorragend ablichten. Auch viele Außenreportagen werden digital erstellt, doch die allermeisten Jobs erfordern die analoge Mittelformat-Kamera. „Unser zweites fotografisches Standbein sind Werbeaufnahmen für große Agenturen, vornehmlich Peoplefotografie. Auch diese Kunden wollen überwiegend Dias und hochaufgelöste Scans, um die Bilder ebenfalls möglichst flexibel verwenden zu können.“ Nach Halls Erfahrung gehört People- und Werbe-fotografie neben den Industriefotografien zu den am meisten hochvergrößerten Motiven. Dabei will der Kunde noch bei metergroßen Prints selbst die feinsten Hautzeichnungen und Haare erkennen, damit das Bild auch in diesen Formaten noch lebendig und natürlich wirkt. Rein digital wäre eine solche Bildqualität nur sehr bedingt möglich und mit einem enormen Kostenfaktor verbunden.

Allein die Problematik, immer das passende Objektiv für digitale Mittelformatkameras zu finden, so Heinrich Hall, zeige die Schwierigkeiten auf. Nicht selten müsse er sich mit KB-Objektiven behelfen, die entsprechende Nachteile mit sich bringen.

Hybride Lösungen für neue Geschäftsfelder

Für die schnelle Ausgabe von Großformaten steht im Nebenraum des Studios ein Roland Plotter für Großbilder bis 1,30 Meter Breite in 1.440 dpi und in Hexachrome, auf dem diverse Large Format Prints auch für die Mannheimer Fotografenkollegen erstellt werden. Die Qualität ist laut Heinrich Hall der einer fotografischen Großvergrößerung ebenbürtig, wenn nicht sogar überlegen. Speziell hier bringt der Scannereinsatz erhebliche Vorteile mit sich. Der Screen Cézanne Elite scannt selbst 6x7 Dias nicht nur mit 16 Bit Farbtiefe, sondern gibt diese als einer der ganz wenigen Scanner auch in dieser Farbtiefe wieder aus. So kann die externe Korrektur in Photoshop ohne Qualitätsverlust erfolgen, bevor der Plotter angesteuert wird.

Die Kombination aus Cézanne und Plotter hat Foto-Studio A zudem die Eröffnung eines neuen Geschäftsbereichs ermöglicht: Immer mehr Unternehmen aus der Region lassen ihre großformatigen Messebilder dort scannen und printen. Das anschließende Laminieren und Kaschieren gehört ebenfalls zum Leistungsangebot des Mannheimer Fotostudios.

Die Entscheidung für den Screen Cézanne Elite, vor wenigen Monaten erst in neuer Version auf der Druckmesse drupa vorgestellt, fiel aus einer ganzen Reihe von Gründen. Zum einen zählt das Produkt zu den weltweit meistverkauften in seiner Klasse und ist technisch ausgereift. Darüber hinaus bietet der Scanner hinsichtlich Scan-Auflösung, Geschwindigkeit und Bedienung erhebliche Vorteile. Und vor allem sein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis hat Heinrich Hall überzeugt – allerdings mit einem kleinen Wermutstropfen: Die Bedienung des Cézanne Elite liegt einem DTP-Operator mehr als einem Fotografen, der nicht selten eher intuitiv arbeiten möchte. „Mit seiner extrem hohen Auflösung wird



Mit einem Roland-Plotter können Großformate bis zu 1,30 m Breite im Hexachromeverfahren ausgegeben werden.

der Cézanne noch sehr lange hervorragende Ergebnisse erzielen. Ein Scanner veraltet eben nicht so schnell wie eine

Hall seine Sicht der aktuellen Diskussion rund um die digitale Fotografie zusammen.

Digitalkamera und wird noch mindestens zehn Jahre wettbewerbsfähige Daten liefern. Der gesunde Mix aus digitaler und hybrider Fotografie paßt für unsere Aufgaben derzeit perfekt zusammen“, faßt Heinrich

Screen Cézanne Elite

Mit mehr als 2.500 Installationen in zwei Jahren zählt der Cézanne zu den weltweit erfolgreichsten A3+ Flachbettscannern überhaupt. Schon die technischen Daten der jüngsten Generation sind eindrucksvoll:

Die optische Auflösung beträgt 5.300 dpi, die Ausgabeauflösung bei Halbtonevorlagen bis zu 20.000 dpi.

Das Gerät bietet eine hohe Scan-Geschwindigkeit über alle Formate und Vorlagen hinweg. Pro Stunde lassen sich z. B. 104 Scans von 35 mm Durchsichtsvorlagen bei 350 dpi und 400 Prozent Vergrößerung erstellen. Das maximale Vorlagenformat liegt bei 329 x 530 mm.

Bei großformatigen Originalen konnte die Geschwindigkeit gegenüber dem Vormodell sogar verdoppelt werden.

Und bei der Re-Digitalisierung analoger Vorlagen, der Copy-Dot-Funktion, wurde in Kombination mit der Software DotFinder eine Steigerung von 30 Prozent erzielt.

Ermöglicht wurde diese Leistungssteigerung durch den Einsatz neuer RISC-Prozessoren mit einer 83 MHz-Hochgeschwindigkeitsschnittstelle für hohe Übertragungsraten und der auf den Cézanne Elite speziell abgestimmten Scan-Software ColorGeniusEX, die eine neue Verarbeitungsabfolge erlaubt.

Neben einer verbesserten Farbwiedergabe zeichnet sich der neue Cézanne Elite auch durch eine einzigartige Reduzierung des Moiré-Effekts bei Durchsichtsvorlagen aus. Neue Treiberversionen und Funktionen setzen in dieser Hinsicht einen neuen Maßstab für DIN A3 Flachbettscanner. Weitere Optimierungen der jüngsten Elite-Generation betreffen ein noch gleichmäßigeres Scan-Bett, eine vollkommen neu entwickelte Spiegelkonstruktion für die DIALICHTQUELLE zur Verhinderung von Staub oder Kratzern auf dem Scan und ein verbessertes Farbmapping.



Der Screen Cézanne Elite Flachbettscanner bietet beeindruckende Leistungsdaten.

Kyocera Yashica MicroElite 3300

Digitaler Zwerg mit Kraft von 3 Megapixeln



Das neueste Digitalkamera-Modell aus dem Hause Yashica, die Kyocera Yashica MicroElite 3300, ist mit den Maßen 93,5 x 66 x 37,5 mm laut Aussage des Unternehmens die kleinste Zweifach-Zoom-Digitalkamera in der 3-Megapixel-Klasse.

Der 1/1,8 Zoll große CCD der Kamera liefert eine Auflösung von 3,34 Megapixeln. Das Digitalmodell ist mit einem 2-fach Zoom-Objektiv ausgestattet, dessen Linsenelemente allesamt aus optischem Glas gefertigt wurden und das eine Auflösung von 200 Linien pro Millimeter bietet. Verglichen mit dem Kleinbildformat entspricht die Leistung des Objektivs einer Brennweite von 38 bis 76 mm. Der zusätzliche 2-fach Digital-Zoom ist sowohl bei der Aufnahme als auch bei der Wiedergabe zuschaltbar.

Je nach Verwendungszweck der Bilder bietet die Kyocera Yashica MicroElite 3300 Bilder in der Super Fine- (2048 x 1536; ca. 2 MB), in der Fine- (2048 x 1536; ca. 1 MB) oder in der Normal-Auflösung (1024 x 768; ca. 300 KB). Darüber hinaus kann sie Aufnahmen auch in besonders hoher Qualität im TIFF/RGB-Modus (2048 x 1536; ca. 9,5 MB) aufnehmen. Zur Speicherung der Bilddaten lassen sich sowohl Compact-Flash-Karten des Typs I und II sowie IBM's Microdrive-Minifestplatte einsetzen.

Videsequenzen

In einer Auflösung von 320 x 240 (AVI) ermöglicht die Digitalkamera über die Stillbild-Aufnahme hinaus die Aufzeichnung von Videosequenzen in einer Länge von maximal 15 Sekunden. Die Fokussierung der Motive erfolgt automatisch mit Video Feedback. Darüber hinaus kann der Anwender auch

individuelle Einstellungen für Makro und Unendlich vornehmen. Makroaufnahmen sind ab einer Entfernung von 0,1 m bei Objekten in einer Größe von 37 x 43 mm möglich.

Für die Belichtungsmessung bietet die Kyocera Yashica MicroElite 3300 die drei Meßverfahren Mehrfeldmessung, mittenbetonte Integralmessung und Spotmessung an. Die Belichtungs-kontrolle erfolgt entweder über die Programmautomatik oder wahlweise über die Zeitautomatik mit Vorwahl der Blenden 3,0 bis 6,6.

Weißabgleich

Für qualitativ hochwertige Aufnahmen selbst bei schwierigen Wetterverhältnissen sorgen die Weißabgleichfunktionen der Digitalkamera, die neben automatischem Weißabgleich auch Einstellungen für Tageslicht, Tageslicht/bewölkt, Kunstlicht und Neonlicht vorsehen.

Neben dem elektronischen Verschluss über dem CCD verfügt die Kamera zusätzlich über einen elektronisch gesteuerten Lamellenverschluss. So werden Verschlusszeiten von 1/2000 s bis 1 s ermöglicht.

Für die Kontrolle der Aufnahmen ist die Kamera neben einem Sucher mit einem 1,5 Zoll TFT-Monitor ausgestattet, der eine Auflösung von 512 x 218 Pixeln bietet. Darüber hinaus liefert der Monitor alle Informationen zu den gewählten Kameraeinstellungen des Anwenders.

Umfangreiche Blitzfunktionen des eingebauten Blitzgerätes wie Auto, Auto mit Rote-Augen-Reduzierung, Tageslicht-Aufhellblitz und Blitz aus sorgen für die passende Ausleuchtung der Digitalaufnahmen.

Bei der Bildwiedergabe kann der Anwender zwischen einer Einzelbild- und einer Mehrfachbildwiedergabe wählen. Darüber hinaus stehen Funktionen für das Löschen einzelner Aufnahmen oder aller Bilddateien, zur Drehung der Aufnahmen und für die automatische Bildwiedergabe zur Verfügung. Über die DPOF- (Digital Print Order Format) Funktion können bereits bei der Aufnahme Anzahl und Format der Prints festgelegt werden.

Die Energieversorgung der Kamera erfolgt über stromsparende 3,7 Volt Lithlon/1100 mAh-Akkus. Eine Akkuladung ist ausreichend für zirka 200 Aufnahmen in der Fine-Auflösung (wenn etwa bei der Hälfte der Aufnahmen ein Blitz eingesetzt wurde).

Die Kamera kann in Verbindung mit PCs Windows 98 oder 2000/NT sowie Macintosh-Computern OS 8.6 oder höher eingesetzt werden. Weitere Voraussetzungen sind ein USB-Eingang sowie ein CD-ROM-Laufwerk. Eine Bildbearbeitungssoftware steht als kostenloser Download unter www.active-share.com zur Verfügung.

Yashicas MicroElite 3300 wird ab Ende September dieses Jahres ausgeliefert und wird um die 1.498 DM kosten (UVP). Sie wird zusammen mit Card Reader, Akku und Netz/Ladegerät ausgeliefert. höl

Preisgünstige Reisearrangements
erhältlich bei
Hapag-Lloyd Geschäftsreise GmbH,
Frau Lienau, Tel. 040/3001-4273
Fax 040/3001-4268,
E-Mail fci.lienauf@hlg.de

If you're in imaging . . .
you're at PMA

PMA 2001

Ausserdem **The Quick Print Show**



11.-14. Februar 2001
Orange County
Convention Center
Orlando, Florida / USA

Die neuesten Technologien und Produkte, präsentiert von über 800 Ausstellern.

Branchenexperten aus aller Welt halten über 100 Seminare.

Gesellschaftliche Veranstaltungen zur Pflege von alten und neuen Kontakten
in einem der berühmtesten Vergnügungszentren der Welt - Orlando!

Für weitere Information wenden Sie sich bitte an Frau
Scherer in der PMA Zentrale unter 001-517-788 8100,
oder an das PMA Büro für Europa in München unter
Fax Nr. 089-273 0291. Im Internet: www.pmai.org



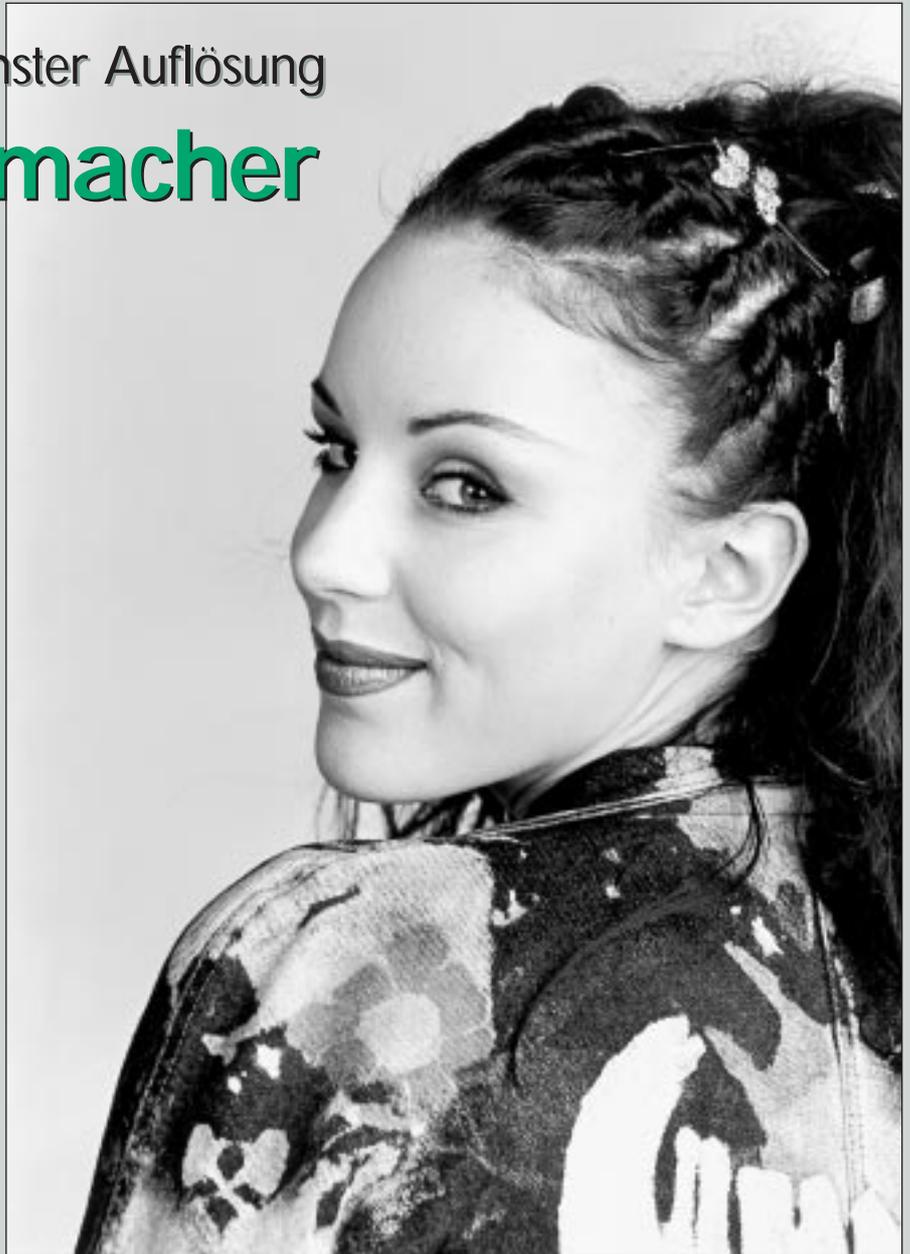
Gigabitfilme mit höchster Auflösung

Die Scharfmacher

Gigabitfilme, seit einiger Zeit bereits als Planfilme 4x5"/9x12 cm auf dem Markt, werden jetzt auch als Kleinbildfilme 24x36 mm mit 36 Aufnahmen ausgeliefert.

Die Gigabitfilm GmbH wendet sich mit ihren Produkten an Fotografen, die im Schwarzweißbereich in puncto Qualität keine Kompromisse eingehen wollen. Der Planfilm, seit Jahren von mehreren Fotografen erfolgreich getestet, überzeugt durch eine Auflösung von 900 Linienpaaren pro Millimeter bei einem Kontrast von 1:1000. Auch die neuen Kleinbild-Filme überzeugen durch ihre extrem hohe Auflösung von 720 Linienpaaren pro Millimeter, ebenfalls bei einem Kontrast von 1:1000. Das ist mehr, als die meisten Objektive an Auflösung zu bieten haben.

Während sich Planfilm-Fotografen mit einer Empfindlichkeit von ISO 25/15° begnügen müssen, steht den Kleinbild-Fotografen ISO 40/17° zur Verfügung. Bei den Filmen handelt es sich um Material, das für technisch/wissenschaftliche Zwecke eingesetzt wird (ähnlich dem Technical-Pan von Kodak) und durch die Verwendung eines speziellen



*Oben: Schlagersängerin „Blümchen“.
Nächste Seite: Der Schauspieler Uwe Friedrichsen (oben), die Geigenvirtuosin Vanessa May (unten links), Staatsbesuch von Bill Clinton in Deutschland (unten rechts).*

Alle Fotos auf Gigabit Kleinbildfilme von Raphael Stötzel, Köln.

Links: Detlef Ludwig, der „Erfinder“ der Gigabitfilme, ist gelernter Fotograf, Fototechniker und selbsternannter Medienphilosoph. Bei einem Besuch zeigte er, welche Qualität mit seinen Filmen möglich ist. Je größer die Vergrößerung, desto deutlicher werden Schärfe und Detailtreue sichtbar. Leider kann die herausragende Qualität im Druck nicht wiedergegeben werden. Die hier gezeigten Bildbeispiele lassen mehr erahnen als erkennen, welches Potential in den Gigabitfilmen steckt.

Foto: Jürgen Günther



Entwicklers für die bildmäßige Fotografie modifiziert wurde. Ein entsprechender Entwickler wird zu jedem Film mitgeliefert. Hält man sich an die vorgegebenen Regeln, ist die Verarbeitung problemlos zu bewerkstelligen. Weitere Informationen im Internet unter www.gigabitfilm.de.

Die hier gezeigten Schwarzweiß-Fotos sind ausnahmslos auf Gigabitfilm Kleinbildfilmen gemacht. Zum Equipment gehörten Nikon F5, AF-Nikkore, Handblitz oder kleine Blitzanlage. In der Dunkelkammer wurde mit einem Durst Laborator 1200 und APO-Rodagon N 2,8/50 mm gearbeitet. Der Autor der Bilder, Raphael Stötzel aus Köln, wurde 1967 in Siegen geboren und studiert seit 1993 Fototechnik in Köln. Sein Studium verdient sich Raphael Stötzel als freier Fotograf für verschiedene Zeitungen und Agenturen. Schwerpunkte seiner Arbeit sind Fotos von bekannten Größen aus TV, Sport und Politik.



Archivierungs- und Präsentations- mittel



Wir stellen aus!
Auf der **photokina**
in Köln vom 20.-25. Sept.
Halle 11.1, Gang A/B, Stand 10

Für Studio, Labor und Archiv

- Passepartouts
- Acetathüllen
- Negativ-Ablageblätter
- ...und vieles mehr

Fordern Sie doch einfach unsere Mustermappe an!



DOHM GmbH · Blumenstr. 31
D-72127 Mähringen

Tel. 0 70 71/91 29-0 · Fax 91 29-31
www.dohm.de · e-mail: info@dohm.de



Neue Digitalkameras mit und ohne Super-CCD von Fujifilm

Zur photokina 2000 präsentiert Fujifilm zwei neue Modelle der FinePix-Reihe.

Die FinePix 4900 Zoom arbeitet mit der unternehmenseigenen Super CCD-Technologie und bietet einen sechsfach optischen Zoom.

Die FinePix 2400 Zoom wurde im Design herkömmlichen Kompaktkameras nachempfunden und ist mit einem 2,1-Megapixel-CCD ausgestattet.



FinePix 2400 Zoom und FinePix 4900 Zoom

Fujifilms FinePix 4900 Zoom wurde für den anspruchsvollen Digital-Fotografen konzipiert. Sie arbeitet mit einem Super-CCD, der über 2,4 Millionen wabenförmig angeordnete Pixel verfügt. Laut Unternehmens-Aussage ist es damit möglich, einen maximalen Bild datenumfang von bis zu 4,3 Millionen Pixeln (2500 x 1800) zu erzielen. Darüber hinaus sorgt die Super-CCD-Technologie für eine höhere Empfindlichkeit, einen größeren Dynamikbereich und ein besseres Signal-/Rauschverhältnis (S/N), allesamt Eigenschaften, die einer hohen Digitalbildqualität zugute kommen. Ein weiterer Vorteil dieses CCD-Typs ist eine höhere Empfindlichkeit, so daß die FinePix 4900 ISO-äquivalente Einstellungen von ISO 125 bis 800 ermöglicht.

Kombiniert wurde die Auflösungsleistung der Kamera mit einem neu entwickelten Super EBC-Fujinon-Objektiv mit 6-fach Zoom und großem Durchmesser. Entsprechend einem Objektiv im Kleinbildformat bietet es eine Brennweite von 35 bis 210 mm. Das Zoomobjektiv ist mit einer integrierten Irisblende aus fünf Lamellen mit 13 Blendeneinstellungen ausgestattet, die vielseitige manuelle Aufnahmemöglichkeiten bietet. Zusätzlich zum 6-fach optischen Zoom kann mit dem digitalen Zoom der Kamera ein um bis zu



Um auch Anwendern ohne Digitalkamera-Erfahrung gute Aufnahmen zu ermöglichen, wurde die Bedienung der FinePix 2400 Zoom ganz einfach gestaltet und ihre zentralen Funktionen in leicht verständliche Menüs integriert.

22,5-facher Gesamt-Vergrößerungseffekt im Modus von 640 x 480 Pixel und ein 11,25-facher Gesamtvergrößerungseffekt im Modus 1280 x 960 Pixel erzielt werden.

Die FinePix 4900 Zoom bietet zahlreiche Aufnahmeeinstellungen wie Auto, Motivwahl, Belichtungsprogrammautomatik (AE), AE mit Blendenpriorität, AE mit Verschlusspriorität und manuelle Einstellung, wie der Anwender sie sonst nur von Spiegelreflexkameras kennt.

Hinter ihrem hochwertigen Gehäuse aus einer Magnesiumlegierung verbirgt sich noch eine Vielzahl von weiteren technischen Features, wie zum Beispiel eine Serienbildfunktion mit bis zu fünf aufeinanderfolgenden Bildern bei fünf Aufnahmen pro Sekunde, dem elektro-

nischen Sucher, der genau den mit der Kamera erfaßten Bildbereich anzeigt, oder die Möglichkeit zur Bewegtbildaufzeichnung von bis zu 160 Sekunden Länge. Die FinePix 4.900 Zoom wird ab Oktober dieses Jahres zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 2.500 DM lieferbar sein.

FinePix 2400 Zoom

Styling und Funktionalität der FinePix 2400 Zoom haben Ähnlichkeit mit herkömmlichen Kompaktkameras. In ihrem Inneren steckt ein 1/2,7-Zoll-CCD mit 2,1 Millionen quadratischen Pixeln, der Bilddateien mit einer Auflösung von 1600 x 1200 Pixeln erzeugt. Weitere Ausstattungsmerkmale sind ein 3-fach optisches Fujinon-Zoomobjektiv (Brennweite im Kleinbildformat: 38 bis 114 mm), präzise TTL-Messung in 64 Zonen, Belichtungsprogrammautomatik, automatischer Weißabgleich und zahlreiche praktische Aufnahmefunktionen wie Manuell, Makro, Digitales Tele und kontinuierliche Aufnahme. Im Manuell-Modus können Belichtung und Weißabgleich auch individuell gesteuert werden. Die FinePix 2400 Zoom ist für die schnelle Datenübertragung mit einem USB-Port ausgestattet und wird ab September 2000 lieferbar sein. Der empfohlene Verkaufspreis liegt bei 1.200 DM. höl

Über 3,3 Millionen Pixel scharf:
Die QV-3000EX/1r

Bestechend einfach. Scharfe Bilder Tag für Tag.



QV-3000EX/1r

Mit der QV-3000EX/1r von CASIO werden digitale Fotos jetzt noch schärfer. Denn hinter ihrem Design verbirgt sich neueste Technologie, die Aufnahmen mit über 3,3 Millionen Pixeln ermöglicht. Dabei ist die Camera durch übersichtliche Menüs schnell und einfach zu bedienen – automatisch oder manuell. Das lichtstarke, 3-fach optische Zoom-Objektiv ist mehrfach vergütet. USB-Schnittstelle, Photo Loader-Software für automatische Bildübertragung und -archivierung, Infrarot-Schnittstelle und der TV/Video-Anschluss sorgen für perfekten Bildtransfer zu anderen Geräten. Mit den CompactFlash-Schnittstellen Typ I und II können Sie wahlweise CompactFlash-Karten oder die Mini-Festplatte IBM Microdrive (340 MB) nutzen. Immer wieder, ganz einfach.



- 3,34 Millionen Pixel Hochauflösung EXGA mit bis zu 2048 x 1536 Pixel
- USB-Schnittstelle
- Leichte Anschlussmöglichkeit an PC, Video, Notebook
- Infrarot-Schnittstelle IrDA 1.1 – zur kabellosen Kommunikation mit CASSIOPEIA-Taschen-PC, NOKIA 9110 oder Ericsson MC218
- 3-fach optischer Zoom, Autofokus
- Automatische und manuelle Einstellmöglichkeiten
- Inklusive Photo Loader-Software
- Inklusive Interpolations- und Printsoftware „PhotoFit 99 SE“ von silverlab GmbH für Ausdrücke mit ca. 7 Millionen Pixeln



QV-Digital Cameras: Perfekte Bildübertragung dank guter Verbindungen.



DIGITAL CAMERA
CASIO

Kodak erweitert Digitalkamerapalette

Trend, Spaß und Design

Mit den beiden neuen Digitalkameras DC3800 und EZ 200 präsentiert Kodak zwei Modelle, die Spaß und Esprit mit sich bringen. Für den digitalen Bilderspaß sorgt die unkompliziert zu bedienende und preisgünstige EZ200, während die DC3800 die Fotografen ansprechen soll, die Wert auf Schick und Design legen und zudem nicht auf Qualität verzichten möchten.



Die neue Kodak DC3800 ist für diejenigen konzipiert, die Wert auf Schick, Design und Qualität legen.

Mit den Maßen von 95 x 61 x 33 mm und einem Gewicht von 165 g zählt die DC3800 zu den leichtesten Digitalkameras der Welt. Ihr 2.3 Megapixel-Sensor ermöglicht eine maximale Bildauflösung von 1792 x 1184 Bildpunkten. Die DC3800 ist mit einem Zweifach-Zoom ausgestattet und ver-

speichert die Kamera auf einer CompactFlash-Karte des Typs I im JPEG-Format. Ein externes USB CompactFlash Lesegerät beschleunigt den Datentransfer zwischen Kamera und PC oder Mac.

Im Lieferumfang der neuen Kodak DC3800 ist eine 8 MB CompactFlash Speicherkarte, ein USB CompactFlash-Lesegerät, ein Videokabel, Kamerariemen und Kameratasche sowie 2 AAA Alkaline Batterien enthalten, zudem enthält das Lieferpaket eine Software für die Bildübertragung und Bildbearbeitung.

Die DC3800 ist ab Ende Oktober lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1199,- DM.

findet sie problemlos in der Hosentasche Platz. Die aufgezeichneten Bilder und Videoclips können per E-Mail verschickt oder auf eine Web-Seite übertragen werden. Für den schnellen Datentransfer zu PC oder Mac sorgt die USB-Schnittstelle. Der interne Speicher kann bis zu 128 Bilder oder bis zu sechs Video-Clips mit einer Länge von bis zu zehn Sekunden pro Clip sichern.

Zu der Grundausstattung des Lieferumfangs zählt ein umfangreiches



Auf dem integrierten Farbdisplay der Kodak DC3800 können die Aufnahmen betrachtet und bei Bedarf wieder gelöscht werden.

fügt über ein Autofocus-Objektiv mit einer Fest-Brennweite von 33 mm entsprechend Kleinbildformat. Darüber hinaus ermöglicht sie Nahaufnahmen bis 20 cm, ist mit einer Serienbildfunktion ausgestattet, mit der maximal vier Bilder in Folge geschossen werden können, und verfügt über einen automatischen Weißabgleich. Der integrierte Blitz hat eine Reichweite von 0,2 bis 2,5 m und minimiert das Rote-Augen-Problem. Auf dem integrierten Farbdisplay können die Aufnahmen betrachtet und bei Bedarf wieder gelöscht werden. Die

Die Kleine für die Hosentasche

Mit der kleinen und handlichen EZ200 lassen sich Digitalfotos in VGA-Qualität schießen, Video-Clips aufnehmen und an den PC angeschlossen auch Video-Konferenzen durchführen. Die Kamera verfügt über eine Bildauflösung von 640 x 480 Pixeln und einen automatischen Weißabgleich. Es können Video-Clips mit einer Länge von bis zu zehn Sekunden aufgezeichnet werden. Mit ihrer kompakten Bauweise von 92 x 36,5 x 86,6 mm (B x T x H) und ihrem Gewicht von 90 Gramm (ohne Batterie)



Dank ihrer kompakten Bauweise findet die EZ200 problemlos in jeder Hosentasche Platz.

Software-Paket für die Bild- und Videobearbeitung sowie für Video-Conferencing Anwendungen.

Die neue Kodak EZ200 ist ab September lieferbar. (UVP: DM 299,-) miz

Digital Instant Studio:

Perfekte Passbilder – Einfach gemacht!

photokino

Köln 2000
20.-25. Sept.

Halle 14.2
Stand N / P 8

Profi-Passbilder mit System:
Genial einfache Bedienung –
einzigartige Technik.

Digitalkamera:

- ◆ Ausschnittsucher im integrierten LCD-Monitor
- ◆ Blitzlicht-Synchronisation, automatische Iris
- ◆ Helligkeit und Farbsättigung einstellbar
- ◆ Digitalzoom, Schärfe manuell oder per Autofocus
- ◆ Bildanzeige in Echtzeit
- ◆ Speicher für 2 Aufnahmen

Videoadapter:

- ◆ Composite Video PAL

Fotoprinter:

- ◆ Bildausgabe in weniger als 40 Sekunden
- ◆ Hochauflösende, detailreiche Farbprints
- ◆ 5 verschiedene Bildformate

MITSUBISHI Marketing-Service
c/o mit gmbh
Carl-Zeiss-Straße 3 · D-52477 Alsdorf
Tel. +49 - (0) 24 04 - 2 00 22
Fax +49 - (0) 24 04 - 2 00 44
<http://www.mitsubishi-evs.de>



 **MITSUBISHI
ELECTRIC**
Electronic Visual Systems

Olympus präsentiert zur photokina Kamertechnik auf höchstem Niveau

4-Megapixel-Profimodell und High Speed-Digitale



Anlässlich einer Pressekonferenz, die am 22. August dieses Jahres stattfand, zeigte Olympus bereits die Neuheiten, die auf der diesjährigen photokina in Köln der breiten Masse der Fotofreunde präsentiert werden. Vorgestellt wurden das Topmodell der neuen Camedia E-Serie, die E-10, und die mit Aufnahme-kapazitäten von bis zu 15 Bildern pro Sekunde ultraschnelle Camedia E-100RS sowie der für den mobilen Einsatz konzipierte Drucker P-200.



Dank des schwenkbaren LC-Displays ermöglicht die E-10 auch Aufnahmen in Bodennähe oder aus einer Menschenmenge heraus.

Digitale Spiegelreflex-Technologie auf hohem Niveau zu einem günstigen Preis von voraussichtlich 4.500 DM bietet die Camedia E-10. Neben ambitionierten Amateuren möchte Olympus damit vor allem Portrait-, Mode-, und Werbefotografen ansprechen. Durch umfangreiches Systemzubehör entfaltet sie eine große Vielseitigkeit. Die Kamera ist mit einem 2/3 Zoll CCD-Chip ausgestattet, der eine reale Auflösung von vier Megapixeln erzielt, von denen 3,9 Millionen Pixel effektiv genutzt werden. Durch die vergleichsweise große Oberfläche des Chips wird sichergestellt, daß viel Licht auf die einzelnen Sensoren fällt. Speziell für die E-10 wurde ein lichtstarkes 4-fach-Zoom-Objektiv (1 : 2,0 – 1 : 2,4) konzipiert, für das 14 mehrfach beschichtete Elemente – darunter ein ED-Glaselement sowie zwei asphärische Linsen – kombiniert wurden. Im Vergleich mit einer 35 mm-Kleinbildkamera würde die Brennweite des Objektivs bei 35 bis 140 mm liegen. Die E-10 bietet verschiedene Auf-

lösungsmodi, darunter ein unkomprimierter TIFF- sowie ein Modus, der die originären CCD-Daten verarbeitet (diese Features werden durch ein Photo Plug-In unterstützt).

Kamera-intern wird eine schnelle Verarbeitung der Bilddaten durch einen 32 MB-Arbeitsspeicher (SDRAM) gewährleistet, so daß die Kamera selbst Bildsequenzen mit einer Geschwindigkeit von drei Aufnahmen pro Sekunde (bei insgesamt vier Bildern) bewältigen kann.

Die digitale Spiegelreflexkamera von Olympus kombiniert gleich zwei Autofocus-Systeme. Die Messungen des aktiven Infrarot-Systems werden durch



„Olympus verzeichnete im Geschäftsjahr 1999/2000 Umsatzsteigerungen im Bereich der Digitalkameras von etwa 70 Prozent“, faßte Walter Sandig, Geschäftsführer Olympus, die positive Entwicklung im Digitalkameramarkt für sein Unternehmen zusammen.

den passiven TTL (Through-The-Lens), der für die Feinabstimmung der Schärfe sorgt, unterstützt. Die Reaktionszeit, bis der Verschluss geöffnet wird, beträgt gerade einmal 60 Millisekunden.

Belichtung

Für die Ermittlung des richtigen Belichtungswertes stehen dem Anwender drei verschiedene Methoden zur Verfügung. Neben dem digitalen ESP (selektive Mehrfeldmessung) und der mehrstufigen Belichtungskorrekturmöglichkeit steht eine Bracketing-Belichtungsreihenautomatik zur Verfügung. Darüber hinaus wird durch die TTL-Meßmethode sowohl bei der Nutzung der verschiedenen internen Blitzmodi als auch beim Einsatz eines externen Blitzgerätes (zum Beispiel Camedia FL-40) eine optimale Belichtung sichergestellt.

Die E-10 bietet dem Anwender neben einem präzisen automatischen Weißabgleich die Auswahl zwischen sieben voreingestellten Farbtemperaturen (von 3.000 bis 7.500 Kelvin) und einem „one touch“-Weißabgleich.

Neben der automatischen Empfindlichkeitseinstellung kann zwischen den ISO-äquivalenten Werten 50, 100 und 200 gewählt werden.

Zahlreiche Aufnahmeprogramme wie der Programm-Aufnahmemodus, in dem alle Einstellungen automatisch erfolgen, der Shutter- (Verschlussvorwahl), der Aperture- (Blendenvorwahl) oder der Manual- (manuelle Wahl) Modus gewährleisten individuell gestaltete Aufnahmen.

Bei Tageslicht erlaubt die Kamera Belichtungszeiten von bis zu 1/500 Sekunde, für Nachtaufnahmen bzw. lichtschwache Momente kann der Anwender entweder im Manual-Modus eine Verschlusszeit von acht Sekunden wählen oder im B-Modus den Verschluss bis zu 30 Sekunden offen lassen. Mittels der drei verschiedenen Parameter „Hard“ (high), „Normal“ sowie „Soft“ (low) für die Schärfe und Kontrasteinstellung lassen sich die Bilder je nach Verwendungszweck optimieren.

Die E-10 ist mit einem optischen Spiegelreflex-Suchersystem ausgestattet. Dieses ermöglicht die Darstellung von rund 96 Prozent der durch die TTL-Messung erfaßten Bildinformationen. Somit hat der Fotograf die Möglichkeit, den gewünschten Bildausschnitt sehr



Martin Hubert, Bereichsleiter Consumer Products bei Olympus, prognostizierte, daß Digitalkameras im Jahre 2000 zum drittgrößten Bereich im Kameramarkt aufsteigen werden.

exakt zu bestimmen. Darüber hinaus werden im Bildsucher die wichtigsten Kameraeinstellungen wie Aufnahme-modus, Blendenzahl oder Verschlusszeit angezeigt, so daß er die Kontrolle über das Motiv behält, ohne die Kamera vom Auge nehmen zu müssen.

Mit der E-10 lassen sich auch aus ungewöhnlichen Positionen heraus Aufnahmen schießen, da sie über ein integriertes LC-Display verfügt, das sich um 90 Grad nach oben bzw. 20 Grad nach unten kippen läßt.

Für die Speicherung der Digitalaufnahmen verfügt die Kamera sowohl über einen SmartMedia- als auch einen CompactFlash Typ II-Kartenslot. Die schnelle Übertragung der Bilddaten zum Computer gewährleistet eine USB-Schnittstelle.

Das schwarze Kameragehäuse der E-10 wurde aus einer widerstandsfähigen Aluminiumlegierung gefertigt. Ab Herbst dieses Jahres wird das digitale Spiegelreflexmodell lieferbar sein.

Systemzubehör

Passend zum neuen digitalen Flaggschiff E-10 hat Olympus eine ganze Zubehörpalette entwickelt.

Einen praktischen Kameragriff und gleichzeitig zusätzliches Energiedepot bietet das Power Grip Kit, das komplett mit passendem Ladegerät ausgeliefert wird. Im Inneren des Gehäuses findet sich ausreichend Platz für einen 4.200 Milliampere starken Lithium-Polymer-Akku. Das Power Grip Kit ist für Spannungen von 100 bis 240 Volt ausgelegt und kann deshalb nahezu überall auf der Welt eingesetzt werden.

Darüber hinaus gehören zur E-10-Systemwelt vier Vorsatz-Objektive, die

sich leicht mit der Optik der E-10 verbinden lassen. Für Landschaftsaufnahmen oder das Fotografieren großer Gruppen eignet sich die 0,8-fach Weitwinkel-Vorsatzlinse (entspricht 28 mm bei einer 35 mm-Kamera). Für Makroaufnahmen von Blütenteilen oder Insekten wird eine Makro-Vorsatzlinse angeboten. Bei einer Aufnahmeffläche von 49 x 37 cm erlaubt sie Aufnahmen ab einer Distanz von 12 cm. Mit der 1,45-fach Tele-Vorsatzlinse (entspricht bis zu 200 mm bei einer 35 mm-Kamera) lassen sich Aufnahmen von entfernteren Objekten anfertigen, und für besonders beeindruckende Teleaufnahmen steht eine 3-fach Vorsatzlinse zur Verfügung (entsprechend einem 420 mm-Objektiv bei einer



Optische Vielseitigkeit bieten die vier als Systemzubehör zur E-10 angebotenen Vorsatz-Objektive.

35 mm-Kamera). Aufgrund der Länge dieses Systems wird das Zubehör mit einem widerstandsfähigen Arretierungsarm ausgeliefert.

Bis zu 15 Bilder pro Sekunde

Durch zwei Funktionen ist Olympus' E-100RS bestens geeignet, um schnelle Bewegungsabläufe aufzunehmen. Zum einen bietet sie das, wovon viele Fotografen in der Action-Fotografie träumen, nämlich „die Aufnahme vor der Aufnahme“, das heißt, daß sie im Pre-Capture-Modus automatisch bereits bei halb gedrückter Auslösertaste bis zu fünf Bilder aufnimmt, noch



Ulrich Götze, Produktmanager, Olympus, präsentierte die photokina-Neuheiten.

bevor endgültig ausgelöst wird. Zum anderen lassen sich mit ihr bis zu 15 Bilder pro Sekunde – jedes mit einer Auflösung von 1,5 Millionen Pixeln – anfertigen. Möglich wurde die extrem hohe Aufnahmegeschwindigkeit der Kamera durch die Kombination eines leistungsstarken Prozessors mit einem Progressiv-CCD-Chip. Bei diesem wer-

den die Bildinformationen in einem Schritt ausgelesen, so daß auf den Einsatz eines mechanischen Verschlusses verzichtet werden kann. Stattdessen kommt bei der E-100RS ein elektronischer Verschluss zum Einsatz, mit dem Belichtungszeiten von bis zu 1/10.000 Sekunden erzielbar sind. Ein weiterer Faktor, der in der Vergangenheit oft zur verzögerten Aufnahme-fähigkeit der Digitalkameras geführt hat, ist die Blockierung der Aufnahme während der Abspeicherung vorausgegangener Aufnahmen. Die E-100RS verfügt über eine Write Cancel-Funktion, die den sofortigen Abbruch des Speichervorgangs möglich und damit mit den Weg frei für die sofortige Aufnahme neuer Bilder macht. Eine Funktion, die ins-



Laut Aussage von Olympus ist die E-100RS zur Zeit die schnellste Digital-kamera ihrer Klasse. Sie liefert bis zu fünfzehn 1,5 Millionen-Pixel-Aufnahmen pro Sekunde.

besondere professionelle Fotojournalisten schätzen werden. Ebenfalls beeindruckend an der E-100RS ist das optische System der Kamera. Das optische 10fach-Zoom (entspricht 38 bis 380 mm im Kleinbildformat) wurde mit einem siebenstufigen 2,7-fach Digital-Tele, das eine 27fache Vergrößerung erlaubt, kombiniert. Unbeabsichtigte Bewegungen des Fotografen bei Zoomaufnahmen werden durch einen optischen Bildstabilisator automatisch ausgeglichen.

Zu den weiteren technischen Features der Kamera zählen ein elektronischer Sucher für die präzise Bestimmung des Bildausschnitts, die Anzeige der Kameraeinstellungen im Sucher, vier Aufnahmemodi (Portrait, Action, Panorama, Nachtaufnahme) und perfekt ausgeleuchtete Bilder durch mittentbetonte Messung, Spot-Messung oder das Multi-Spot-Meßverfahren. Kreative Anwender können zusätzlich zwischen Blendenvorwahl-, Verschlussvorwahl- sowie manuellem Modus wählen. Die E-100RS – mit der sich auch im Quick-Time Motion JPEG-Format kurze Videosequenzen aufzeichnen lassen – bietet ferner eine Auto Bracketing-Funktion, einen TTL (Through-The-Lens)-Weißabgleich sowie eine automatische Einstellung der ISO-Empfindlichkeit. Die E-100RS soll um die 3.500 DM kosten und wird ab dem Spätherbst 2000 ausgeliefert höl

Drucker ...

Mit dem Thermosublimationsdrucker Camedia P-2000 präsentiert Olympus einen bedienerfreundlichen Printer, der Dank eines optional erhältlichen Akkus auch für den mobilen Einsatz geeignet ist. Trotz einer Thermosublimationsauflösung von 320 dpi liefert er nach zirka neunzig Sekunden die ersten Druckergebnisse in Postkartengröße. Neben den zirka 12,6 x 8 cm großen Fotos lassen sich auch vier, neun oder sechzehn Fotos auf einmal bzw. Index-Prints mit bis zu 40 Fotos drucken. Der P-200 bietet eine Vielzahl von Einstelloptionen, so lassen sich beispielsweise die Schärfe regulieren oder das aktuelle Datum mit ausgeben. Für den Anschluß des Druckers am PC steht eine parallele Schnittstelle zur Verfügung. Falls kein Netzanschluß zur Verfügung steht, kann der Drucker auch mit einem wiederaufladbaren Ni-MH-Akku betrieben werden. Das benötigte Ladegerät ist bereits im Gerät integriert. Darüber hinaus kann der Drucker auch DCF- (Design Rule for Camera File System) und DPOF- (Digital Print Order Format) Informationen von der jeweiligen Speicherkarte auslesen. Dazu zählen beispielsweise die Nummer und Anzahl der jeweils zu printenden Fotos oder vorher festgelegte Bildausschnitte. Der Camedia P-200 wird etwa 1.300 DM kosten und ab Herbst 2000 lieferbar sein.



...für den mobilen Einsatz

Photo CD-R von Traxdata

Traxdata, Marktführer bei der Vermarktung von CD-R und CD-RW Medien in Europa, erweitert seine Produktpalette um drei neue Speichermedien. Dazu zählt auch die neue Traxdata Photo CD-R. Sie wurde speziell für die Sony Digitalkamera MVC-CD1000 auf den Markt gebracht, die seit August lieferbar ist. Clou der Kamera ist, daß die Bilder in vierfacher Geschwindigkeit direkt während der Aufnahme auf eine Photo CD-R gebrannt werden. Die CDs können dann nach dem Finalisieren mit jedem ISO-9660-fähigen CD-Laufwerk (Mac und PC) gelesen werden. Die Traxdata Photo CD hat einen Durchmesser von 8 cm, verfügt über eine Kapazität von 156 MB und ist einmal beschreibbar. In einer Kamera kann die Photo CD-R jedoch mehrmals beschrieben werden, da diese mit einem Multisession fähigen CD-Laufwerk ausgestattet ist. Darüber hinaus kann der Rohling auch in normalen CD-Brennern verwendet werden. Die Traxdata CD-R ist ab sofort lieferbar (UVP: 19,90).

Epson stellt digitale In- und Output-Systeme vor

Auf der photokina präsentiert Epson eine ganze Palette digitaler Input- und Outputsysteme für Profis und anspruchsvolle Heimanwender. Im Bereich Digital Input werden Digitalkameras wie die bereits mehrfach prämierte neue 3,3 Megapixel Epson Photo PC 3000Z sowie eine ganze Reihe neuer Scanner vorgestellt. Im Output-Bereich zeigt Epson neben den neuen Multimediaprojektoren vor allem neue Tintenstrahl- und Farblaserdrucker sowie den neuen High-End Fotodrucker Epson Stylus Photo 2000P und die neuen Large Format Printer Epson Stylus PRO 7500 und Epson Stylus PRO 9500, die bereits auf der Düsseldorfer drupa für Aufsehen sorgten.

Adobe Photoshop 6.0

Die Adobe Systems GmbH präsentiert auf der photokina die neue Photoshop Version 6.0. Die neue Version bietet neu integrierte Zeichenwerkzeuge für Vektorgrafiken sowie neue Ebenenstrukturen, die mehr kreative Vielfalt ermöglichen. Zudem erweitert Adobe Photoshop 6.0 seinen Werkzeugkasten für das Web durch zeitsparende, pro-

duktionsorientierte Funktionen wie Adobe Image Ready 3.0 zur Abwicklung Web-relevanter Aufgaben. Photoshop 6.0 ist so konzipiert, daß die Funktionen des Programms ohne großen Aufwand erlernt werden können. Adobe Photoshop 6.0 ist mit den Betriebssystemen Mac OS 8.5, 8.6 und 9.0, Windows 98, Windows NT 4.0, Windows 2000 und Windows ME kompatibel.

Ein Trio: ChipIR, Digitalkamera und PC

Das Aachener Systemhaus Becker macht mit ChipIR aus dem Duo Digitalkamera und PC ein Trio. Mit der leicht zu installierenden Infrarotschnittstelle für PCs lassen sich Bilddaten schnell und unkompliziert zum Computer übertragen. Voraussetzung ist, daß die Kamera über eine Infrarotschnittstelle verfügt und der PC das Zusatzprotokoll IrTRAN-P beherrscht – dann ersetzt das Rotlicht das Arbeiten mit Kabel und Karte. Auch die Schnelligkeit ist gewährleistet: Die Daten werden mit einer Geschwindigkeit übertragen, die sich mit der interner Infrarotaugen messen lassen kann. Im Betriebssystem Windows 2000 ist das IrTRAN-P-Zusatzprotokoll bereits integriert. Hier wird bei installiertem Infrarotmonitor die optische Verbindung zwischen Kamera und ChipIR hergestellt, und schon können die Daten ausgetauscht werden. Das Zielverzeichnis muß unter der Option „Drahtlose Verbindung“ eingegeben werden. Werden Windows 95/98-Systeme verwendet, ist ein als Shareware erhältlicher Softwareaufsatz nötig, der das Zusatzprotokoll zur Verfügung stellt.

Photolux Inkjet Papiere

Die Saltine GmbH liefert ab sofort Inkjetpapiere unter der Marke Photolux. Die Spezialpapiere für die Foto- und Werbebranche werden erstmals auf der photokina ausgestellt. Die Papiere für den Bereich photorealistischer Drucke wurden speziell für professionelle Anwender entwickelt. Hervorzuheben sind hierbei alle Produkte der Grammat 260 g/qm in den Ausführungen Photo Glossy und satiniert. Die Photolux Inkjet Papiere sind in Formaten bis A2 erhältlich. Rollenware kann auf Anfrage geliefert werden. Weitere Infos unter: Photolux.shop.de.



besuchen

Sie
uns:

Photokina 2000

Halle 1/EG
Gang A/B
Stand 50/51

Zukunftssicher.
Bedienfreundlich.
Individuell.

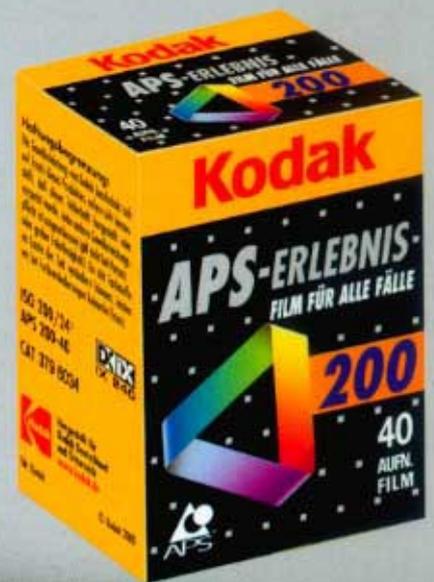
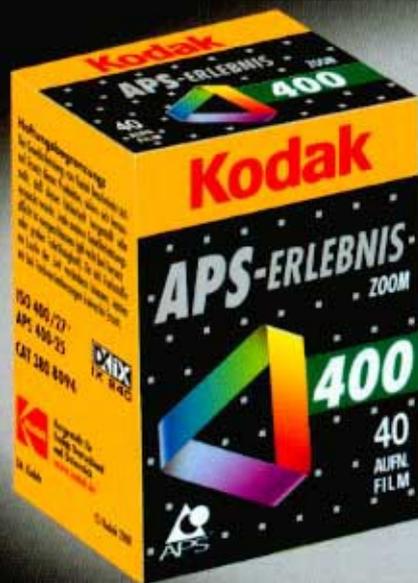
Erleben Sie die neue leistungsstarke Blitz-Generation und unseren Digital-Workshop auf der Photokina 2000. Mehr Informationen von Metz-Werke, Abteilung MBIF, Postfach 1267, 90506 Zirndorf.



www.metz.de

Metz. Immer erster Klasse.

STARKE MARKE.
NEUE VERPACKUNG.
UND DER NAME IST
PROGRAMM:

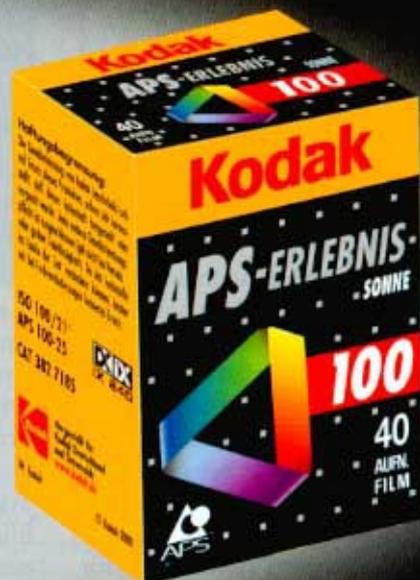
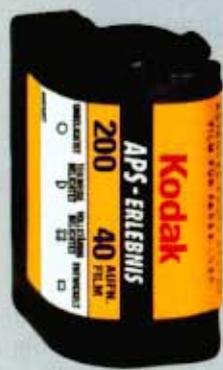


Kodak

KODAK APS-ERLEBNIS FILM

Unsere KODAK APS-ERLEBNIS Filme überzeugen mit Top-Qualität. Die neue Verpackungsgestaltung ist extrem aufmerksamkeitsstark. Der Produktname "APS-ERLEBNIS" bietet Ihren Kunden Orientierung und ist gleichzeitig ein Versprechen – denn KODAK APS-ERLEBNIS Filme überzeugen natürlich erst recht, wenn man das Ergebnis sieht. Wenn Sie noch nicht von diesem Erfolg profitieren, rufen Sie jetzt an: 07 11-406 28 28.

Willkommen in der faszinierenden Welt von KODAK



Testergebnis
fotoMAGAZIN 10/2000



Testergebnis
fotoMAGAZIN 10/2000



Der Club Bertelsmann bietet ab sofort Online Print Service an



Nach monatelanger Planung, Entwicklung und Feinabstimmung war es Ende August endlich soweit: Der Club Bertelsmann hat als erster Großkunde der Oldenburger Laborgruppe CeWe Color dessen Online Print Service in sein Angebot integriert. Digitale Bilddaten können jetzt über die Homepage des Medienhändlers zum Belichten auf Fotopapier an seine Finisher CeWe Color und Foto Quelle geschickt und in einer der derzeit fast 300 deutschen Der Club Filialen abgeholt werden. Bewußt verzichtet der Club Bertelsmann in der Anfangsphase darauf, dem Kunden auch den Versandweg anzubieten. Neben dem Online-Angebot hat das Unternehmen mit seinen Laborpartnern auch einen modernisierten Auftritt des Clubs in Sachen Fotoarbeiten entwickelt.

Auf der Einstiegsseite von Der Club Bertelsmann weisen eine Tickerleiste und ein Link die Besucher auf den neuen Online Print Service hin.

Der Besucher der Internet-Homepage des Bertelsmann Clubs findet derzeit bereits auf der Einstiegsseite mehrere Hinweise auf den Online Print Service: Zum einen weist eine Tickerleiste, die manchmal sogar vor den anderen Designelementen der Seite erscheint, auf die neue Dienstleistung für Fotofreunde hin. Zum anderen findet sich am Seitenende ein direkter Link zum integrierten Printservice. Zukünftig soll ein zusätzlicher Button auf der Startseite das Auffinden der Online Print Service Seiten weiter erleichtern. Außerdem erreicht der Surfer den

Online Print Service auch über den Link „Zusatzangebote“: Hier öffnet sich nach dem Anklicken eine Maske, auf der sämtliche zur Verfügung stehenden Zusatzdienstleistungen deutlich herausgestellt werden – dies sind neben dem digitalen Bilderservice beispielsweise ein Testangebot für den Internet-Provider AOL, ein Ticketservice oder eine Versteigerungs-Homepage für Schnäppchenjäger.

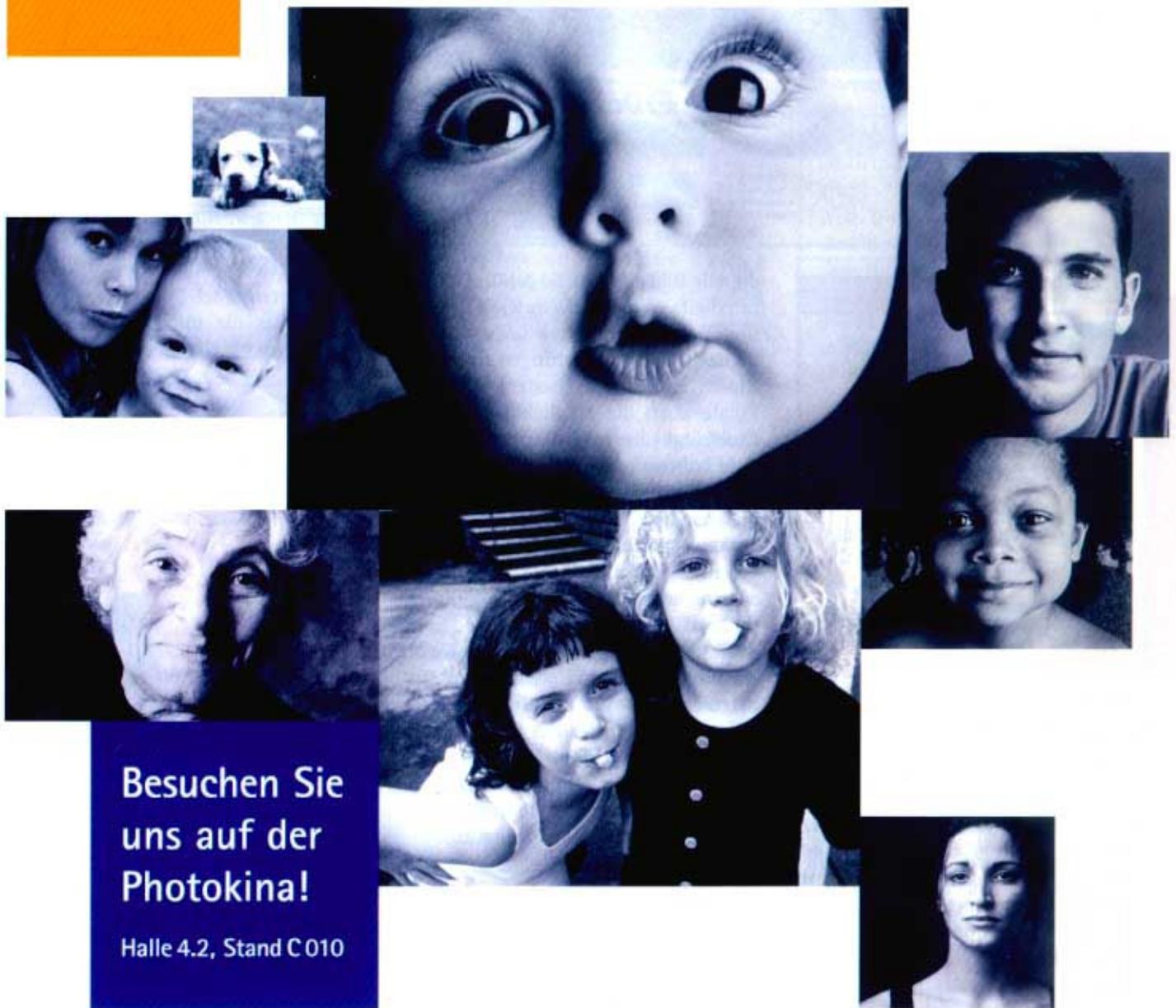
Auf der Online Print Service Seite selbst erscheint das gewohnte Bild: Der Nutzer bekommt zunächst eine Maske auf den Monitor, die dem Microsoft Explo-

rer angepaßt wurde und ihm ermöglicht, die auf dem PC oder Zusatzgeräten abgelegten Bilddaten anzusteuern und auszuwählen. Hat er die Auswahl getroffen, kann er zu jedem Foto die Größe und die Anzahl der gewünschten Prints angeben. Dabei überprüft das System automatisch, ob die Größe der Bilddatei für das gewünschte Printformat ausreicht. Abgeschlossen wird die Bestellung dadurch, daß der User die Der Club Filiale auswählt, in der er seine Fotos abholen möchte.

„Wir haben uns bewußt dazu entschieden, in der Anfangsphase auf den Ver-

Zusätzliche Impulse für die Club Filialen

Portrait: Eine starke Familie!



Besuchen Sie
uns auf der
Photokina!

Halle 4.2, Stand C 010

Herzlich willkommen
bei Becker + Hach. Kennen Sie schon die Mitglieder
unserer neuen Portraitfamilie?

Neben aktuellen Sortimentserweiterungen und
neuesten Marktinformationen werden diese Charak-
tere auf der Photokina Ihre Aufmerksamkeit erregen.

Als Bestandteil der von uns entwickelten Mehrwert-
Sortiments-Strategie stellt B+H mit dem neuen
Portraitsortiment die Mittel bereit, um auf alle End-
verbraucherwünsche eingehen zu können.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!
Ihr Becker + Hach Team

B⁺H
BECKER+HACH



Bild ganz oben: Unter den Zusatzangeboten findet sich auch der Online Print Service. Bild oben: Das Bestellverfahren wird auf der Internet-Seite von Der Club Bertelsmann ebenfalls erläutert.

sand der Fotoarbeiten zu verzichten“, stellte Jürgen Spexard, Programm-Manager Film-/Fotogeschäft bei Der Club Bertelsmann, in einem Gespräch mit *imaging+foto-contact* fest. „Zum einen, weil wir die übrigen Fotoarbeiten auch im Bedienservice anbieten, zum anderen, weil wir das neue Angebot ganz klar als Frequenzbringer einsetzen wollen.“ Daß dieser Plan aufzugehen scheint, bestätigten die ersten Erfahrungen. Ohne sich auf genaue Zahlen festlegen zu lassen, konnte Wilfried Weiß, National Key Account Manager bei CeWe Color, bereits wenige Tage nach „Scharfschaltung“ des Online Print Services auf der Club-Site über Zugriffs- und Bestellzahlen berichten, „die“, so Weiß, „meine kühnsten Erwartungen bei weitem übertroffen haben.“

Einer der Hintergründe für diesen Erfolg von Beginn an ist sicherlich auch die Tatsache, daß sich der Club Bertelsmann seit geraumer Zeit in seinen Filialen aktiv für das Internet und das

digitale Bild einsetzt. So gehören nicht nur digitale Fotohardware wie Kameras und Tintenstrahlpapiere sowie diverse digitale Bilddienstleistungen zum Sortiment, sondern es besteht in jeder Filiale auch die Möglichkeit für die Clubmitglieder, ins Internet zu gehen. „Wir haben sämtliche Filialen mit online-fähigen Rechnern ausgerüstet und bieten, je nach Größe der jeweiligen Verkaufsstelle, von einzelnen Geräten bis zu regelrechten Internetcafés verschiedene Variationen an“, erläuterte Spexard.

Außerdem habe eine vom Unternehmen durchgeführte Untersuchung gezeigt, daß nicht nur überdurchschnittlich viele Mitglieder des Bertelsmann Clubs über einen PC verfügen, sondern mit diesem auch online sind. „Dieses hängt mit der besonderen Affinität unserer Kunden zu neuen Medien zusam-



Wilfried Weiß, National Key Account Manager bei CeWe Color

men“, stellte Spexard fest. Damit ergebe sich ein großes Potential von Nutzern des Online Print Services. Schließlich macht Der Club Bertelsmann seine Mitglieder auch in der jüngsten Ausgabe seines „Der Club

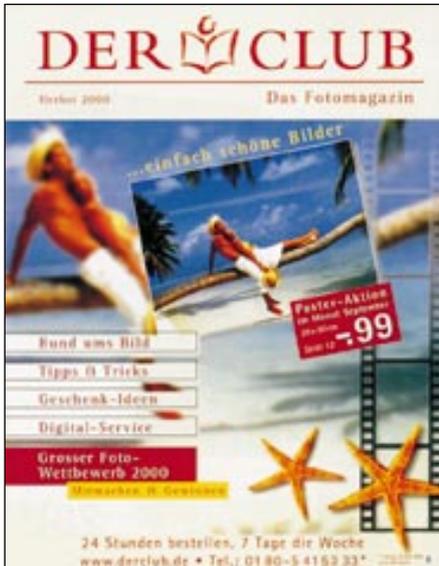
Fotomagazins“ auf das neue Angebot aufmerksam. In Millionenaufgabe widmet die Broschüre dem Online Print Service eine Seite. Spexard: „Die hohe Zahl der Zugriffe auf unserer Internetseite beweist, daß neue Online-Angebote nur erfolgreich sind, wenn sie zusätzlich durch Printmedien unterstützt werden.“ Digitale Fotografie und der Online Print Service werden daher auch in den nächsten Ausgaben der Broschüre ihre Beachtung finden. Da der Bertelsmann-Konzern ohnehin zu den Internet-Pionieren in Deutschland zählt und heute weltweit an mannigfaltigen Internet-Projekten beteiligt ist, „war es für mich niemals eine Frage, ob wir überhaupt einen digitalen



Jürgen Spexard, Programm-Manager Film-/Fotogeschäft bei Der Club Bertelsmann

Bilderdienst im World Wide Web anbieten“, meinte Spexard, „sondern nur, wann.“ Auf der Basis dieser Einstellung kamen der Online Print Service und die Bereitschaft der CeWe Color Gruppe, diesen auch unabhängig von anderen Internetangeboten wie PhotoWorld für größere Kunden zu öffnen, gerade recht.

Günstig gewählt scheint der Zeitpunkt auch deshalb zu sein, weil sich mit dem neuen digitalen Online-Bilderdienst eine hervorragende Chance eröffnet, dem Bildergeschäft des Bertelsmann Clubs zusätzliche Impulse zu geben. Spexard: „Wir erwarten, daß häufiger Clubmitglieder in unsere Filialen kommen, und wir rechnen auch damit, daß diese nicht nur ihre Fotoarbeiten abholen, sondern auch weitere Zusatzkäufe tätigen.“ Diese müßten nicht zwangsläufig in den Bereich Foto fallen. „Wer über das Internet in unsere Filialen kommt, um seine digital auf-

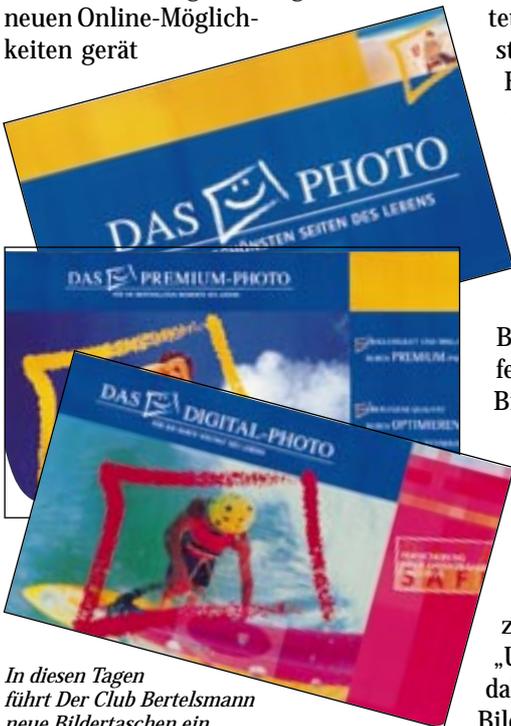


In seiner aktuellen Fotobroschüre macht Der Club Bertelsmann seine Mitglieder unter anderem auf den Online Print Service aufmerksam.

genommenen und auf Fotopapier geprinteten Bilder abzuholen, der ist so technikfreundlich eingestellt, daß ihn auch unsere anderen Medien interessieren“, betonte der Bertelsmann-Manager. „Immerhin handeln wir mit allen modernen Medien, die es derzeit auf dem Markt gibt.“

Doch bei aller Begeisterung für die neuen Online-Möglichkeiten gerät

das klassische Geschäft mit herkömmlichen Fotos bei Bertelsmann nicht in Vergessenheit. Im Gegenteil: „Der Club, seine Partner CeWe Color und Foto Quelle haben das Bildergeschäft der vergangenen Zeit genauestens analysiert, gemeinsam Schlüsse gezogen und auf dieser Basis ein vollkommen neues Vermarktungskonzept erarbeitet“, berichtete Weiß. Wichtigste Bestandteile dieses Konzeptes sind drei Bilderlinien, die ab sofort im Club angeboten werden. Neben der preiswerten Linie „Das Photo“ gibt es auch „Premium-Photos“ und „Digital-Photos“. Um diese Veränderungen auch gegenüber den Clubmitgliedern deutlich werden zu lassen, wurde für alle Bilderlinien ein neues Logo entworfen, das die ebenfalls neu gestalteten Bildertaschen schmückt. Außerdem bringt ein Trainerteam den Mitarbeitern derzeit das neue Konzept nahe. „Ich gehe davon aus, daß alle Maßnahmen wieder einen deutlichen Schub für unser gesamtes Geschäft bringen werden“, zeigte sich Spexard zuversichtlich. „Und besonders optimistisch sehe ich dabei die Möglichkeiten es Online-Bilderdienstes.“



In diesen Tagen führt Der Club Bertelsmann neue Bildertaschen ein.

Zahlen und Fakten zu Der Club Bertelsmann

Der Club Bertelsmann, 1950 als „Lesering“ von Reinhard Mohn gegründet, gilt als die „Mutter“ des internationalen Medienkonzerns Bertelsmann AG. Mit seinen knapp 4,5 Mi. Mitgliedern (Stand: April 2000) in Deutschland zählt er zu den größten Buchgemeinschaften der Welt. Die Zentrale befindet sich im westfälischen Rheda-Wiedenbrück. Dem Kunden stehen drei Vertriebswege zur Auswahl: Per Katalog, der im Abstand von jeweils drei Monaten in Millionenaufgabe erscheint, kann er entweder auf dem Versandweg aus dem umfangreichen und exklusiven Club-Angebot bestellen oder deutschlandweit eine der knapp 300 ClubCenter besuchen und dort direkt vor Ort einkaufen. Die Anfang der 60er Jahre gegründete Filialkette be-

DER CLUB BERTELSMANN

Seit vielen Jahren kennzeichnet dieses Logo den Club Bertelsmann.

steht zum Großteil aus Club-Centern und schließt zirka 70 Partner-Filialen ein. Eine Partner-Filiale ist eine Buchhandlung, die einen Teil ihrer Fläche dem Club zur Verfügung stellt. Während Der Club Bertelsmann ausschließlich in Deutschland agiert, ist der Bertelsmann Konzern mit vergleichbaren Unternehmen weltweit aktiv. So finden sich Tochtergesellschaften unter anderem in der Schweiz und Österreich, Belgien und Spanien, Frankreich und den Niederlanden, Italien und Portugal, Polen und der Tschechischen Republik, Großbritannien und Ungarn, in den USA und Kanada, Australien und Neuseeland, Shanghai und Korea sowie in Panama, Venezuela, Uruguay und Chile, China und Korea.

Velbon

anspruchsvolle Amateur-Stativ

ERNO

ERNO Warenvertriebs GmbH.
Dr.-Rudolf-Eberle-Str. 45 · 79774 Albrück
Tel. 07753-9205-0 · Fax 07753-9205-33

Tintenstrahl- und Laserdrucker sowie Scanner waren das Thema einer Pressekonferenz, zu der Epson Mitte Juli nach München eingeladen hatte (erste Produkte hatte ifc bereits in Ausgabe 9/00, S. 56 vorgestellt). Mit weiteren technischen Neuerungen und attraktiven Preisen wenden sich die Geräte an die unterschiedlichsten Anwendergruppen, vom Digitalfotografen, der in seinen eigenen vier Wänden hin und wieder einmal ein Bild in Fotoqualität ausdrucken will, bis zum Grafikprofi, der in seinem Büro qualitativ hochwertige Farbdrucke in kleinen Auflagen produzieren muß.

Variable Sized Droplet-Technologie und Ultra Micro Dots von vier Pikolitern. Innerhalb einer Minute druckt das Gerät bis zu acht Farb- oder Textseiten.



Epson Stylus Color 880

Neben der im Lieferumfang enthaltenen Software Adobe Active Share kann sich jeder Kunde, und das ist neu, beim Kauf

Computer-Monitor kontrolliert werden. Im Treiber integriert ist eine Funktion zum einfachen Drucken von Booklets. Sämtliche Vorlagen lassen sich bis zu drei Millimeter an den Rand bedrucken. Im Lieferumfang enthalten sind die Software PhotoEnhance 4 zum Optimieren von Bilddateien mit geringen Auflösungen und die Bildbearbeitungssoftware Corel Custom Photo. Das Gerät arbeitet mit einer Parallel- und einer USB-Schnittstelle sowohl mit Macintosh als auch mit Windows Rechnern. Verkaufspreisempfehlung für die normale Version: 399 DM; für die ab November erhältliche Graphit-Variante empfiehlt Epson einen Verkaufspreis von 449 DM.

An Büros, Agenturen und mittelständische Unternehmen mit hohem Druckaufkommen und hohen Qualitätsansprüchen richtet sich Epson mit dem neuen Modell **Epson Stylus Color 980**. Auch er unterscheidet sich nicht durch die drucktechnischen Ausstat-

Epson richtet sich mit Neuheiten an alle Anwendergruppen

Mit den neuen Tintenstrahldruckern Epson Stylus 680, 880 und 980 hat der Hersteller die Schallmauer von 2.880 dpi bei der Epson Micro Piezo Technologie erreicht. Mit dieser Auflösung liefern die drei Modelle Ausdrücke mit



Epson Stylus Color 680

hoher Farbsättigung, die sich vor allem für Fotos anbietet. Als kleinster der drei neuen Drucker dieser Serie bietet der **Epson Stylus Color 680** (Verkaufspreisempfehlung: 299 DM; als Transparent Blue Version ab November: 329 DM) außer der hohen Auflösung die

des Gerätes zwei zusätzliche Programme aussuchen, die seinen Wünschen entsprechen. Diese beiden Softwareprodukte werden ihm dann gegen eine Versandkostenpauschale zugeschickt. Durch eine spezielle Treibereinrichtung können Postkartenausdrücke über vier, neun oder 16 DIN A4-Seiten verteilt werden. Der Epson Stylus Color 680 wird über eine Parallel- oder eine USB-Schnittstelle an den Computer angeschlossen.

Mit der Fähigkeit, schnell, gut und günstig Grafiken, Präsentationen, Bilder und Briefe zu drucken, wendet sich der **Epson Stylus Color 880** vor allem an Anwender im Home-Office-Bereich. Druckauflösung und -technologie entsprechen dem kleineren Schwestermodell, allerdings ist dieses Gerät mit bis zu 11,5 DIN A4-Seiten pro Minute erheblich schneller. Der Treiber ist so gestaltet, daß alle Einstellungen leicht nachvollziehbar per Mausclick am Bildschirm erledigt werden können. Auch die Tintenstandsanzeige kann über den

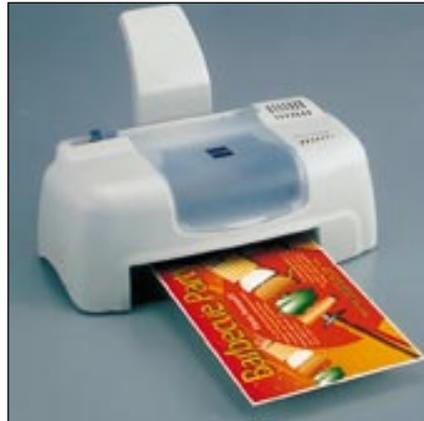


Epson Stylus Color 980

tungsmerkmale von den bereits genannten Modellen, sondern durch seine Druckgeschwindigkeit: Bis zu 13 Seiten in Schwarzweiß und bis zu 12,5 Seiten in Farbe lassen sich pro Minute mit diesem Gerät bewältigen. Für den Epson Stylus Color 980 stehen eine spezielle Schwarz-Tintenpatrone mit einer Kapazität von 1.200 DIN A4-Seiten sowie eine große Auswahl an Business-Druckmedien zur Verfügung, die direkt im Treiber angesprochen werden können. Auch dieses Gerät läßt sich sowohl an Macintosh-Rechner als auch an PCs anschließen; es ist darüber hinaus aber auch netzwerkfähig. Für den Netzwerkbetrieb bietet Epson ein

Typ-B-Interface (Ethernet und Firewire) an. Der Epson Stylus Color 980 ist ab Oktober zu einem unverbindlichen Verkaufspreis von 699 DM zu haben. Den preiswerten (Verkaufspreisempfehlung: 199 DM) Einstieg in den Vierfarben-Tintenstrahldruck bietet Epson schließlich mit dem neuen **Epson Stylus Color 580**, der ab Oktober

lieferbar sein wird. Er besitzt zwei getrennte Farbpatronen für Schwarz und Farbe und erreicht mit einer Auflösung von maximal 1.440 x 720 dpi eine Ge-



Epson Stylus Color 580

schwindigkeit von bis zu sechs Text- oder Farbseiten pro Minute. Eine neu entwickelte Software ermöglicht die intuitive Bedienung via Mausclick am

maximale Auflösung von 9.600 dpi (optische Auflösung: 600 x 2.400 dpi, Pixelleistung: 7.020 x 10.200 Punkte). Vergrößerungen sind bis zu 1.600 Prozent möglich. Weiterhin stehen sieben Helligkeitsstufen und eine Farbtiefe von 14 Bit pro Farbkanal zur Verfügung. Die Scanleistung liegt je nach Vorlage bei maximal 7,5 Seiten pro Minute.

Abgerundet werden die aktuellen Neuheiten des Unternehmens durch den Flachbettscanner **Epson Expression 1640XL**, der vor allem für Grafik-Profis konzipiert wurde. Das High-End-Gerät verfügt über eine optische Auflösung von 1.600 x 3.200 dpi und bietet 42 Bit interne und externe Farbtiefe sowie eine Dichte von 3.6. Ein stufenloses Focussystem bis sechs Millimeter und Geschwindigkeiten von 50 Sekunden für ein Mittelformat-Dia (6 x 6 cm bei 1.600 dpi) und

Epson AcuLaser C2000 als Einstiegsmodell für den Bürodruck

Mit dem AcuLaser C2000 hat Epson einen Laserdrucker vorgestellt, der sich aufgrund seiner Schnelligkeit (bis zu 20 Monochrom- und bis zu fünf Farbseiten pro Minute), seiner Papierkapazität von 650 Seiten und seines Seitenpreises von zirka 0,21 DM pro Farbseite als Einstiegsmodell für den



Büroalltag eignet. Das Gerät arbeitet mit einer physikalischen Auflösung von 600 dpi, die visuelle Auflösung entspricht 2.400 dpi. Es verfügt über einen 266 MHz RISC-Prozessor und einen Arbeitsspeicher von 32 MB. Für die hohen Grafikanforderungen der Mac-Anwender steht mit dem AcuLaser C2000PS auch ein PostScript-Modell mit erweitertem Arbeitsspeicher (160 MB) zur Verfügung. Beide Modelle sind ab sofort lieferbar.

Tintenstrahler, Scanner und Laserdrucker für Home- und Profianwendungen

PC oder Mac, mit dem der Drucker per USB-Schnittstelle verbunden wird. Im Lieferumfang ist die Software Adobe Active Share enthalten.

Mit dem **Epson GT-10000+** hat das Unternehmen auch einen neuen Farb-Flachbettscanner für das A3-Überformat ins Programm aufgenommen (Verkaufspreisempfehlung: 3.142 DM). Er ist netzwerkfähig und lässt sich dank Push-Button-Technologie einfach bedienen: Auf Knopfdruck lassen sich Vorschau-Scans starten, anschließend kann der ausgewählte Bereich der Vorlage digitalisiert werden. Unterstützt wird der Anwender von der Auto-Area-Segmentation-Technologie, die selbständig Ausschnitte zum Scannen vorschlägt. Das Gerät bietet eine

nur sechs Minuten für eine DIN A3-Seite (in Farbe bei 1.600 dpi) sorgen für hohe Effizienz. In bestehende Netz-



Epson Expression 1640XL

werke lässt sich der Scanner per Software oder optionalem Hardware-Interface integrieren. Standardmäßig ist der Epson GT-10000+ mit zwei SCSI-Schnittstellen und einem USB-Port ausgestattet. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 5.500 DM (+ MWSt.).

Velbon

Profi-Stativ der Spitzenklasse

ERNO Warenvertriebs GmbH,
Dr.-Rudolf-Eberle-Str. 45 · 79774 Albrück
Tel. 07753-9205-0 · Fax 07753-9205-33



Stellten der Presse die Ergebnisse des Geschäftsjahres 1999 vor: europa-foto-Geschäftsführer Rainer Sadtler (2. v. l.), die Mitarbeiter der europa-foto-Zentrale C. Udo Neumann und Robby Kreft (M.) sowie die Verwaltungsratsmitglieder Alexander Rutten (Vorsitzender, 2. v. r.) und Klaus-Dieter Pinger.

europa-foto-Zentrale schüttet über
7,7 Mio. DM an Mitglieder aus

Wieder ein neuer Rekord

Ein bißchen peinlich war es Rainer Sadtler, dem Geschäftsführer der europa-foto-Gruppe, schon, auf der Bilanzpressekonferenz in Düsseldorf die Zahlen für das Jahr 1999 bekanntzugeben – aber nicht, weil die Kooperation im Berichtszeitraum schlecht abgeschnitten hatte, sondern, so Sadtler, „weil unsere Erfolgsmeldungen es so schwierig machen, abwechslungsreiche Überschriften zu finden“.

Tatsächlich konnte Sadtler auch für das abgelaufene Geschäftsjahr wieder einen neuen Rekord melden: Der konsolidierte Endverbraucher-Umsatz für Produkte der Bereiche Foto, Video, Unterhaltungselektronik, Fotoarbeiten, Atelier, gewerbliche Abnehmer und branchenfremde Umsätze stieg um acht Prozent auf 1,350 Milliarden DM (dieser Wert berücksichtigt die Mitgliederbewegung und die Marktentwicklung). Auf der Grundlage der von der GfK, Nürnberg, ermittelten Gesamtgröße des deutschen Foto-Amateurmarktes in Höhe von rund 6,4 Milliarden DM ergibt sich daraus für europa-foto ein Marktanteil von rund 20 Prozent. „Vor dem Hintergrund der seit Jahren immer schwieriger werdenden Rahmenbedingungen ist dieses Ergebnis sensationell“, meinte Sadtler.

Ebenso sensationell stelle sich die Ertragsentwicklung für das Jahr 1999 dar. Sadtler: „Die Mitglieder können sich über die höchste Gewinnausschüttung seit Bestehen des Unternehmens freuen. Der erwirtschaftete Gewinn (nach Steuern) erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 9,1 Prozent oder 646.500 DM auf 7.774.500 DM.“ Hinzu kommen noch alle ausgehandelten Rabatte, Boni, Skonti und sonstigen Vergünstigungen wie zum Beispiel Werbekostenzuschüsse für das Bildergeschäft, die die europa-foto-Zentrale sofort nach Eingang den Mitgliedern zur Finanzierung des laufenden Geschäftes ausschüttet.

Während sich die Erträge überproportional um 7,2 Prozent erhöhten, stiegen die Kosten lediglich um 4,1 Prozent. „Damit hat die europa-foto-

Zentrale im vergangenen Jahr ihre Produktivität weiter steigern können“, betonte der Geschäftsführer.

In Zahlen liest sich die Arbeit der Zentrale so: Im Vermittlungsgeschäft wurde ein Plus von zehn Mio. DM von 232,3 Mio. DM auf 242,3 Mio. DM (4,3 Prozent) verzeichnet. Der Umsatzzuwachs im Eigengeschäft betrug 3,9 Mio. DM (39,5 Mio. DM/43,5 Mio. DM/plus 9,8 Prozent). Insgesamt ergab sich damit ein Anstieg des Waren-Umsatzes der europa-foto-Zentrale von 271,8 Mio. DM auf 285,8 Mio. DM (plus 5,2 Prozent). Fügt man den vermittelten Fotoarbeiten-Umsatz der europa-foto-Zentrale von 33,7 Mio. DM hinzu, erwirtschaftete diese einen Gesamtumsatz von 319,5 Mio. DM (plus 14,8 Prozent).

Traditionsgemäß unterstrich Sadtler, daß sich die angegebenen Umsatzzahlen ausschließlich auf Inlandsumsätze mit deutschen Mitgliedsfirmen bezögen.

Aufgrund der positiven wirtschaftlichen Rahmendaten rechnet europa-foto in diesem Jahr mit einem weiterhin guten Geschäftsverlauf. „Darauf deuten auch die vorläufigen Zahlen der ersten sechs Monate hin“, führte Sadtler aus. „Zwar bewegt sich der vermittelte Fotoarbeiten-Umsatz lediglich auf Vorjahresniveau, dafür liegt der Umsatz der Zentrale im Vermittlungsgeschäft mit und ohne Zentralregulierung nach Abschluß des ersten Halbjahres um vier Prozent über dem Vorjahr.“

Das Eigengeschäft (Lagerumsatz) der Zentrale verzeichnete im ersten Halbjahr 2000 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum bei gleicher Mitgliederzahl (285 Mitglieder mit 585 Verkaufsstellen) eine Steigerung von 27 Prozent. Wesentliche Impulse lieferte dabei nach Sadtlers Worten die wachsende Akzeptanz der digitalen Fotografie bei gewerblichen und privaten Endverbrauchern.

Impulse sollen in diesem Jahr auch noch eine Kooperationsvereinbarung mit dem Deutschen Verband für Fotografie (DVF) und ein modernisierter Marktauftritt der Gruppe bringen.

Kreativshop thematisiert „Kundengerechte Ladengestaltung“

„Kundengerechte Ladengestaltung“ war das Thema eines weiteren Kreativshops, zu dem europa-foto im Rahmen des Konzeptes „europa-foto TOP 2003“ ins Hotel Courtyard by Marriott in Frankfurt am Main eingeladen hatte. Kreativshops sind Arbeitskreise, zu denen die Händlergruppe Experten des jeweiligen Themas einlädt. Wesentliche Merkmale einer solchen Veranstaltung sind die stets lebhaft Diskussions und die Möglichkeit, alle Fragen beantwortet zu bekommen. Außerdem sind sie für europa-foto-Mitglieder kostenlos – bis auf die individuellen Reisekosten. Ziel der Veranstaltungen ist es, alle europa-foto-Mitglieder fit für die Anforderungen der Zukunft zu machen. Zum jüngsten Kreativshop trafen sich Mitte August 50 europa-foto-Händler aus 30 Betrieben, um sich über neueste



Die beiden Referenten informierten ausführlich über kundengerechte Ladengestaltung.

Erkenntnisse aus den Bereichen Ladenbau und Schaufenstergestaltung zu informieren. Um dem großen Interesse gerecht zu werden, hatte man die Teilnehmerzahl im Vorhinein nicht, wie ansonsten üblich, begrenzt. Die beiden Referenten, Siegfried Schmahl von der Firma Innovatives Handelsmarketing und Clemens Kramer von der CK GmbH, gingen in ihren Beiträgen ausführlich auf Grundsätze



Im Rahmen der Feierlichkeiten zum 100jährigen Bestehen des Unternehmens lud Foto-Kino-Studio Hengstler seine Kunden zu einem Jubiläumsverkauf ein.

Foto-Kino-Studio Hengstler feierte das 100jährige

Im Juli hat das europa-foto-Fachgeschäft Foto-Kino-Studio Hengstler in Heidelberg auf sein 100jähriges Bestehen zurückgeblickt. Zum offiziellen Empfang fanden sich neben der Familie und Freunden von Gudrun und Hanspeter Hengstler (Bild rechts) auch Geschäftskollegen und prominente Vertreter aus Politik und Verbänden in Heidelberg ein. Gefeiert wurde auf einer Sonderfläche im Familia-Center, wo das mittelständische Fachgeschäft nach seinem Umzug aus der Heidelberger Innenstadt sein neues Domizil hat. In seiner Festrede blickte der kämpferische Einzelhändler vor allem auf die gegenwärtige mittelstandspolitische Lage und zeigte den Gästen aus der Politik auf, daß er sich hier eine andere Richtung wünsche. Natürlich ließ Hengstler auch die wechselvolle Firmengeschichte Revue passieren. Abschließend wurde Hanspeter Hengstler von Vertretern der IHK und der Handwerkskammer mit Urkunden ausgezeichnet. Im Rahmen der Jubiläumsfeierlichkeiten veranstaltete Hengstler schließlich auch einen großen Jubiläumsverkauf mit Ständen und Aktionsware, der bei den Kunden auf sehr großes Interesse stieß.



der Schaufenstergestaltung, Nutzung der Außenverkaufsflächen und Kundenführung im Verkaufsraum, ein. Hinweise zu unterschiedlichen Beleuchtungssystemen, Auswahl strapazierfähiger Bodenbeläge, Materialmix bei den Warenträgern, Abgrenzung von Blick-, Griff- und Bückzonen waren

weitere Themen, die von den Experten ausführlich dargestellt wurden. Zwischenfragen waren ausdrücklich erwünscht und wurden ausführlich beantwortet. Besonders gefragt waren natürlich Erfahrungen aus der Praxis, über die von den Teilnehmern berichtet wurde.

Exklusive Geschenk-Ideen
für jede Gelegenheit
Fotorahmen

ERNO

ERNO Warenvertriebs GmbH,
Dr.-Rudolf-Eberle-Str. 45 · 79774 Albrück
Tel. 0 77 53-92 05-0 · Fax 0 77 53-92 05-33



Verbesserte Displays für Herma Shopsysteme

Zur photokina stellt die Herma GmbH + Co. KG neue Displays für ihre Shopsysteme vor. Die verbesserten Regaleinsätze garantieren einfache und funktionale Anwendung und gewährleisten durch übersichtliche Anordnung einen besseren Überblick über die Herma-Produkte. Auch wurden die Regaleinsätze durch variable Unterteilungsbügel vielfältiger einsetzbar – jetzt ist es möglich, diese mit verschiedenen Herma-Produkten zu befüllen. Als weitere Neuheit wird Herma eine Beleuchtungsschiene zeigen. Die

neuen Displays gibt es als Regaleinsatz für Ringalben und Klebemittel, als Klebemittel-Display im Metall-Design und als Hängekorb für Klebemittel.

Mit der Canon Digital Ixus auf Tauchstation gehen

Canon hat für die Digital Ixus ein All-Weather-Case auf den Markt gebracht, das bis zu einer Tauchtiefe von drei Metern wasserdicht ist. Das stoßfeste Polycarbonat-Gehäuse mit Gummidichtungen ist mit Edelstahl-Tasten versehen, über die die Kameraschalter von außen bedient werden können. So



bleiben alle Grundfunktionen wie Zoomwippe, Blitzschalter und Makromodus erreichbar. Im Lieferumfang enthalten sind ein Trageriemen, Anti-



kondensationslösung und Silikon-Schmiere zur Pflege und Reinigung der Gehäusedichtungen.

Neues Flaggschiff bei den Metz Kompaktblitzgeräten

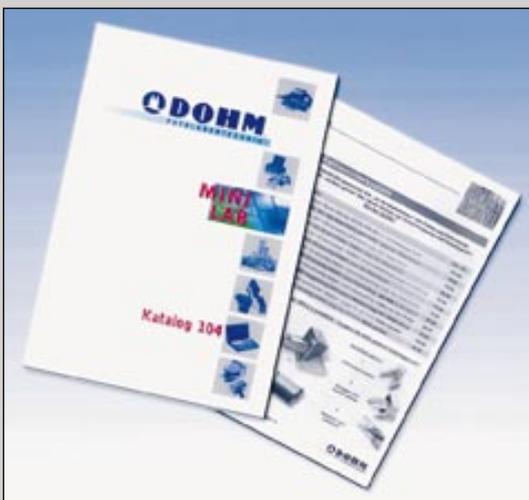
Zur photokina ergänzt Metz seine Range der hochwertigen Blitzgeräte um drei neue Modelle. Als erstes wird der mecablitzz 54 MZ-3 lieferbar sein. Das Flaggschiff der Kompaktkamera-



serie bietet zum einen vielfältige Innovationen, die den Einsatz eines Blitzgerätes noch interessanter machen, zum anderen präsentieren sich alle neuen Modelle mit deutlich vereinfachtem Bedienkonzept: Lediglich zwei Funktionstasten und ein Einstellrad sorgen für Übersicht. Der Metz mecablitzz 54 MZ-3 wird unmittelbar nach der photokina lieferbar sein. Es wird ihn mit Standardfuß oder SCA-3002 Adapter für Canon, Minolta, Nikon und Pentax SLR-Kameras geben.

Dohm Produkte für Minilabbetreiber in neuem Katalog

Dohm hat einen neuen Katalog herausgebracht, in dem das schwäbische Unternehmen sein komplettes Sortiment für Minilabbetreiber zusammenfaßt. Übersichtlich gegliedert und fast durchgängig bebildert zeigt der Katalog



Verbrauchsmaterialien und Zubehörprodukte, darunter viele innovative Neuheiten. Arbeits- und Organisationsmittel finden sich ebenso wie APS-Zubehör und -Verpackungen, Sleever und -materialien, Minilab-Auftrags- und Bildertaschen, Antistatikmittel, Filmreinigungsgaräte und -mittel sowie Etikettenspender, Klebe- und Splicebänder. Außerdem gibt der Katalog einen Überblick über die Dohm

Fotoboxen, die Minilabbetreiber als preiswertes Marketinginstrument einsetzen können. Neben dem Katalog können Interessenten auch die kostenlose Minilab-Referenzliste anfordern. In ihr wird, gegliedert nach Typen, aufgezeigt, welche Artikel für welches Minilab geeignet sind.

Neu
Die präzisesten
Agfa Farben.
Vista 800

VISTA



AGFA 

Agfa Vista mit Eye Vision Technology. Das Auge im Film.

Hier können Sie Ihr Abo PoS-MAIL bestellen!



Digitale Technologien schaffen neue Märkte

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

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

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



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

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

• aktuell • praxisnah • verständlich

Abonnieren Sie PoS-MAIL jetzt!

Bitte senden an:

**C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Vertrieb PoS-MAIL
Postfach 1229,
D-40832 Ratingen**

Oder per Fax:
0 21 02 / 20 27 90

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 117,35 DM/60,-€ (Ausland 156,47 DM/80,- €). Ich erhalte 12 Ausgaben pro Jahr jeweils monatlich per Post direkt ins Haus. Die Zustellung ist im Preis enthalten. Lieferung und Rechnung an folgende Anschrift:

Name _____

Vorname _____

Straße/Haus-Nr. _____

PLZ/Wohnort _____

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

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

Datum _____ Unterschrift _____

Ich kann diese Vereinbarung innerhalb von zwei Wochen widerrufen bei:

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

Datum _____ Unterschrift _____

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

Einzelhandel:

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

Dienstleister:

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

Lieferanten:

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

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.

Minox bringt Leica IIIf in miniaturisierter Version

Ein halbes Jahrhundert nach Markteinführung der Leica IIIf bringt die Leica Tochter Minox jetzt eine miniaturisierte Form des Kameraklassikers auf den Markt. Minox hat das Original



im Maßstab 1:3 in einem Gehäuse mit den Abmessungen 66 x 41 x 38 mm naturgetreu nachempfunden. Die Kamera verwendet den Minox 8 x 11-Film und besitzt ein 5,6/15 mm Minoclar-Objektiv. Sie arbeitet mit einer Verschlusszeit von 1/250 Sekunde und läßt

sich für Aufnahmen ab einer Motiventfernung von 1,2 Metern einsetzen. Die Classic Camera Leica IIIf ist außerdem mit einem Stativgewinde ausgestattet. Sie wird in einer Holzschatulle geliefert. Im Lieferumfang enthalten ist ein Minox-Film. Als Zubehör bietet Minox einen Ledertrageriemen, einen Objektivdeckel aus Aluminium, ein Blitzgerät und eine Bereitschaftstasche aus Leder an. Die Kamera ist ab sofort verfügbar.

Pentacon stellt Blitzgerät mit Leitzahl 54 vor

Die Pentacon GmbH hat mit dem Sunpak Power Zoom Blitzgerät AF 5000 ein leistungsstarkes Zubehör mit der Leitzahl 54 ins Programm genommen. Das Gerät ist mit Canon-Anschluß ab sofort verfügbar, Versionen mit Nikon- und Minolta-Anschluß sollen nach der photokina auf den Markt kommen. Das Sunpak Power Zoom Blitzgerät 5000 AF arbeitet mit einem Zoombereich von 28-135 mm und TTL-Blitzautomatik. Es besitzt einen horizontal und vertikal

schwenkbaren Blitzkopf, Automatik-, manuelle und Multi-Funktionen, ein AF-Meßlicht, ein beleuchtetes LC-Display, Thyristorschaltung und automatische Energieabschaltung. Die Synchronisation kann wahlweise auf den ersten oder den zweiten Verschlussvorhang erfolgen. Ein Satz Alkali-Batterien reicht, je nach Einsatzbereich, für zirka 100 bis 700 Blitze. Unverbindliche Preisempfehlung: ca. 600 DM.



Besuchen Sie uns auf der
photokina 2000, Halle 2.1 • Profistand GJ 21

Rollei



JETZT
Sie sparen ca.
1.800,- DM
ZUGREIFEN

Rolleiflex 6008 integral Makro-Kit
Das attraktive Kit für alle engagierten
Mittelformat-Fotografen im Alu-Koffer.

bestehend aus:

Rolleiflex 6008 integral kpl. mit

- Fallichtschacht • Einstellscheibe High-D-Screen
- Wechselmagazin 6x6/120 • Autoladekabel • NiCd-Akku
- Schnellladegerät • Trageriemen • Makrohandbuch

Carl Zeiss Makro-Planar 4/120 mm HFT PQS

mit Gegenlichtblende Baj.-Größe VI

UEVP 9.998,- DM inkl. MwSt.

in limitierter Auflage



Rollei Fototechnik GmbH
Salzdahlumer Straße 196
38126 Braunschweig
Hotline (05 31) 6 80 02 77

Die Welt aus der Nähe betrachtet

Olympus erweitert APS- und Kompaktkameraserie



Die Olympus i 200 AF ist eine APS-Kamera, die sich mit ihrem Bedienungskomfort insbesondere für Hobbyfotografen eignet.

Mit 16 Millionen verkauften Modellen zählt die Olympus- μ [mju:]-Serie zu den erfolgreichsten Kamerareihen aller Zeiten. Das neueste Modell dieser 35-mm Kompaktkameraserie ist die wetterfeste μ [mju:]-II Zoom 115. Eine weitere Neuheit im Olympus-Sortiment ist die Olympus i 200 AF, die eine Kombination von gelungenem Design und viel Advanced Photo System-Bedienungskomfort darstellt.

Ausgestattet ist die APS-Kamera mit dem 24 mm-Objektiv von Olympus, das im Zusammenspiel mit dem präzisen Autofocus-System für scharfe und brillante Fotoergebnisse sorgt. Die Kamera verfügt über einen Selbstauslöser, der dem Fotografen die Möglichkeit bietet, binnen zehn Sekunden die richtige Pose einzunehmen, um eine Selbstaufnahme zu machen. Mit der Serienbildfunktion können auch sich schnell bewegende Motive festgehalten werden. Da alle bedeutenden Bildinformationen wie Belichtungsdaten und Motivhelligkeit mit Hilfe der IX-Funktion direkt auf die Magnetspur des Filmnegativs gespeichert werden, können Fotolabore die Bildqualität auf Wunsch problemlos verbessern. Neben der automatischen Blitzzuschaltung bei schwacher Beleuchtung oder Gegenlicht verfügt die i 200 AF über vier weitere Blitzmodi. Mit dem Auto-S-Programm werden die roten Reflexionen in den Augen reduziert,

die bekanntlich ein allgemeines Problem bei Blitzaufnahmen von Personen in dunkler Umgebung sind. Die Funktion Flash-off schaltet den Blitz komplett aus. Mit der Einstellung Fill-in dagegen wird der Blitz in jeder Aufnahme ausgelöst. Night-Scene ist dafür zuständig, daß sich die Intensität des Blitzes am Vordergrund orientiert, während sich die Aufnahmedauer an der Hintergrundhelligkeit ausrichtet. Dieser Modus dehnt die Verschußzeit auf bis zu vier Sekunden aus und gleicht somit die Lichtunterschiede zwischen Bildvordergrund und Bildhintergrund an. Mit ihrem präzisen Autofocus-System garantiert die i 200 AF in so gut wie jeder Aufnahmesituation scharfe Bilder. Das Advanced Photo System bietet die bequeme Möglichkeit, neben dem 4:3 Standardformat (C) vor jeder Aufnahme zu wählen, ob das Bild nicht alternativ im HDTV – 9:16 (H) oder im Panoramaformat – 1:3 entwickelt werden soll. Mit ihren Maßen von 62 x 95 x 33,5 mm und einem Gewicht von 155 g (ohne Batterie) ist die i 200 AF äußerst kompakt.

Kompakt und elegant

Wie schon das begehrte Vorgängermodell μ [mju:]-II Zoom 80 überzeugt auch die zweite μ [mju:]-II-Zoomkamera durch ihre außergewöhnlich kompakten Abmessungen von 61,5 x 188 x 47,5 mm und dem geringen Gewicht von 225 g (ohne Batterie). Somit ist die μ [mju:]-II-Zoom 115 eine gute Beglei-

ZWEI NEUE ANALOGE



Dank der zwei asphärischen Elemente begeistert die μ [mju:]-II-Zoom 115 über die gesamte Brennweite durch scharfe und brillante Bilder.

ung in der Freizeit und auf Reisen. Die Kamera wird in schwarzem und elegantem Perlgold lieferbar sein. Zu den wesentlichen Ausstattungsmerkmalen zählt ein hochauflösendes 3fach-Zoomobjektiv mit 38 bis 115 mm Brennweite. Durch den Realbild-Zoom-Sucher gestaltet sich die Bildausschnittwahl einfach und bequem. Das passive Mehrstrahl-Autofocus-Meßsystem sorgt über den gesamten Brennweitenbereich von 60 cm bis unendlich für gute Bilderergebnisse. Mit „Focus Lock“ steht darüber hinaus eine Schärfespeicherungsfunktion zur Verfügung. Die Spotmessung gewährleistet auch bei schwierigen Lichtverhältnissen eine ausgewogene Belichtung des Hauptmotivs. Zudem verfügt das in Perlgold gehaltene Modell über eine Dateneinbelichtungs-Funktion, hiermit kann das Aufnahmedatum in unterschiedlichen Formaten auf das Filmnegativ einbelichtet werden. Neben der automatischen Blitzzuschaltung verfügt die μ [mju:]-II Zoom 115 über fünf weitere Blitzmodi. Zu der μ [mju:]-II-Zoom 115 ist optional eine Fernbedienung erhältlich, die es erlaubt, den Auslöser bis zu einer Entfernung von etwa fünf Metern zu bedienen. miz

Hensel stellt Generator mit üppiger Ausstattung vor

Mit dem Tria 3000 AS stellt Hensel Studiotechnik auf der photokina einen üppig ausgestatteten Generator vor. Er verfügt über vier Blitzanschlußbuchsen in zwei Paaren, die separat regelbar



sind. Bei getrennter Regelung können über ein Paar maximal 2000 Ws, über das andere maximal 1000 Ws abgerufen werden. Ebenso kann der Anwender die gesamten 3000 Ws über nur eine Buchse abblitzen. Mit der „Turbo Ignition“-Technik ist der Tria in der

Lage, selbst alte, zündunwillige Blitzröhren abzublitzen. Darüber hinaus sorgt die „Colour Temperature Control“ für eine minimale Schwankungsbreite der Farbtemperatur über den gesamten Leistungsregelbereich. Der Tria 3000 AS verfügt über eine Fozelle und einen eingebauten Infrarotempfänger. Weitere Ausstattungsmerkmale sind hundertprozentige Wiederholgenauigkeit der Einstellwerte, Anschluß für Fernbedienung oder Rechner, Plugmatic und Gebläsekühlung.

Mit Mono E spricht Hensel vor allem Porträtstudios an

Vor allem auf die Bedürfnisse von kleinen Porträtstudios geht Hensel mit dem neuen Mono E ein, einem kleinen Studioblitzgerät, das in zwei Versionen mit 250 Ws und 500 Ws angeboten wird. Es ist ausgestattet mit einer steckbaren, einfach zu wechselnden Blitzröhre, 300 W Halogen-Einstelllicht und einer Glasglocke zum Schutz. Die Blitzleistung ist über fünf Blenden in 1/10-Blendenstufen regelbar. Beim Herun-

terregeln der Leistung wird diese intern ohne Abblitzen abgebaut. Das wirkt sich positiv auf die Lebensdauer der Blitzröhre aus. Weiterhin wurde die Krallenmechanik der Reflektorhalterung überarbeitet, so daß sich die Reflektoren noch einfacher und schneller



wechseln lassen. Das gesamte Mono-Zubehör von Hensel Studiotechnik läßt sich auch an diesem neuen Gerät verwenden. Innerhalb der Mono-Serie stehen auch Mono Max-Geräte mit bis zu 3000 Ws zur Verfügung.

Farbe satt

mit **B+W Redhancer**

zur Verstärkung von orangenen, roten und braunen Motivfarben




mit Redhancer

ohne Redhancer

- verstärkt Farbenpracht des Herbstlaubes
- intensivere Farbgebung bei Morgen- und Abendlicht
- ideal in Kombination mit Polfiltern





high performance filter

e-mail: filter@schneiderkreuznach.com

Im digitalen Zukunftsmarkt steckt viel drin. Zeit, dass Sie jetzt teilhaben.

Der Digitalkameramarkt boomt und die Nachfrage nach digitalen Bildern steigt. Gleichzeitig werden unvermindert viele Aufnahmen mit analogen Filmen gemacht.

Eine Situation, aus der Sie mit den richtigen Produkten viele Vorteile für Ihr Business ziehen können. Deshalb bietet AGFA ein komplettes Sortiment digitaler Lösungen an.

Die neue Linie der MSC.d Minilabs macht Sie fit für das digitale Geschäft. In Kombination mit der neuen AGFA e-box können Sie alle Datenträger verarbeiten und geben Ihren Kunden die Möglichkeit zur selbständigen Auftragseingabe. Außerdem stehen Ihnen alle Tore zum Internet-Printen offen.

Informieren Sie sich über das neue MSC.d und die e-box bei Ihrem AGFA Partner oder unter www.agfaphoto.com





AGFA 



AGFA e-box – die digitale
Auftragseingabestation

AGFA MSC 101.d mit TFS

AGFA Minilab. Komplett digital.

Besuchen Sie uns auf der Photokina.
Vom 20.–26. September 2000. Messe Köln, Halle 6.

Hama zeigt neue Taschen, Filter, Alben und Rahmen

Mit zahlreichen Neuheiten ist Zubehörspezialist Hama auf der photokina 2000 vertreten. Am traditionellen Standort in Halle 4.2 zeigt das Monheimer Unternehmen unter anderem neue Taschenkollektionen, Alben und Rahmen, bei denen vor allem farbige Designelemente Akzente setzen. Außerdem stellt Hama eine Reihe HTMC-vergüteter Filter vor, die speziell für den Einsatz an Digitalkameras konzipiert wurden.

Trotz des aktuellen Trends zu Farbe kommt das klassische Schwarz im Neuheitenprogramm des Zubehörherstellers nicht zu kurz. Zum Beispiel in Form der Foto- und Video-taschenserie „Inspiration“. Sie besteht aus acht Modellen, die alle mit Schultergurt, Tragegriff, Überwurfdeckel mit Klettverschluss und seitlichen Schnellverschlüssen ausgestattet sind. Wasserabweisendes 840-D-Nylon macht die

Taschen strapazierfähig, während Neopren als Material für Tragegriff und Schultergurt für hohen Tragekomfort sorgt. Innen besitzen die Inspiration-Modelle einen Staubschutzdeckel mit Reißverschluss, der die Ausrüstung nicht nur gegen Witterungseinflüsse abschirmt, sondern auch Dieben ihr Tun erschwert. Außerdem verfügen die Taschen über speziell geformte Inneneinteiler, die sich an Kameras und Objektive anpassen und so zuverlässigen Schutz

Die Inspiration-Taschen gibt es bei Hama in klassischem Schwarz.

gegen Stöße bieten. Der unverbindliche Verkaufspreis für die Modelle liegt, abhängig von der Größe, zwischen ca. 36 DM und ca. 139 DM.

Zur Farbe bekennt sich die überarbeitete Modellreihe „Trekking“, die gemeinsam mit Lizenzpartner Samsonite produziert wird und aufgrund zahlreicher Ausstattungsmerkmale und hoher Verarbeitungsqualität als Flaggschiff



Die Hama Trekking Taschen werden ab der photokina in neuen Farbkombinationen lieferbar sein.

der Taschenkollektion von Hama gilt: Neben der bisherigen Farbkombination Schwarz/Blau stehen jetzt auch Modelle in Schwarz/Grau, Schwarz/Rot und Blau/Schwarz zur Verfügung.

Besondere Kennzeichen der Polytex-Taschenserie sind weiterhin die Deckelöffnung vom Körper weg und die möglichen Systemerweiterungen. Das seitliche Andocken einer Kompakttasche oder eines Objektivköchers wurde durch fest angenähte, kleiderschonende Schlaufen weiter optimiert. Zum gesteigerten Ausstattungskomfort tragen zudem der verbesserte Tragegriff und die speziell geformten Inneneinteiler bei. Stabile, korrosionsfreie Metallbeschläge, Schultergurte aus Antirutsch-Material, das geschäumte, atmungsaktive Rückenteil, die doppelt genähten Kanten und viele weitere Qualitätsdetails wurden beibehalten.

Das komplette Trekking-Sortiment umfaßt inzwischen 21 verschiedene Taschen, vier Rucksäcke und zahlreiches Zubehör.

Durch modischen Materialmix und Farbelemente in Orange oder Blau zeichnen sich die neuen Challenge-Taschen von Hama aus. Sie besitzen unter anderem seitliche Netztaschen so-



Die Challenge-Taschen von Hama zeichnen sich durch modischen Materialmix sowie blaue oder orangefarbene Farbelemente aus.

wie einen weit übergreifenden Deckel, der durch einen leicht gängigen Schnellverschluss und zusätzlich durch einen rundum laufenden Reißverschluss gesichert ist. Eine Netztasche im Deckel, variable Inneneinteiler und eine geräumige Vordertasche sind weitere Ausstattungsdetails. Die unverbindlichen Preisempfehlungen für die verschiedenen Modelle liegen zwischen 20 DM und 100 DM. Mit der Adventure Serie bringt Hama schließlich Foto- und Videotaschen auf den Markt, die nicht nur zweckmäßig und strapazierfähig sind, sondern auch den Chic einer modischen Freizeit- und Outdoortasche besitzen. Die Serie

Farbige Akzente und Ausstattungsdetails stehen im Mittelpunkt

spricht vor allem Hobbyfotografen an, die viel Wert auf Bewegungsfreiheit legen und gern beide Hände frei haben. Das Adventure-Sortiment umfaßt zwei Hüfttaschen mit extra breiten Hüftgurten und variablen Inneneinteilern sowie zwei Bodybags. Sie werden vorne am Körper getragen, bieten ein hohes Maß an Bewegungsfreiheit und ermöglichen jederzeit den problemlosen Zugriff auf die Foto- oder Videoausrüstung. Trendiges Feature der Adventure-Modelle ist eine Handy-Köchertasche, im passenden Design, die per Klettverschluss einfach angedockt werden kann.

Zur Unterbringung einer größeren Ausrüstung lassen sich Hüfttaschen und Bodybags kombinieren. Die vier Modelle dieser Serie gibt es in der Farbkombination Schwarz/Oliv.

Ebenso umfangreich wie das Sortiment neuer Taschen präsentieren sich auch die Rahmen-Neuheiten, mit denen Hama zur photokina 2000 aufwartet: Sieben neue Leisten in der Holz-Edition, sechs zusätzliche



Umfangreich zeigt sich die Palette neuer Rahmen und Alben bei Hama.

Porträtrahmen sowie eine Vielfalt neuer Farben und Größen im Standardprogramm werden vorgestellt.

Auch bei den Alben gibt es Neues im Hama-Programm. Zu den Produkten, die in Köln erstmals zu sehen sind, gehören Modelle für ausgefallene Themen ebenso wie komplette Familienalben, bei denen das kleine Einsteckalbum sowohl zum Fotokarton als auch zum Jumboalbum paßt. Die Neuheitentrends gehen beim Monheimer Zubehörspezialisten in Richtung Spiral- oder Stoffalben. Außerdem liegen Schwergewichte auf schwarzen Seiten, die die Wirkung der Bilder unterstreichen, und hochwertigen Einbänden aus Kunstseide.

Challenge the Limits

SAMSUNG VEGA 170



foto
 MAGAZIN
 ★★★★★
SUPER

Ausgabe 08/00

1 (0 61 96) 66 53 01 5 (0 61 96) 66 53 33

www.samsungcamera.de

Obwohl einer der Vorteile der digitalen Fotografie die Möglichkeit der nachträglichen Bildbearbeitung und -optimierung ist, läßt sich das Ergebnis durch Einsatz eines entsprechenden Filters bereits bei der Aufnahme verbessern.



Filter für Digitalkameras gibt es bei Hama jetzt auch mit silberfarbener Fassung.

Der Filmer spart so eine Menge Zeit, um Unzulänglichkeiten nachträglich zu korrigieren.

Zur photokina bringt Hama die gängigsten Filtertypen UV, Pol und Skylight 1B in neuer Optik: Passend zu den Gehäusen der aktuellen Kamerageneration werden die HTMC-vergüteten Filter jetzt in einer silberfarbenen Fassung angeboten.

Die genannten Filtertypen gibt es für Weitwinkel- und Weitwinkel-Zoomobjektive in einer ultraflachen Version. Sie besteht aus einer drei Millimeter starken Metallfassung, in der sich ein nur ein Millimeter starker Filter aus optischem Spezialglas befindet. Weiteres Kennzeichen dieser Filter ist das zusätzliche Frontgewinde.

Die genannten Filtertypen gibt es für Weitwinkel- und Weitwinkel-Zoomobjektive in einer ultraflachen Version. Sie besteht aus einer drei Millimeter starken Metallfassung, in der sich ein nur ein Millimeter starker Filter aus optischem Spezialglas befindet. Weiteres Kennzeichen dieser Filter ist das zusätzliche Frontgewinde.

Der italienische Hersteller Ferrania Imaging Technologies führt zur photokina neue Marken für Fotoprodukte und Inkjet-Papier ein. Sie werden die Marke Imation ersetzen. Das Filmsortiment trägt zukünftig den Markennamen Solaris, und die Inkjet-Range kommt mit dem Markennamen OptiJet auf den Markt. Neben dem Markennamen wird auf sämtlichen Produktverpackungen auch das bereits im Oktober 1999 eingeführte Ferrania Logo zu finden sein. Damit kehrt das traditionsreiche Unternehmen wieder zu dem Namen zurück, mit dem es 1923 die Produktion von Kino-Positivfilmen begann.

Seit gut einem Jahr ist Ferrania wieder ein eigenständiges, privat organisiertes Unternehmen. Deshalb, und weil man den Blick wieder verstärkt auf das Imaging-Geschäft konzentrieren will, soll die diesjährige photokina einer der Meilensteine in der fast 80jährigen Geschichte (siehe Kasten rechts) des italienischen Filmproduzenten werden. Grundlage der international ausgerichteten Expansionsstrategie bilden intensive Aktivitäten bei Forschung und Entwicklung, Produktionsanlagen in Italien und den USA sowie Niederlas-



Im Mittelpunkt des Angebots stehen der Solaris FG 400 und der Solaris 400 APS-Film als Allroundfilme der ISO-400-Klasse mit hoher Farbbrillanz. Fotos: Ferrania und Gert Koshofer

Ferrania kommt mit neuen Marken und neuen Produkten zur photokina 2000

sungen in sechs Ländern – mit der Ferrania Deutschland GmbH in Neuss ist das Unternehmen auch hierzulande vertreten. Im August des vergangenen Jahres

trennte sich Ferrania Imaging Technologies von Imation, einem ehemaligen Unternehmenszweig des US-amerikanischen Herstellers 3M. Seitdem gehört die italienische Firma zum finanzstarken Investmentunternehmen Schroder Ventures.

Internationale Maßstäbe

Die neuen Marken von Ferrania werden nach eigenen Angaben internationalen Maßstäben gerecht. Sie sind außerdem einprägsam und besitzen eine hohe Produktassoziation, hieß es in einer Pressemitteilung. Im Mittelpunkt des neuen Marken- und Verpackungskonzeptes der Ferrania Filmprodukte, die in den ISO-Klassen 100, 200, 400 und 800 angeboten werden, steht ein Globus. Er wird bereits seit mehreren Filmgenerationen auf den Produkten aus dem Hause Ferrania eingesetzt. Globus und der neue Markenname Solaris sind

Um die Wirkung des Designelementes „Globus“ zu verstärken, wählte Ferrania für die neuen Filmverpackungen erneut eine dunkle Hintergrundfarbe.



nach Ansicht der Verantwortlichen in ihrer Bedeutung harmonisch aufeinander abgestimmt. Aus Gründen der Kontinuität, und um die farbliche Wirkung des Globus zu verstärken, wurde für die neuen Filmverpackungen wiederum eine dunkle Hintergrundfarbe gewählt. Die starke Verbindung zwischen dem Firmenlogo Ferrania als einem wichtigen Designelement und den Marken Solaris und OptiJet wird durch einen gemeinsamen Schrifttyp unterstrichen.

OptiJet Tintenstrahlpapiere

Unter dem Markennamen OptiJet wird das Inkjet Papiersortiment von Ferrania in den Markt eingeführt. Der neue Markenname ergibt sich nach Angaben des Unternehmens aus der Produktpositionierung des Papiersortiments: OptiJet steht für „Optimum Imaging Results“. Die Ferrania Tinten-



Der schnelle Ferrania Solaris FG 800 ist mit seiner hohen Qualität vor allem interessant für Actionszenen, Tele-Schnappschüsse und sehr schlechte Lichtverhältnisse.

strahlpapiere erzielen laut Hersteller mit allen gängigen Tintenstrahldruckern optimale Bildqualität. Diese Druckerkompatibilität sei ein entscheidender Vorteil beim Vertrieb des OptiJet Programms durch den Einzelhandel. Wichtig sei bei diesem Punkt auch, daß das Inkjet-Sortiment dem Handel ebenso als Eigenmarke zur Verfügung stehe wie die Filme.



Zwei Produkte aus dem neuen OptiJet Sortiment von Ferrania

SAMSUNG DIGITall
everyone's invited™

Digimax 210 SE

1 (0 61 96) 66 53 01 5 (0 61 96) 66 53 33

www.samsungcamera.de

Ferrania – Filmhersteller mit Tradition

Ferrania gehört zu den ältesten und erfahrensten Filmherstellern der Welt. Die große italienische Filmfabrik im gleichnamigen Ort Ferrania am Fuße der ligurischen Alpen begann 1923 mit der Fabrikation von Kino-Positivfilmen. 1928 kamen auch fotografische Rollfilme hinzu. 1941 wagte man sich in Ferrania an die Versuchsproduktion eines Ferraniacolor Diafilms heran, der vorübergehend auf dem Heimatmarkt verkauft wurde. Damit war die italienische Filmfabrik die zweite Produktionsstätte nach Agfa in Europa, die einen Mehrschichtenfilm mit Farbentwicklung herstellte. Nach kriegsbedingter Unterbrechung wurde die Farbfilmfabrikation 1949 wieder aufgenommen. Die Vorstellung eines Diafilms auf der photokina 1951 galt als besonderer Beweis für die Leistungsfähigkeit des italienischen Werkes. Die Farbnegativ- und Diafilme aus Italien wurden zügig weiterentwickelt und gehörten zu den ersten mit kompatibler Verarbeitung in Standardprozessen. Verbunden war damit ein wiederholter Markenwechsel von Ferrania über 3M, Scotch und Imation – entsprechend der jeweiligen Unternehmenszugehörigkeit – wieder zurück zu Ferrania. 1983 erregte der 3M Color Slide 1000 als höchstempfindliches Material international großes Aufsehen. Er begründete den Ruf der italienischen Filmfabrik als innovatives Unternehmen. Doch wandte sie sich dann, dem allgemeinen Trend folgend, besonders den Farbnegativfilmen zu, die weltweit unter unzähligen Handelsmarken erfolgreich vertrieben wurden. Heute nimmt Ferrania im Eigenmarkengeschäft international eine führende Position ein.

Gert Koshofer

Gastkommentar von Horst Schiller

Auch knapp drei Jahre nach seinem Ausscheiden beobachtet der ehemalige Präsident von Canon Euro-Photo, Horst Schiller, das Geschehen in der Foto- und Imagingbranche intensiv. Die historische Bedeutung der photokina 2000 als Trendwende in die digitale Welt hat ihn zu folgendem Gastkommentar inspiriert:

Gedanken zur Versöhnung von Technik und Konsumentenanspruch



Bringt die photokina die Trendwende?

Auch die Fotografie ist Teil der geschichtlichen Entwicklung und kann sich den Veränderungen des zeitgenössischen Bewußtseins nicht entziehen. Die neuen Technologien führen zu einem Paradigmenwechsel, der die Bedeutung von Erfahrung in einem neuen Licht erscheinen läßt. Früher konnte die Routine von 30 Jahren Berufsleben leicht fehlende Jugendlichkeit und Flexibilität ausgleichen. Heute ist dies bei der rasanten Entwicklung zur Informations- und Wissensgesellschaft nicht mehr möglich. Es gehört zu den elementaren Erfahrungen, daß der Zwölfjährige dem Großvater den Computer erklärt oder der jüngere Manager dem älteren durch eine höhere Affinität zur neuen digitalen Welt in wichtigen Punkten überlegen ist.

Die Traditionen, in denen Industrie, Handel und Management stehen, haben ihre Macht verloren. Das gilt auch für den historischen Aufbruch der Fotobranche in die Welt der Bildkommunikation.

Gefragt ist kreatives Denken, das dem Anspruch der neuen Begriffe genügt. Die Ansprache des Konsumenten als wichtigster Bestandteil unseres Wirt-

schaftskreislaufes beruht dabei auf vier Parametern:

**Nachfrage – Konsumgesellschaft
Besitz – Wohlstandsgesellschaft
Spaß – Erlebnisgesellschaft
Information – Wissensgesellschaft**

In den vergangenen Jahrzehnten haben wir den schnellen Wandel von der Konsum- zur Erlebnisgesellschaft mit dem Anspruch der Wissensgesellschaft erlebt. Die Konsumenten erwarten auch von der Fotobranche eine Ansprache, die diesem geschichtlichen Verlauf gerecht wird. Die Expo 2000 zeigt in der Verbindung von Mensch, Natur und Technik die Entstehung einer neuen Welt. Diese Welt von Morgen begegnet auch dem Konsumenten. Sie ist in der Werbung von Fotounternehmen mit der Historie von 80 Jahren und einem Produktangebot aus dieser Zeit nicht darzustellen.

In der Wissensgesellschaft können fehlende eigene Ideen nicht mehr durch Tradition ersetzt werden. Kreativität bedeutet darum den Bruch mit überkommenen Denktraditionen.

Bisher haben wir Ingenieurwissen als Voraussetzung für Markterfolg und Kundenzufriedenheit betrachtet. Der Konsument sollte kaufen, was angebo-

ten wird. Das Beispiel von APS, einem neuen Filmformat, das in dem Moment auf den Markt gebracht wurde, als die Welt zur digitalen mobilen Kommunikation aufbrach, zeigt, daß auch hohe Marketingaufwendungen nicht den Fehler berichtigen können, dem Konsumenten Vorschriften zu machen.

Was wünscht der Konsument, was braucht er, welche Sehnsüchte hat er? Müssen wir uns in der Fotobranche nicht alle – Industrie, Dienstleister und Handel – Grenzen eingestehen? Warum haben wir (noch) keine uns zustehende Bedeutung in der neuen IT-Technologie bei Hardware und Software? Wer führt in der Welt der Telekommunikation, die nun die Bildübermittlung auf die visuelle Zukunft ausdehnen kann? Die New Economy ist eine Wahrheit, die eine Verständigung zwischen Marktbedürfnissen und Ingenieurwissenschaften unabdingbar macht. Dies mit elementarem Wahrheitsanspruch für das zeitgenössische Bewußtsein zu leisten, ist die wahre „Kunst der Kreativität“. Der interessierte leidenschaftliche Fotokonsument ist gerade in der Welt von morgen – global kommunizierend – ein Milliardenpotential. Kann die photokina 2000 dies erschließen?

„Ich verkaufe kein APS mehr“

Zu unserem Editorial „Wer verkauft APS?“ in *imaging+foto-contact* 8/2000, S. 5, erreichte uns folgender Leserbrief:

„Sehr geehrte Damen und Herren,

auf Ihre Frage möchte ich gern antworten. Meine Antwort darauf heißt: „Ich nicht mehr!“. Von Beginn des APS-Zeitalters an, als es noch scherzhaft „Alles passiert später“ hieß, war ich Verfechter dieses Systems – bis mich meine Kundschaft, meine Erfahrung und die Industrie eines Besseren belehrt haben. Auch die Vergangenheit, die Sie in Ihrem Artikel ansprachen, hat ja gezeigt, daß sich kleine Negativformate nicht durchsetzen konnten, denken wir doch nur an Pocket, das Diskformat oder das Penti-Halbformat. Auch APS wird wieder in der Versenkung verschwinden, zumal digital auf dem Vormarsch ist. Was ist der Nachteil von APS? Zuallererst das kleine Negativformat. Trotz angeblich verbesserter Filmemulsionen habe ich von APS noch kein überzeugend scharfes Bild gesehen. Dies hat bereits zu erheblichen Reklamationen in meinem Geschäft geführt. Dazu kommen das Zehnerformat, das nicht jedermanns Sache ist, sowie der hohe Bildpreis. Bei uns sehen die Leute aufs Geld. Sehr große Abzüge lassen sich von APS nicht herstellen, und das größte machbare Format hat immer eine schlechte Qualität (Körnigkeit durch zu starke Vergrößerung sichtbar). Auch gibt es Kunden, die beim Fotografieren nicht merken, trotz Vignettierung des Sucherausschnittes, daß sie das Panoramaformat eingestellt haben. Sie nehmen mir dann die großen Fotos nicht ab.

Die für mich als Händler größten Nachteile dieses Systems hat allerdings die Industrie zu verantworten. Wie eben erwähnt, müßte jede APS-Kamera beim Einschalten auf das Standardformat zurückschalten, um ungewollte Panoramabilder zu verhindern. Auch das Wiedereinlegen eines halb belichteten Filmes funktioniert nur bei sehr hochpreisigen Kameras. Diese Funktion war mal als Zugpferd bei APS gedacht und wäre es sicherlich auch, wenn sie überall funktionieren würde. Das Wichtigste aber: Ich als Händler kann keinem Kunden helfen, dessen Film in der Kamera hängen geblieben ist. Diesen Fall hatte ich nun bereits fünfmal. Drei dieser Kunden konnte ich wegschicken, da sie die Kamera nicht bei mir gekauft hatten. Die anderen beiden Kunden durften mehrere Wochen auf ihre Kamera warten, weil ich diese in die Werkstatt einschicken mußte. Da man dort offensichtlich keine Dunkelkammer hatte, wurde der Film des einen Kunden zu allem Übel auch noch Fremdlicht ausgesetzt und verursachte mir ordentlichen Ärger. Dies hätte man von vornherein bedenken und dem Händler die Möglichkeit geben müssen, die Rückwände der Kameras zu öffnen. Vielleicht durch Schrauben unter dem Kamerabezug o.ä. Sie sehen also, meine Abneigung gegenüber APS hat echte Gründe. All den obengenannten Ärger hatte ich bei den Kleinbild-Sucherkameras noch nicht und kann auch gern darauf verzichten, zumal eine so hohe Marge, die diese

SAMSUNG DIGITall
everyone's invited™

Mit MP3-Player

Digimax 35 MP3

1 (0 61 96) 66 53 01 5 (0 61 96) 66 53 33

www.samsungcamera.de

Ärgernisse ausgleichen könnte, bei APS-Kameras nun auch nicht zu erzielen ist. Auch hier werden die Teile von Grossisten bereits verschleudert.

Die Idee für APS war bestimmt nicht schlecht, nur kam sie leider unausgereift und zu spät auf den Markt. Vielleicht hätte es sich sogar durchgesetzt, wenn oben beschriebene Mängel gar nicht erst aufgetreten wären. Dies wäre mit Sicherheit möglich gewesen, wenn nur APS-Kameras im oberen Preissegment, so ab 500 DM, gebaut worden wären.

Digital ist auf dem Vormarsch und wird das APS-System mit Sicherheit verdrängen. Ich versuche in meinem Geschäft auch nicht, den Kunden die Nachteile (und auch die eventuellen Vorteile) von APS zu verschweigen. Bei mir wird niemand über den (Laden-) Tisch gezogen, nur damit mein Umsatz stimmt. Allerdings fehlen APS-Kameras in meinem Bestand. Sollte ein Kunde dennoch, nach ausgiebiger Beratung, eine solche Kamera wünschen, wird diese gesondert für ihn bestellt. Damit bin ich bisher sehr gut gefahren.

Mit der Veröffentlichung meines Artikels, auch teilweise ohne den Sinn zu verändern, bin ich einverstanden. Darüber hinaus bin ich mir sicher, daß dies nicht passieren wird, stimmt's?

Mit freundlichen Grüßen

Jürgen Trübenbach
FotoStudio Trübenbach
Querstraße 16
99867 Gotha

Exklusive Accessoires bei Erno



Exklusive Schreibtisch-Accessoires sollen dem Handel neue Umsatzmöglichkeiten bieten.

Erno startet zum Herbst-/Weihnachtsgeschäft mit einer vollkommen neuen Produktlinie in den Markt exklusiver Schreibtisch-Accessoires. Neben dem ansprechenden Design und der Funktionalität liegen die Verkaufsargumente für die Handelspartner in der hohen Qualität und der Vielfalt der Produkte.

Erno hält von Beginn an ein umfangreiches Sortiment für den Handel bereit, das sich in der Preisklasse von 20 DM an aufwärts bewegt (unverbind-



Das Schreibset Diana ist eines von insgesamt 16 Geschenksets. Es enthält eine Zettelbox, eine Quartzuhr, einen Dauerkalender, einen Brieföffner und einen Schlüsselanhänger.

liche Preisempfehlungen). Die neue Produktpalette beinhaltet 16 komplette Schreibtisch-Accessoires-Serien als Geschenksets und weitere Einzelartikel. Jedes Set-Produkt ist auch einzeln zu beziehen. Insgesamt umfaßt die

Kollektion cirka 120 verschiedene Produkte.

Erno will die Produktlinie zukünftig regelmäßig erweitern und aktualisieren. Das Unternehmen folgt dabei nach eigenen Angaben dem bisherigen Erfolgsrezept der Erno Fotorahmen-Linie: „Designprodukte, die einfach schön sind, dem allgemeinen Geschmack entsprechen und auch für den schmaleren Geldbeutel erschwinglich sind.“

Apropos Fotorahmen: Auch hier kann Erno zur photokina 2000 mit einer Reihe von Neuheiten aufwarten, die mit aktuellen Designs den Trend für die kommende Saison bestimmen sollen.

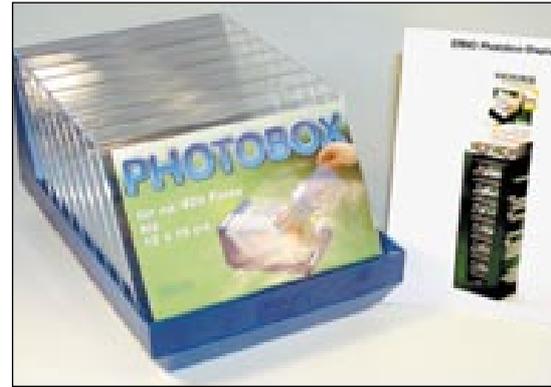


Zur Rahmenserie Rostock gehören hochwertige Metallrahmen.

Im Metallrahmen-Sortiment sind unter anderem die Serien Rostock, Palermo und Puerto sowie Montreux. Rostock zeigt sich als Kombination aus matter und glänzender Oberfläche, Palermo und Puerto besitzen eine anthrazitfarbene, gehämmerte Oberfläche, und mit Montreux ist ein Modell wiederaufstanden, bei dem das Original von Quartier Pate gestanden hat.



„Marma“ heißen Rahmen, deren Einzelteile von Magneten in Schwebe position gehalten werden.



Die bekannten Erno Photoboxen gibt es jetzt auch in der Farbe Royal-Blau.

Als eine Besonderheit bei den Design-Holzrahmen ist Marma anzusehen, ein Schweberahmen, dessen Teile durch einen Magneten sowohl im Hoch- als auch im Querformat in Position gehalten werden. Für Liebhaber der Astrologie bietet Erno mit der Serie Stroberg Rahmen an, auf deren Leisten verschiedene Tierkreiszeichen zu sehen sind.

Die Modelle Helgoland, Rügen und Sylt sind Echt-Glasrahmen in der nach wie vor häufig nachgefragten Farbe Royal-Blau. Sie zeichnen sich, so Erno, „durch ihre absolute Preiswürdigkeit“ aus.



Die Rahmen der Serie Serengeti sorgen für eine ganz besondere Atmosphäre.

Zum Bereich der Trendrahmen kommen unter anderem die Modelle Serengeti, Taiga und Tundra hinzu. Bei diesen handelt es sich um kuschelige (Kunst-)Fellrahmen, die eine besondere Atmosphäre verbreiten.

Schließlich frischt Erno auch einen „Oldie“ auf: Die Erno Photobox gibt es jetzt ebenfalls in der Trendfarbe Royal-Blau, sowohl in der Einzelverpackung als auch im repräsentativen Verkaufsturm.

Digitales Buch von KeeBoo

Die KeeBoo Corp. präsentiert mit dem KeeBook ein virtuelles Buch, in das sich Dokumente wie Texte, Fotos, Videos oder Webseiten einbauen lassen. Mit einem KeeBook wird beispielsweise der Versand von Urlaubsfotos an Freunde zum Kinderspiel. Sie werden in dem digitalen Album gesammelt und an alle neuen Urlaubsbekanntschäften

per E-Mail verschickt. Das KeeBook ist ein digitales Buch, in dem wie in einem richtigen Buch – Klick für Klick – die Seiten umgeblättert werden können.

Die KeeBoo-2.1-Software, mit der der Anwender sein eigenes Buch gestalten kann, gibt es als kostenloses Download unter www.keeboc.com. Der Empfänger des Buches benötigt keine spezielle Software, um es lesen zu können.

Canon mit neuer digitaler Camcorder Range

MV3, MV3i, MV3 MC und MV3 MCi nennen sich die vier neuen digitalen Camcorder von Canon, die ab September lieferbar sind. Mit Abmessungen von 48 x 106 x 86 mm zählen die Camcorder zu den kleinsten ihrer Klasse. Die MV3-Modelle sind mit einem weiterentwickelten 800.000 Pixel-Chip, RGB-Filter, Vollbildabtastung, dem Canon Bildstabilisator, einem 10-fach Zoomobjektiv und einem schwenkbaren 2,5 Zoll LCD-Bildschirm ausgestattet. Der optische Zoombereich des kleinen Objektivs kann digital bis auf 40-fach erweitert werden, was einem Brennweitenbereich von 43,9 mm bis 1765 mm (optisch 439 mm) des Kleinbildformats entspricht. Wie auch andere digitale Camcorder von Canon,



bieten die MC-Versionen des MV3 die Möglichkeit, Einzelbilder – Stehbilder – separat auf der Multi Media Card (MMC) zu speichern. Die auf der MMC abgelegten Bilder können dann mittels PC-Kartenadapter und -Lesegerät ohne IEEE1394-Kabel auf den Rechner übertragen werden. Auf einer MMC mit 8 MB können bis zu 78 Einzelbilder im Standardmodus gespeichert werden. Darüber hinaus bietet sich die Möglichkeit, während des Filmen über den Fotoauslöser Einzelbilder aufzunehmen, ohne umständlich von dem Film- in den Fotomodus umschalten zu müssen. Dabei wird das Foto auf dem DV-Band gespeichert. Des weiteren arbeiten alle vier Modelle mit der „Progressive-Scan“-Technologie, die die höchstmögliche Bild-

qualität gewährleistet. Filmsequenzen, die mit Progressive Scan aufgenommen wurden, eignen sich besonders, um nach dem Filmen ein einzelnes Bild eines Bewegungsablaufs auszuwählen, am PC weiterzubearbeiten oder als Foto auszudrucken. Die MV3-Camcorder bieten umfangreiche Digitaleffekte, mit denen sich Szenen-Übergänge gestalten lassen, aber auch ganze Sequenzen kreativ bearbeitet werden können. Im Wiedergabemodus können sowohl Filmsequenzen als auch bis zu sechzehn Einzelbilder gleichzeitig betrachtet werden.

Für den guten Ton der Geräte sorgt unter anderem das Stereo-Mikrofon, das so ausgerichtet ist, daß die Stimme der Person vor der Kamera deutlich hörbar ist und die Stimme des Filmenden gedämpft wird. Die Nachvertonung der Filmaufnahmen ist dann möglich, wenn statt im 16-Bit Modus, im 12-Bit Modus gefilmt wird. Hierbei bleibt eine Tonspur zur späteren Nachvertonung frei, der Originalton bleibt zusätzlich erhalten. Um eine leichtere Nachvertonung zu ermöglichen, steht die im Lieferumfang enthaltene Dockingstation DU-300 zum Anschluß eines externen Mikrofons zur Verfügung. Aber auch das eingebaute Mikrofon kann für die Nachvertonung genutzt werden. Zusätzlich bieten die entsprechenden Bearbeitungsprogramme – wie zum Beispiel Moto-DV aus dem Hause Digital Origin – die Möglichkeit, auch Musik vom CD-Laufwerk ohne störende Nebengeräusche einzuspielen.

Die Modelle MV3 und MV3 MC verfügen über einen DV-Eingang. Die i-Versionen sind sowohl mit DV-Ein- als auch DV-Ausgang ausgestattet. Die MC-Versionen arbeiten zusätzlich zum DV-Band mit Multi Media Card.

COMPETENCE ON THE DIGITAL LINE

AGFA ePHOTO.



Agfa CL18

Der vielseitige Winzling

Erstaunlich klein (105x66x37 mm), mit Dual Mode, Stillkamera und Videofunktion, als Webcam nutzbar, VGA Auflösung (640x480), 36 Bit Farbtiefe, 2 MB interner Speicher, USB-Schnittstelle, inkl. Software-Paket



Agfa CL20

Die „große Schwester“ der CL18

mit PhotoGenie bis zu 1,3 MP XGA optische Auflösung (1024x768) und einem Compactflash-Slot für Wechselspeicherkarten, Stillkamera mit Videofunktion, 1 MB interner Speicher, Print-Taste für Direktstart des Internet Printservice



Agfa CL30 klik!

Viel Speicher für's Geld

1 MP CCD Sensor (1152x864), 1,5 MP mit PhotoGenie, speichert bis zu 360 Bilder auf den praktischen 40 MB klik-Speichemedien, Kamera als externes Laufwerk nutzbar, USB-Schnittstelle, Videoausgang, Agfa Photowise

Telefon Infoline 0221/57 17-277

„Design & More“ heißt das Motto, mit dem die Nettetaler Karl Walther Alben- und Rahmen GmbH & Co. KG zur diesjährigen photokina antritt. Neben den vielen hundert bekannten Artikeln des Sortiments wird das Unternehmen im Köln auch über 100 Rahmen- und Albenneuheiten zeigen.

Karl Walther zeigt über 100 Neuheiten



Die Belvedere Tischrahmen sorgen für gediegene Anmutung.

Die Nettetaler setzen bei ihrem Angebot nach eigenen Angaben auf Lifestyle, Qualität und Service. Alle Neuheiten seien ertragsstark und böten dem Handel attraktive Spannen, hieß es. Abgerundet wird das Sortiment durch zahlreiche Displaylösungen, die auf individuelle Kundenbedürfnisse abgestimmt werden können.

Eines der Highlights im Albenprogramm des Unternehmens ist die Serie Sino. Dabei handelt es sich um hochwertige Leinenalben mit Buchschrauben oder Spiralbindung. Ihr Design greift die chinesischen Schriftzeichen für die Elemente Wasser und Erde sowie für das Mineral Gold auf.

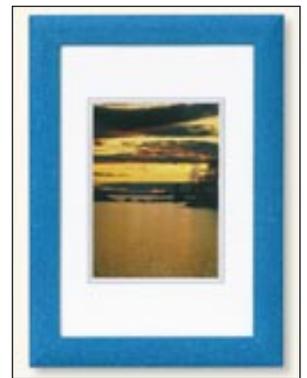
Bei den Baby- und Kinderalben steht die neue Serie Buddy, der Bär, im Mittelpunkt. Seine Abenteuer mit seinen Freunden, der Maus und der Ente, finden sich als Motive auf den neuen Alben dieser Serie wieder. Neben den sonst üblichen



Auch neue Themen- (so wie dieses Hochzeitsalbum, Bild links) und Einsteckalben sind unter den photokina-Neuheiten von Karl Walther zu finden.

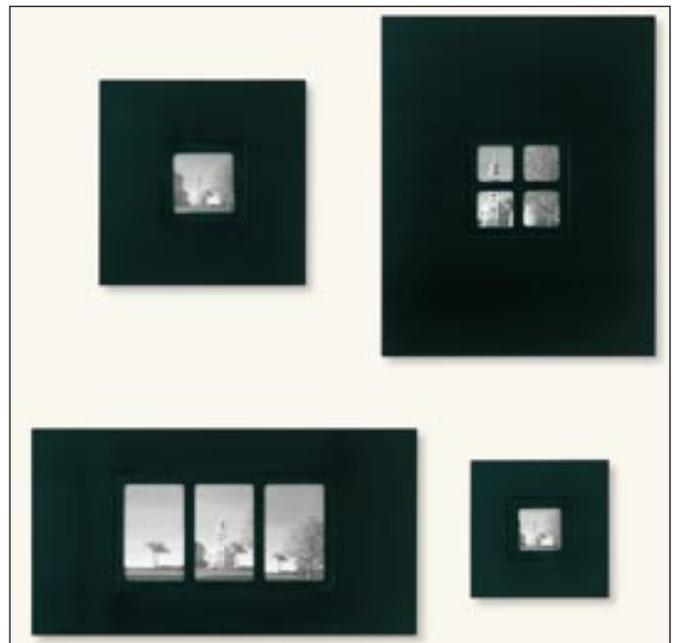
farbenfrohen Designs fällt die neue Serie Luxor dagegen durch ihre klassische und hochwertig anmutende Schlichtheit auf.

Darüber hinaus hat Karl Walther das Angebot an Fotoaccessories neu strukturiert und dem Sortiment ein innovatives Image und klares Aussehen verliehen. Anwenderfreundlichkeit und Markenqualität für Händler und Endverbraucher hatten den Angaben zufolge bei der Auswahl oberste Priorität.



Mit verschiedenen Leistenfarben will die Serie Ibiza Urlaubsstimmung wachhalten.

Das Tischrahmenprogramm wurde um formschöne Neuheiten in unterschiedlichen Materialien erweitert. Bei Magic Magnetic beispielsweise werden zwei Holzrahmen durch drei in die Seitenleiste eingearbeitete Magnete miteinander verbunden. Während die Holzrahmen Provence im Landhausstil und Belvedere in Blattgoldoptik für gediegene Anmutung sorgen sollen, will der Metallrahmen TechLine durch seine kühles und schlichtes Aussehen überzeugen. Alle Tischrahmen gibt es in vielen Farben und Formaten.

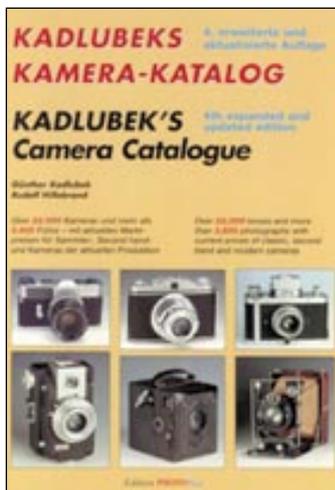


Die Serie Pasadena eignet sich hervorragend für Schwarzweißaufnahmen.



FotoWerkstatt vertreibt Produkte von Positiv

Anfang September hat die FotoWerkstatt Michael Belz den Vertrieb von Produkten der Firma Positiv N.V Fotokartonnage aus Belgien für den Bereich Deutschland, Österreich und Schweiz übernommen. Dabei handelt es sich um Passepartouts und Bildpräsentationsmittel, die speziell für die hochwertige Porträtfotografie entwickelt werden. Positiv-Produkte genießen nach Angaben der FotoWerkstatt in den Beneluxländern und Skandinavien aufgrund ihrer hohen Qualität und der kreativen Gestaltungsmöglichkeiten einen ausgezeichneten Ruf. Infos zu den Produkten gibt es auf der photokina am FotoWerkstatt Stand F30/H31 in Halle 10.2 oder bei der FotoWerkstatt, Engelderstraße 25, 50321 Brühl, Telefon 02232/47399.



Kadlubek's Katalog ist in vierter Auflage erschienen

Das Autorenteam Günther Kadlubek und Rudolf Hillebrand hat die vierte Auflage von Kadlubek's Kamera-Katalog vorgestellt. Gegenüber der vorigen Auflage hat sich der Umfang deutlich vergrößert: Mit über 1.000 neuen Fotos (damit sind es jetzt rund 3.600) und etwa 4.300 neuen Kameramodellen ist der Inhalt auf 800 Seiten angewachsen. Möglich wurde dieser Zuwachs dadurch, daß zahlreiche Sammler dem Autorengespann Zugang zu ihren Sammlungen ermöglichten. Mit erheblichem Rechercheaufwand und unterstützt von zahlreichen Experten konnten zahlreiche Details verbessert und die Preisangaben aktualisiert werden.

Insgesamt führt die aktuelle Ausgabe von Kadlubek's Kamera-Katalog 22.000 Kameras von der Accuraflex aus dem Jahr 1955 bis zur Zunov Z16 aus dem Jahr 1959 auf. Als Besonderheit ist dabei die Tatsache anzusehen, daß der Katalog wie bisher darum bemüht ist, eine möglichst vollständige Auflistung aller existierenden Kameravarianten aufzulisten. Neben den Detailinformationen zu den Kameras findet der Leser eine Auswahl der wichtigsten Fotomuseen und eine Liste mit Sammlerbüchern, die von Günther Kadlubek durchgearbeitet und als empfehlenswert eingestuft wurden. Ohne Bilder und tiefgehende Details sind die Kameras darüber hinaus in Kadlubek's Taschenpreisführer aufgelistet (Angaben in DM und Euro/US-Dollar), der mit jedem Exemplar von Kadlubek's Kamera-Katalog geliefert wird. Der Katalog kostet 95 DM. Er ist auf der photokina in Halle 3.1, Stand L059, zu haben oder direkt beim Verlag Rudolf Hillebrand, Kiefernweg 21, 41470 Neuss, Telefon 02137/77676.

Fuji Hunt schafft Business-Lösungen

Fuji Hunt zeigt auf der photokina 2000 ein großes Sortiment neuer Produkte und innovative Lösungen für die Bildbearbeitung. Zusätzlich zum Messestand von Fujifilm in Halle 5 hat das Unternehmen einen zusätzlichen Stand speziell für digitale Lösungen in Halle 10 eingerichtet. Das europäische Expertenteam von Fuji Hunt will dort den Wertzuwachs demonstrieren, den das Unternehmen jedem Fotolabor bringen kann. Das Thema des diesjährigen photokina-Auftritts lautet „Business-Lösungen schaffen“. Zu den Produkten, die bei Fuji Hunt zu sehen sein werden, gehören ein komplettes Sortiment an digitalen Lösungen für Minilabs, Profi- und Großlabore, der neue piezoelektrische Tintenstrahldrucker CPP 54 Mk II im Breitformat, Monopart-Entwickler, Air Control (geruchsfreie Chemikalien) sowie das neue E6 Vorbleichbad und der E6 Stabilisator. Messebesucher können darüber hinaus den umfassenden Fuji Hunt Support-Service kennenlernen. Dieser bietet unter anderem Umwelt- und Chemikalienaudits, Analysedienste, Beratung bei Laboreinrichtungen und Mitarbeiterschulungen an.

COMPETENCE ON THE DIGITAL LINE

AGFA SNAPSCAN.



Agfa Snapscan e20
Der Fun- und Trend-Scanner
 600x1200ppi, USB-Schnittstelle, 3 farbige Griffe, Software-Paket* **.

DM **199,-**
 unverb. Preisempf. zzgl. Urheberrechtsgabe



Agfa Snapscan Touch
Auf Berührung Go!
 600x1200ppi, USB-Schnittstelle, frei belegbare Funktionstasten, Softwarepaket* **.

DM **249,-**
 unverb. Preisempf. zzgl. Urheberrechtsgabe



Agfa Snapscan e40
Der Allrounder für gehobene Ansprüche
 1200x2400ppi, USB-Schnittstelle, 42 Bit Farbtiefe, 3 farbige Griffe, Software-Paket* **.

DM **399,-**
 unverb. Preisempf. zzgl. Urheberrechtsgabe

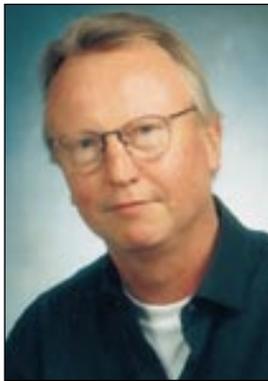


Agfa Snapscan e50
Buenos Dias – das Multitalent
 1200x2400ppi, Kleinbild Durchlichteinheit, 42 Bit Farbtiefe, USB-Schnittstelle, 3 farbige Griffe, Software-Paket* **.

DM **499,-**
 unverb. Preisempf. zzgl. Urheberrechtsgabe

* Scanwise Treibersoftware (PC/Mac), Bildbearbeitungssoftware (PC/Mac) und Caere Omnipage LE.
 ** Scanwise Treibersoftware (PC/Mac), CorelPrint Office 2000 Bildbearbeitung (PC/Mac) und Readiris 4.17 Texterkennung (PC/Mac).

Telefon Infoline 0221/57 17-277



Ulrich Vielmuth

JVC videoaktiv

Zur diesjährigen photokina können die Camcorderhersteller recht zufrieden auf die aktuellen Verkaufszahlen blicken und den anhaltenden Trend zu höheren verkauften Stückzahlen und vor allem deutlich mehr Umsatz. Mini-DV sei Dank, Digital 8 dabei nicht zu vergessen. Deutlich über

600.000 Camcorder wurden im vergangenen Jahr verkauft, dieses Jahr erwarten Insider noch eine weitere Steigerung. Fest steht, daß der Anteil digitaler zu den herkömmlichen, analogen Camcordern mittlerweile schon deutlich über die 50 Prozent-Marke gesprungen ist. Wertmäßig soll der digitale Anteil sogar 80 Prozent betragen.

Betrachtet man die Marktanteile der im Wettbewerb stehenden großen Vier, so ergibt sich im digitalen Lager folgendes Bild: Sony führt weiterhin die Verkaufshitparade an, gefolgt von Panasonic; mit deutlichem Abstand folgt Canon, knapp dahinter JVC.

Dieser vierte Platz hat die JVCler natürlich nicht ruhen lassen, zumal Canon – obwohl zwei Jahre später gestartet – auf diesem Sektor gnadenlos an JVC vorbeigezogen ist.

Neuer JVC-Spitzencamcorder

Wie schön, von JVC-Pressesprecher Jürgen Wilkin zu hören, daß in Zukunft alle DV-Camcorder von JVC serienmäßig freigeschaltet sind. Das bedeutet DV-in und natürlich DV-out. Nun sind seit kurzer Zeit neue, beachtenswerte DV-Camcorder der Spitzenklasse sogar mit „MP3“-Funktionen auf den Markt gekommen. Also bieten sich ganz neue Möglichkeiten der Videogestaltung mit digitalen Soundeffekten. Eine Fülle solcher Effekte im MP3-Format befindet sich bereits auf der mitgelieferten MultiMedia-Karte und läßt sich jederzeit in eine DV-Aufzeichnung einfügen – bei der Aufnahme oder später bei der Nachbearbeitung.

Mit den neuen Top-DV-Camcordern GR-DVX 10 und GR-DVX 9/X8 hat JVC die Anwendung innovativer Videofunktionen, Multimedia und die Möglichkeiten der Bild- und Tonkommunikation per Internet vereint.

Was mir besonders gefallen hat, ist das weitwinklige Zoomobjektiv, mit dem jedes Exemplar der neuen Camcorder-Range ausgestattet ist. Endlich wurden die Marketingleute von den Konstrukteuren erhört und – JVC übertreibt im Prospekt gleich ein wenig –



JVC Multimedia DV-Camcorder GR-DVX 9

die Weitwinkelfunktion namens „Progressive Super Wide“ spendiert. Dieses praktische Feature für kleine Zimmer und große Familienfeiern funktioniert so einfach wie genial: Bei diesem Verfahren werden die normalerweise für die Bildstabilisierung benutzten Randbereiche des CCDs mitbenutzt, so daß sich eine größere Bildfläche ergibt – wie bei einer 0,7-fach Weitwinkel-Vorsatzlinse. Also keine Superlative für den Telebereich, sondern eine ganz praxisbezogene kurze Brennweite, die den Nutzen des Camcorders beim Filmhobby wesentlich erhöhen kann.

Natürlich ist auch jeder Typ dieser neuen JVC-Camcorder-Serie als digitale Fotokamera einsetzbar, die Schnappschüsse werden auf der fingernagelkleinen MultiMedia-Karte abgespeichert. Mit der Dual Shooting-Funktion können (VGA-) Bilder sogar während der Videoaufzeichnung aufgenommen werden. Die gute Bildqualität und hohe Auflösung der Stills wird durch den Progressive Scan-CCD (800.000 Pixel) mit Progressive Farbfilter und High-Band-Signalprozessor erreicht. Die sehr hohe Auflösung durch Progressive Scan-CCD kommt folgendermaßen zustande: Während eigentlich alle Camcorder mit einem konventionellen Abtastsystem (Interlacing) ausgestattet sind, das in einer bestimmten Zeit ein Halbbild aufnimmt, wird hier ein volles Bild in einem Durchgang abgetastet. Da keine zeitlich versetzten Halbbilder aufgezeichnet werden, sondern stets Vollbilder, gibt es auch keine verschwommenen, qualitativ schlechten Standbilder mehr. Darüber hinaus verarbeitet der Progressive Scan-CCD jede abgetastete Zeile einzeln, wodurch eine sehr viel höhere vertikale Bildauflösung erreicht wird. Auch ohne PC können die Bilder über einen speziellen Drucker (ca. 700,- Mark) in XGA-Qualität ausgedruckt werden.

Trend

Auch JVC hat – ganz im Trend – Erfolge mit seiner Produkt-Kombination „Hardware/Software“ durch das Joint-venture mit Pinnacle. Also eine wirkungsvolle Kombination der Power von zwei Marken. Wer also z. B. den DV-Camcorder GR-DVL 107 zum Preis von 2.199,- Mark kaufen möchte und dann nachbearbeiten will, kann als sogenanntes Bundle in einem Karton gleich noch die Schnitt-Software mitnehmen – oft nur mit geringem Aufpreis. Die passende Schnittsoftware Studio-DV von Pinnacle wird einfach als Karte in den PC gesteckt.

Studio-DV arbeitet mit einem von Pinnacle entwickelten Schnittprogramm. Es ist vor allem für den Einsteiger konzipiert worden und leicht zu bedienen. Es verfügt also über eine übersichtliche Oberfläche und die pfiffige Idee, die einzelnen Einstellungen des Films in einem stilisierten Fotoalbum übersichtlich auf dem Bildschirm darzustellen – da macht Schneiden Spaß. So hat der Käufer die Gewähr, daß der DV-Camcorder auch mit der Schnitt-Software problemlos korrespondieren kann. Kompatibilitätsprobleme können also erst gar nicht entstehen. Denn auf diesem Gebiet haben zahlreiche nachbearbeitende Hobbyfilmer in der Vergangenheit leidvolle Erfahrungen machen müssen.

Kameras und Ferngläser von Minox

Neue Kameramodelle, eines für das Kleinbild-, das andere für das Advanced Photo System, und neue Ferngläser stehen im Mittelpunkt der Neuheiten, mit denen Minox auf der photokina vertreten ist.

Die Minox CD 128 ist die neue Kleinbildkamera des Wetzlarer Unternehmens. Sie besitzt ein Dreifach-Zoomobjektiv Minotar 38-128 mm, das nach Angaben des Herstellers für hohen Kontrast und brillante Auflösung sorgt. Die Kamera arbeitet vollautomatisch. Ein aktives Infrarot-Autofocussystem sorgt für Schärfe ab einer Motiventfernung von 70 Zentimetern. Das integrierte Blitzgerät mit Leitzahl 11 bietet verschiedene Funktionen, darunter auch die Rot-Augen-Reduzierung. Zu den Funktionen zählen Selbstauslöser, Makrobetrieb und Unendlich-Einstellung. Filmtransport vorwärts und rückwärts erfolgen automatisch. Darüber hinaus ist die Minox CD128 mit einer



Energiesparfunktion ausgestattet, die dafür sorgt, daß sich die Kamera nach fünfminütigem Nichtgebrauch abschaltet. Mit der Minox CD 128 DB ist auch die Einbelichtung von Datum und Uhrzeit möglich. Die Kamera hat die Abmessungen 120 x 66,5 x 49,5 mm. Sie wiegt 240 g (ohne Batterie und Film). An die Freunde des APS-Formats wendet sich Minox mit der neuen Minox CD 48. Sie präsentiert sich in einem edlen und robusten Metallgehäuse. Herausragendes Merkmal dieses Modells ist das neue Minotar Zoomobjektiv 24-48 mm. Neben der Möglichkeit, eines der drei APS-Formate zu wählen (der jeweilige Bildausschnitt wird im Sucher angezeigt), bietet die Kamera die Drop-

in-Automatik zum einfachen Einlegen des Films. Die vorzeitige Entnahme und das Wiedereinlegen des Films sind dank der Mid Roll Change-Funktion möglich. Weitere Ausstattungsmerkmale sind das eingebaute Multifunktions-Blitzgerät mit Leitzahl 10, Selbst-



auslöser und Serienbild. Auch dieses Modell schaltet nach fünfminütigem Nichtgebrauch automatisch ab. Die Minox CD 48 ist 98 x 62 x 24 mm groß und wiegt 180 g (ohne Batterie).

Mit den Modellen Minox BD 8,5 x 42 BR und BD 10 x 52 BR erweitert das Unternehmen seine Fernglaspalette. Beide Geräte besitzen ein bis drei Meter Tiefe druckwasserdichtes Gehäuse aus gummiarmiertem Aluminium. Die Stickstoff-Füllung verhindert das Beschlagen der Prismen und Linsen von innen. Das Minox BD 8,5 x 42 BR weist eine Dämmerungszahl von 18,9 auf, beim BD 10 x 52 BR lautet diese 22,8. Beide Modelle bieten die Möglichkeit des Dioptrienausgleichs bis plus/minus drei Dioptrien. Das Minox BD 8,5 x 42 BR ist 146 x 127 x 52 mm groß und wiegt 770 g, das BD 10 x 52 BR hat bei Maßen von 171 x 133 x 59 mm ein Gewicht von 920 g.



COMPETENCE ON THE DIGITAL LINE

AGFA SCANNER.



photokina
NEUHEIT

Agfa Arcus 1200

Der professionelle Einsteiger

MultiPlate-Technologie, 1200x2400 ppi, 42 Bit Farbtiefe, 3.2 D Dichteumfang, Software-Paket*



DM
5.900,-
unverb. Preisempf.
zzgl. Ust-Bemerkungszugabe

Agfa DuoScan HID

Der professionelle Allround-Scanner

TwinPlate-Technologie, 1000x2000 ppi, 42 Bit Farbtiefe, 3.7 D Dichteumfang, Software-Paket**



DM
12.328,-
unverb. Preisempf.
zzgl. Ust-Bemerkungszugabe

Agfa DuoScan T2500

Perfektion für kleinste Vorlagen

TwinPlate-Technologie, DualLens-Technologie, 1.250x1250 ppi bis 2500x2500 ppi, 36 Bit Farbtiefe, 3.4 D Dichteumfang, Software-Paket**



DM
17.133,-
unverb. Preisempf.
zzgl. Ust-Bemerkungszugabe

Agfa DuoScan T2000XL

Der Scanner für die Druckvorstufe

TwinPlate-Technologie A3+, DualLens-Technologie, 667x2000 ppi bis 2000x2000 ppi, 36 Bit Farbtiefe, 3.3 D Dichteumfang (Dmax 3.5 D), Software-Paket**

* Agfa FotoLook 3.5, Agfa ColorTune 3.01, Corel Photopaint 8 (Mac) / 9 (PC), Texterkennung ReadIRIS

** Agfa FotoLook 3.5, Agfa ColorTune 3.01

Telefon Infoline 0221/57 17-277

Ihr Kollege im Ausland (Seefeld/Tirol)



Jeder Fotohändler positioniert sein Geschäft im Umfeld der individuellen örtlichen Gegebenheiten. Das Fotohaus Lohmann im österreichischen Urlaubsort Seefeld ist darum zu 100 Prozent vom Tourismus geprägt. Dabei werden den Kunden sowohl analoge als auch digitale Dienstleistungen angeboten.



Auf der Internetseite des Fotohauses Lohmann findet sich eine leichtverständliche Anleitung, wie Bilder gescannt, als JPEG abgespeichert und per E-Mail zum Printen eingesandt werden können.

Aus Erfahrung weiß Inhaber Walter Lohmann, daß Urlauber nur wenig Zeit haben, auf ihre Bilder zu warten. Der schnelle Fotoservice steht darum bei dem Ringfoto-Mitglied im Mittelpunkt. Daß Schnelligkeit ihren (höheren) Preis hat, wird dabei kaum zum Problem. Für die Kunden sind hohe Qualität und die Kompetenz ausgebildeten Fachpersonals viel wichtiger.

Mit dem Frontier Minilab von Fujifilm können Walter Lohmann und seine Mitarbeiter mehr als nur Filme entwickeln und Bilder printen. Die Kunden sind oftmals erstaunt, was die Technologie

(Digitale) Bilder für Touristen

heute ermöglicht. Ein Beispiel dafür zeigen wir auf dieser Seite: Aus einem ziemlich unterbelichteten Polaroid-Bild (dessen Qualität unter der Tatsache litt, daß der Film schon seit sechs Monaten abgelaufen war) wurde eine digitale Vergrößerung in äußerst passabler Qualität gemacht. Dabei konnten die Schwächen der Vorlage weitgehend kompensiert werden. Mit dem Ergebnis kann sicher jeder Amateur zufrieden sein, für den das auf dem alten Polaroidfilm aufgenommene Motiv eine spezielle Bedeutung hat.

Natürlich müssen solche Dienstleistungen den Kunden aktiv angeboten werden. Darum bringt das Verkaufspersonal gerne das Gespräch auf das Thema Bild-vom-Bild. Walter Lohmann: „Dazu sind fast alle Bilder geeignet, die den Kunden gefallen und die sie gerne verschenken möchten“.

Erste Schritte im Internet

Unter zwei Adressen ist das Fotohaus Lohmann auch im Internet zu finden, und zwar unter www.bilderwelt.at und www.bilderklinik.at. Natürlich werden hier noch keine großen Umsätze erzielt, sondern es geht darum, erste Erfahrungen mit diesem Medium zu sammeln. Angeboten werden fotografische Dienstleistungen, z. B. für Kongreßfotografie, das Aufnehmen von Videos oder Bildern der spektakulären Seefelder Alpenlandschaft. In der Bilderklinik gibt es darüber hinaus die Möglichkeit, eigene Bilder per E-Mail zum Fotohaus Lohmann zu schicken, wo beispielsweise Kratzer beseitigt werden und das Ergebnis über das Frontier Minilab auf Fotopapier ausbelichtet wird. Mit einer leichtverständlichen Anleitung wird dem Kunden auf der Webseite dabei genau erklärt, wie die Bilder gescannt, als JPEG abgespeichert und als E-Mail-



Kundenorientierung und der frühzeitige Einstieg in die digitale Welt sind das Erfolgsrezept von Walter Lohmann aus dem Tiroler Urlaubsort Seefeld.

Anhang abgeschickt werden.

Der frühzeitige Einstieg in die digitalen Technologien hat sich für das Fotohaus Lohmann bereits jetzt ausgezahlt. Die heute gewonnenen Erfahrungen sind zudem eine wichtige Voraussetzung, um die Entscheidungen für die Zukunft schnell und richtig zu treffen.

H. J. Blömer



Mit Hilfe der Digitaltechnik können auch von technisch nicht einwandfreien Bildern gute Vergrößerungen hergestellt werden.

Das **Diad**

Die perfekte Bildpräsentation

Kein anderes visuelles Medium erreicht bis heute die Qualität des projizierten Dias.

BRAUN Diaprojektoren der Marken PAXIMAT MULTIMAG und NOVAMAT in Verbindung mit hochwertigen BRAUN Kameras machen die einzigartigen Eigenschaften des Dias für Sie sichtbar.



Wir schaffen Bilderlebnisse!

CARL BRAUN CAMERA-WERK GmbH
Muggenhofer Straße 122
90429 Nürnberg/Germany
Tel.: 09 11/32 06-0 • Fax.: 09 11/32 06-129
Internet: www.braun-phototechnik.de



Schneider Kreuznach

Objektive bleiben Kerngeschäft

Nach erheblichen Schwierigkeiten in der jüngsten Vergangenheit, in der ein harter Sparkurs gefahren wurde, hat sich das traditionsreiche Unternehmen Schneider Kreuznach wieder neu „sortiert“ und neue Ziele definiert, ohne dabei Bewährtes aus den Augen zu verlieren. Der Erfolg gibt den Verantwortlichen Recht. So werden in nahezu allen Bereichen nicht nur wieder schwarze Zahlen geschrieben, sondern der Umsatz konnte gegenüber den Vorjahren teilweise deutlich gesteigert werden, sowohl im Binnenmarkt als auch im Export.

Im Stammhaus in Bad Kreuznach sind derzeit rund 360 Mitarbeiter beschäftigt, die in 1999 einen Umsatz von 60 Millionen DM erzielten. Kerngeschäft sind nach wie vor Objektive, die einen Anteil von circa 60 Prozent am Umsatz ausmachen. 20 Prozent Zuwachs konnte der Marktführer bei den Objektiven für TV- und Kino verzeichnen, und zwar sowohl im Aufnahme- als auch im



Geschäftsführer Peter Weber (links) und Werbeleiter Peter Lebeda sind mit der erfolgreichen Geschäftsentwicklung zufrieden.

Wiedergabebereich. Einer der Gründe für die positive Entwicklung in diesem Geschäftszweig sind die neuen Filmpaläste mit mehreren Kinosälen und neuen Projektionstechnologien, die beispielsweise LED-Projektionsobjektive erfordern. Im Movie-Bereich erwartet Geschäftsführer Peter Weber auch für die Zukunft steigende Umsatzzahlen. Aus diesem Grund engagiert sich

Schneider auch verstärkt in diesem Sektor und hat seit geraumer Zeit in den USA auf Long Island eine eigene Projektionsstätte für Movie-Filter installiert. Außerdem haben die Kreuznacher kürzlich die Century Precision Optics in Hollywood übernommen. Das neue Mitglied der Schneider Familie ist mit 40 Mitarbeitern einer der Marktführer im Objektivbau für Film- und TV-Objektive.



Links: In der Endkontrolle wird jedes einzelne Objektiv geprüft und gegebenenfalls korrigiert. Rechts: Strenge Qualitätsprüfungen, wie hier bei einer Zwischenkontrolle in der Linsenschleiferei, begleiten den gesamten Produktionsablauf.

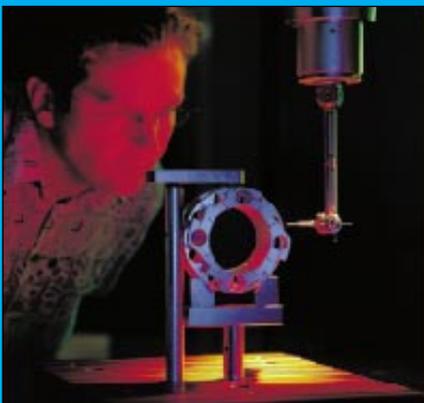


Peter Weber: „Wir sind zuversichtlich, daß wir mit dem Design unserer neuen Lupen den Geschmack unserer anspruchsvollen professionellen Kundschaft getroffen haben.“

Investitionen in die Zukunft

Das Engagement geht aber nicht nur in Richtung Movie, auch der Stehbildbereich wird nicht vernachlässigt. Zur photokina stellt Schneider drei neue, bzw. modifizierte Fachobjektive vor (siehe auch *imaging+foto-contact* 8/2000, Seite 49), die erheblich leichter, kompakter und preiswerter sind als die bisherigen Modelle. Zwei dieser Objektive sind mit asphärischen Elementen ausgestattet. Schneider hat seine Produktion, die derzeit über 1.000 unterschiedliche Linsentypen umfaßt, mit einer eigenen Fertigung für asphärische Linsen erweitert. Durch asphärische Linsen lassen sich spezielle Großbildobjektive kompakter, leichter und preiswerter produzieren. In diese Richtung wird sich der Trend auch bei Neuentwicklungen fortsetzen.

Ein hohes Investitionsvolumen erforderte auch ein neues, hypermodernes Bedampfungszentrum für die unterschiedlichsten Vergütungen für Objek-



Links: Auf einem Meßtisch wird die Maßhaltigkeit der Metallelemente geprüft. Rechts: Die neue moderne Bedampfungsanlage gehört zu den fortschrittlichsten auf dem Markt.



Die neuen Lupen, die auf der photokina vorgestellt werden, bestechen durch außergewöhnliches Design und herausragende optische Leistung.

tive und Filter. Investitionen erfolgten aber nicht nur in der Produktion, sondern auch im Vertrieb; eine neugegründete Vertriebstochter in Großbritannien soll die Exportzahlen auf der Insel verbessern. Überhaupt spielt der Export eine entscheidende Rolle am Umsatz des Kreuznacher Unternehmens. So gehen beispielsweise 60 Prozent der Filter ins Ausland. Zu den stärksten Exportländern gehören Japan und die USA.

Top-Ergebnis für B+W

1999 war ein Spitzenjahr für die Filtertochter B+W mit dem besten Ergebnis in der Firmengeschichte. Hauptvertriebsform ist und bleibt der Fotohandel. 65 Prozent der Filterproduktion entfallen auf fotografische Filter. Im Lager sind ständig rund 13.000 Filterpositionen, unterteilt nach Fassung, Art, Größe und Vergütung, vorrätig. Davon zählen etwa 5.000 Filter zum Standardprogramm. Auch bei den Filtern werden in puncto Qualität keine

Kompromisse gemacht. Alle Filter sind aus optischem Glas und mit Messingfassung gefertigt.

Neues auf der photokina

Neben den bereits erwähnten Großbildobjektiven stellt Schneider auch eine neue Lupengeneration vor, die hochwertige Optik und edles Design vereint. Vier Typen mit verschiedenen Vergrößerungsfaktoren werden gezeigt:

- 3x für das volle 6x7 Format,
- 4x und 6x aspheric für das volle Kleinbildformat sowie
- 10x für feinste Details.

Alle Lupen bieten die bekannten erstklassigen optischen Vorzüge und Qualitäten wie hohe Auflösung, brillanten Kontrast und eine farbtreue Wiedergabe über das gesamte Betrachtungsfeld. Außerdem ermöglicht die ausgewogene Korrektur-Rechnung einen größeren Betrachtungsabstand (zum Beispiel für Brillenträger) ohne Beeinträchtigung der Bildqualität. Ferner werden auf der photokina neue Filter für Digitalkameras gezeigt, die die Bild- und Farbqualität bereits bei der Aufnahme verbessern.

Optimistisch in die Zukunft

Mit einem breiten Produktangebot und neuen Bereichen wie Software- und Objektivlösungen für die Fertigungskontrolle und Überwachung reagiert man in der Schneider-Familie auf die sich ändernden Bedürfnisse des Marktes. Bekannte nationale und internationale Kunden vertrauen schon heute auf das Know-how des traditionsreichen Unternehmens. *Jürgen Günther*



Markenschwindel

Dritten ist es nach dem Markengesetz untersagt, eine fremde Marke ohne Zustimmung zu verwenden. Das ausschließliche Nutzungsrecht daran steht nämlich im Regelfall allein ihrem Inhaber zu. Und der stellt sich naturgemäß mit Lizenzen recht sparsam an, will er doch etwas an der Freigabe verdienen. Nach einem – noch nicht rechtskräftigen – Urteil des OLG München kann Markenrecht auch verletzt werden, wenn die Marke bloß als Metatag, d.h. als Suchwort, im nicht sichtbaren Teil einer Website benutzt wird (6.4.2000 - 6 U 4123/99).

Doppelpack

Da streiten sich zwei um die Verwendung eines Domain-Namens für ihren Internetauftritt. Beide beanspruchen die Bezeichnung „Alcon“ für sich. Der eine ist ein Unternehmen, das schwerpunktmäßig Arzneimittel und Medizinprodukte vertreibt, die andere eine Beteiligungsgesellschaft. Beide führen das Wort „Alcon“ in ihrem Firmennamen, wobei die Beteiligungsgesellschaft mit „alcon.de“ schneller im Netz war. Kein Unterlassungsanspruch der Pharma-Firma, meint das OLG Frankfurt/Main (Urteil vom 4.5.2000 – 6 U 81/99). Begründung: Wegen der Branchenferne bestehe keine kennzeichenrechtliche Verwechslungsgefahr.

Soundcheck

Das Internet wird immer noch von einer Art Pioniergeist beseelt. Aber ist das ein Grund, den Cyberspace rechtsfrei zu lassen? Natürlich nicht. Was immer auf dem Server landet, der Host-Provider kann für Urheberrechtsverletzungen in einem von ihm angebotenen Musik-Soundforum auch selbst haften (LG München I – Urteil vom 30.2.2000 – 7 O 3625/98 – MIDI-Files). Und hält er erst mal einen rechtswidrigen Inhalt bereit, haftet er auch für weitere, ihm unbekanntete Rechtsverletzungen.

Bildwechsel

Die Nutzung von Fotos in Printmedien gegen Entgelt ist ja okay. Wo bleibt aber das Urheberrecht, wenn der Nutzer die Bilder ins Internet stellt? Dann handelt es sich um eine neue Nutzungsart i.S. § 31 UrhG. Diese neue Nutzungsart löst nur dann keine zusätzlichen Vergütungsansprüche aus, wenn die virtu-

Im Focus: Wenn das Internet Probleme macht ...

Nepp-Site: Schon lange Zeit herrscht Goldgräberstimmung im Internet: ein rechtsfreier Raum jenseits aller staatlichen Kontrolle. Die ideale Spielwiese für junge, kreative Unternehmen; leider aber auch Weidegrund für schwarze Schafe. Da ist die schnelle Abzocke per Website an der Tagesordnung und der eCommerce-Customer fragt sich, wo seine Rechte bleiben.

EG-Vorgabe: Der Große Bruder in Brüssel hatte bereits am 20. Mai 1997 die Richtlinie 97/7/EG über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz ins Leben gerufen. Der nationale Gesetzgeber hat diese Richtlinie nach langem Hin und Her am 27.6.2000 in das sogenannte „Fernabsatzgesetz“ gegossen. Ein Gesetz, das nicht nur den Konsum per Mouse-Klick regelt, sondern vom Grundsatz her alle Fernabsatzverträge betrifft.

Ross & Reiter: Nun ist erstmals geregelt, daß für den Verbraucher beim Einsatz von Fernkommunikationsmitteln zur Anbahnung oder zum Abschluß von Fernabsatzverträgen der geschäftliche Zweck und die Unternehmensbezeichnung eindeutig erkennbar sein müssen. Er muß u.a. über die Identität und die Anschrift des Unternehmers informiert werden, über die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung sowie darüber, wann der Vertrag zustande kommt. Und ganz wichtig: eine Belehrung über das Widerrufs- und Rückgaberecht.

Widerruf: Ein neu ins Bürgerliche Gesetzbuch eingeführter § 361a sieht für Verbraucher-Verträge die Möglichkeit vor, ein Widerrufsrecht zu vereinbaren. Dieses Widerrufsrecht steht Fernabsatzkunden von Gesetz wegen zu. Die zweiwöchige Widerrufsfrist beginnt nicht vor Erfüllung der Informationspflichten, bei einer Warenlieferung nicht vor dem Tag ihres Eingangs beim Empfänger, bei der wiederkehrenden Lieferung gleichartiger Waren nicht vor dem Eingang der ersten Teillieferung. Die Widerrufsbelehrung bedarf keiner Unterschrift. Sie kann dem Verbraucher auch auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung gestellt werden.

Rückgabe: Statt des Widerrufsrechts kann bei Warenlieferungsverträgen auch ein Rückgaberecht eingeräumt werden. Dafür gibt es einen ebenfalls neu ins Bürgerliche Gesetzbuch eingeführten § 361b. Nach ihm kann ein Widerrufsrecht durch ein uneingeschränktes Rückgaberecht ersetzt werden. Das wiederum setzt voraus, daß der Fernabsatzkunde über dieses Rückgaberecht belehrt wird, er diese Belehrung eingehend zur Kenntnis nehmen kann und ihm das Rücktrittsrecht auf einem dauerhaften Datenträger eingeräumt wird. Das Rückgaberecht ist nur durch Rücksendung der Sache, deren Kosten und Gefahr der Unternehmer zu tragen hat, oder, wenn kein Paketversand möglich ist, durch Rücknahmeverlangen auszuüben.

Peanuts: Das Rücknahmeverlangen muß schriftlich oder auf einem dauerhaften Datenträger erfolgen. Eine Begründung ist nicht erforderlich. Das Gleiche gilt übrigens auch für den Widerruf. Wie dort trägt der Unternehmer Kosten und Gefahr der Rücknahme. Aber: Vertraglich kann für Widerruf und Rücknahme vereinbart werden, daß der Verbraucher bei einer Bestellung bis zu 40 Euro die regelmäßigen Kosten der Rücksendung selbst trägt, es sei denn, daß die gelieferte Ware nicht der bestellten entspricht. Der Kunde muß für die Überlassung des Gebrauchs oder die Benutzung einer Sache sowie für sonstige Leistungen bis zu dem Zeitpunkt des Widerrufs deren Wert vergüten. Durch bestimmungsgemäßen Gebrauch eingetretene Wertminderungen bleiben außer Betracht. Nachschub für den Secondhand-Markt...

elle Verwertung in einem Rahmenvertrag ausdrücklich eingeschlossen ist. Ist das nicht der Fall, hat der Urheber Anspruch auf ein nachgebessertes Honorar (LG Berlin – Urteil vom 14.10.1999 – 16 O 26/99).

Marlene D.

Diese Beine..., jeder kennt die berühmte Szene aus dem Film „Der blaue Engel“. Leider ist die größte Diva der Republik schon seit einigen Jahren tot und hätte auch in den letzten Lebensjahren wohl kaum noch so posiert. Also nimmt man eine andere, stellt die Szene nach, schießt ein Bild davon und verletzt damit posthum das Recht der Marlene D. am eigenen Bild. Die „Engel-Szene“ ist nämlich untrennbar mit ihr verbunden und darf „nur mit Einwilligung der berühmten Person und nach deren Tod in den folgenden zehn Jahren nur mit

Einwilligung der Angehörigen zu Werbezwecken verwendet werden (BGH – Urteil vom 1.12.1999 – I ZR 226/97).“

Plätzchen

Eigentlich will man ja bloß zur Website des Anbieters. Und das sofort und ohne Umwege. Nun gehört es zwar zum guten Ton, seinen Gästen etwas anzubieten. Beim eCommerce schafft das allerdings oft Ärger. „Ich will diese Sch...-Cookies nicht!“, denkt mancher User und schüttelt sich. „Recht hoast!“ Das AG Ulm hat dem Shop-Betreiber eines Internet-Kaufhauses sogar ein fristloses Kündigungsrecht des Präsentationsvertrages zuerkannt, weil der Provider eine Verbindung zu diesem Shop nur zuließ, wenn der Kunde zuvor seine Cookies nahm (Urteil vom 29.10.1999 – 2 C 1038/99).

Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff



Inhalt:

Editorial
Seite 2

News
Seiten 3, 6

Die Schattenmacher
Seite 4

Literatur:
Greg Gorman – Perspectives
Seite 5

Impressum
Seite 6

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

jetzt ist es wieder soweit: Die Weltmesse des Bildes öffnet nach zweijähriger Pause wieder ihre Pforten. Aber hat die photokina noch immer die Bedeutung für die Fotografie? Ich meine ja! Auch wenn sie keine direkte Neuheiten-Messe mehr ist, wie noch vor einigen Jahren. Kein Hersteller kann es sich leisten, seine Neuheiten bis zur Messe aufzubewahren. Dafür ist das Geschäft zu schnellebig und zu hart geworden. Auch tragen Multimedia und Internet dazu bei, daß Neuheiten schneller verbreitet werden als noch vor wenigen Jahren.

Aber, und das ist fast wichtiger, wir treffen in Köln viele Freunde, Kollegen und Bekannte, können fachsimpeln und Erfahrungen austauschen – und das seit nunmehr 50 Jahren. Allein dafür sollten wir der Messe dankbar sein.

Ich weiß noch genau, wie ich als Lehrling Ende der 60er mit Schlafsack bewaffnet in der Nähe der Tageskasse kampierte und auf das Öffnen der Messe wartete. Wo sind die jungen Leute heute? Gehen sie lieber auf die CeBIT? Haben sie vergessen, daß ein gutes Bild – ganz gleich ob analog oder digital – immer noch ohne bzw. vor dem Computer entsteht? Ich hoffe, nicht.

Diese Messe wird der digitalen Fotografie sicher einen weiteren Schub geben; wahrscheinlich heftiger als



bisher. Das gilt auch für die Ausgabemedien wie Large Format Printing etc. Und wir werden erleben, daß sowohl die digitale Bilderfassung als auch die -ausgabe erschwinglicher werden. Dadurch verlieren die Gegner der digitalen Fotografie eines ihrer letzten Argumente, daß digital ja viel zu teuer sei.

Also, auf nach Köln. In Halle 9 trifft sich unter dem Dach „Meet the Professionals“ alles, was in unserer Szene Rang und Namen hat. Hier befindet sich auch der Stand des APPI, und ich hoffe natürlich, daß viele unserer Freunde den Weg zu unserem Stand finden. Der APPI lädt jedenfalls alle zu Gesprächen, Fachsimpelien und Spaß ein.

Abschließend noch ein paar Worte zu einem ganz anderen Thema, das mich

sehr bewegt: In den letzten Wochen habe ich mit Interesse die Berichte über zahlreiche Lossprechungsfeiern verfolgt. Von hier aus allen jungen Kolleginnen und Kollegen einen herzlichen Glückwunsch, viel Erfolg im Beruf und fotografische Werke, die nicht nur viel Geld, sondern vor allem viel Anerkennung bringen.

Was mich aber in der Berichterstattung absolut stört, sind die fast euphorischen Meldungen, daß (wie immer) wieder „nur“ 25 Prozent der Azubis durchgefallen sind. Ja finden die Verantwortlichen der jeweiligen Innung dieses Ergebnis nicht auch erschreckend? Sollte man nicht mal über die Gründe nachdenken, warum 25 Prozent durchgefallen? Gibt es vielleicht zu viele Betriebe, die zwar laut Gesetzgeber ausbilden dürfen, aber von dem, was einen Lehrbetrieb ausmacht, weit entfernt sind? Vielleicht regt diese Anmerkung zum Nachdenken bzw. für den einen oder anderen Leserbrief an. Ich würde mich freuen.

Also, auf eine interessante photokina mit vielen Kontakten und Gesprächen

Ihr/Euer

Rolf Hartenfels

Vielseitig einsetzbar: eyelike MF

Seit Juni dieses Jahres ist die neue Variante der eyelike MF verfügbar, die sich sowohl für One Shot als auch für Four Shot Motive eignet und eine Scanfunktion für Bilder in höchster Auflösung (6144 x 4096 Pixel) bietet. Das Rückteil liefert Bilddaten bis zu 144 MB. Neu ist unter anderem die One Shot Plus Funktion, die bereits während der Aufnahme die Entstehung von Farbmoirés unterdrückt.

Auf der photokina (Halle 10.2, G 80) stellt Jenoptik zum Mittelformatrückteil eyelike MF ein Mobil-Kit vor. Damit kann die eyelike MF on location eingesetzt werden. Außerdem wird eine Anschluß-Box zum Apple PowerBook

gezeigt, die über die FireWire Schnittstelle die Bilddaten überträgt und gleichzeitig das Rückteil mit Strom versorgt.

Volles Programm bei Schneider

Während der photokina bietet Schneider Kreuznach auf seinem Messestand in Halle 10.2 ein attraktives Rahmenprogramm. Unter dem Motto „Entdecke die Möglichkeiten“ finden täglich um 11 Uhr und 15 Uhr Vorführungen statt, in denen Achim Rösch, Studioleiter bei Maul-Belser, die kreativen Möglichkeiten digitaler Sachfotografie zeigt.

Zudem besteht während der täglich wechselnden Portfolio-Shows die Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch mit

bekanntem Profi-Fotografen, wie beispielsweise Martin Blume, Christos Manousakis, Stefan Diller, Roger Wagner, Udo Kowalski, Berthold Steinhilber, Werner Krumpf und Károly Pump.

Workflow auf der photokina

Lösungen für den Workflow im modernen Medienlabor werden auf der photokina live demonstriert – vom digitalen Fotostudio, über verschiedene Scanlösungen und Bildretusche bis hin zur Laserbelichtung. Für den Bereich Large Format wird der Falcon Graphics RJ 61000, ein 62 inch Piezo Ink-Jet-Printer, vorgestellt. Dies und eine weitere interessante Produktpalette werden auf dem Techlabstand in Halle 10.1, A 31 gezeigt.

Luftaufnahmen leicht gemacht

Aussagekräftige Städteporträts und Industrieaufnahmen sind mit den Mini-Luftschiffen der Revo Micro Aviation GmbH problemlos zu realisieren. Das Unternehmen ist in der Filmszene als Hersteller von Luftbildsystemen bekannt, die ohne Hilfe von Hubschraubern oder Flugzeugen beeindruckende Luftaufnahmen liefern.

Herzstück des AirCam-Systems ist ein heliumgefüllter Ballon in Form eines Luftschiffs, der eine spezielle Kameraplattform trägt. Per Fernsteuerung kann die Kamera um 360° vertikal und 200° horizontal geschwenkt werden. Der Blickwinkel der Kamera läßt sich auf einem Monitor über eine kabellose Videoüberwachung kontrollieren.

Das Luftschiff kann entweder vor Ort mit Helium befüllt werden oder in einem speziellen Hänger aufgebaut transportiert werden. Das ungiftige und unbrennbare Tragegas wird ebenfalls von Revo geliefert.

Die Revo AirCam fliegt lautlos und verursacht keine Abgase. Das Luftschiff ist an einem Seil gesichert und kann problemlos von einer Person gehalten



werden. Für Kameras bis 1 kg eignet sich die AirCam 50, die flugfertig knapp 15.000 Mark kostet. In diesem Preis ist ein 5,5 Meter langes Luftschiff mit Kamerasteuerung und Videosystem sowie ein 150 Meter langes Halteseil enthalten. Für schwerere Mittelformatkameras empfiehlt sich die AirCam 60. Infos unter www.revo.de.

photokina 2000: Treffpunkt der Profis

Der internationale Treffpunkt der Bilderprofis und Kreativen ist das Kommunikationszentrum „Meet the Professionals“, das sich im Picture Park in Halle 9.1 befindet. Hier präsentieren sich neben dem Central-Verband Deutscher Berufsphotographen (CV) und dem Arbeitskreis Portrait Photographie International (APPI) weitere Interessensverbände, Fachverlage und Agenturen. An den Infoständen und mit einem breiten Workshop-Programm können sich die Besucher über alle Aspekte der Gestaltung, Kommunikation und Vermarktung von Bildern informieren.

FotoWerkstatt in Halle 10.2

Die FotoWerkstatt, das privatwirtschaftliche Weiterbildungszentrum für Fotografie, informiert an ihrem Stand über das aktuelle Weiterbildungsangebot im analogen und digitalen Bereich sowie über die bundesweit stattfindenden Kodak Portrait Seminare. Darüber hinaus präsentieren sich die Referenten der Seminare mit ihren eigenen Portfoliomappen.





JETZT
 Sie sparen ca.
 1.800,- DM
 ZUGREIFEN

Rolleiflex 6008 integral Makro-Kit
 Das attraktive Kit für alle engagierten
 Mittelformat-Fotografen im Alu-Koffer.

bestehend aus:

Rolleiflex 6008 integral kpl. mit

- Fallichtschacht • Einstellscheibe High-D-Screen
- Wechselmagazin 6x6/120 • Autoladekabel • NiCd-Akku
- Schnellladegerät • Tragenriemen • Makrohandbuch

Carl Zeiss Makro-Planar 4/120 mm HFT PQS
 mit Gegenlichtblende Baj.-Große VI

UEVP 9.998,- DM inkl. MwSt.
 in limitierter Auflage




Rollei Fototechnic GmbH
 Salzdahlumer Straße 196
 38126 Braunschweig
 Hotline (05 31) 6 80 02 77

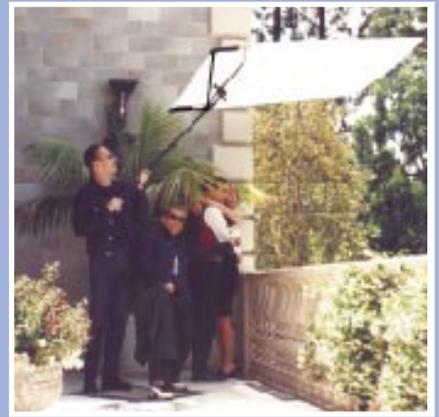


Die Welt aus der Nähe betrachtet

Foto: Fritz Raucherbach

Weiches Licht zu jeder Tageszeit

Die Schattenmacher



Es gibt Lichtsituationen bei Außenaufnahmen, die können selbst gestandene Profis zur Verzweiflung bringen. Mal scheint die Sonne, mal scheint sie nicht, mal ist es zu wolzig, mal zu grell – selten so, wie man es gerne hätte. Mit den „Lichtformern“ von California Sunbounce läßt sich manche Lichtsituation positiv beeinflussen.

Aufheller in unterschiedlichen Ausführungen und Beschichtungen gibt es zuhauf und sind von verschiedenen Anbietern erhältlich. Diese künstlichen Sonnen gehören inzwischen zur Stan-

dardausrüstung eines jeden Fotografen und werden bei vielen On location-Produktionen eingesetzt.

Jetzt wurde das Angebot an Aufhellern und Diffusoren um den Sunwatter erweitert, der für weiches Licht sorgt. Bei der „Sonnenklatsche“ handelt es sich um einen Diffusor, der auf einen u-förmigen Rahmen gespannt wird und sich mittels einer speziellen Halterung von einer Person bequem handeln läßt. Durch die offene Rahmenkonstruktion ohne Querstreben ist für eine gleichmäßige Lichtverteilung gesorgt. Der Rahmen ist 130 x 190 cm groß und wiegt 1,2 kg. Die Halterung, der sogenannte „Boomstick“, läßt sich auf eine Länge von 3,5 Metern ausziehen. Der

Winkel zwischen Haltestange und Spannrahmen läßt sich zwischen 0° bis 90° variieren. Selbstverständlich läßt sich der Diffusor auch mit einem Stativ einsetzen.

Dank des neuen „Schattenmachers“ lassen sich nun auch die Mittagsstunden mit ihrem harten Licht besser nutzen. Der Sunwatter ist eine ideale Ergänzung zu den übrigen Reflektoren und Diffusoren von California Sunbounce, die ein komplettes System mit reichlich Zubehör bilden.

Die hier gezeigten Aufnahmen geben einen kleinen Überblick über die vielseitigen Einsatzmöglichkeiten der professionellen Lichtformer.

Fotos: California Sunbounce



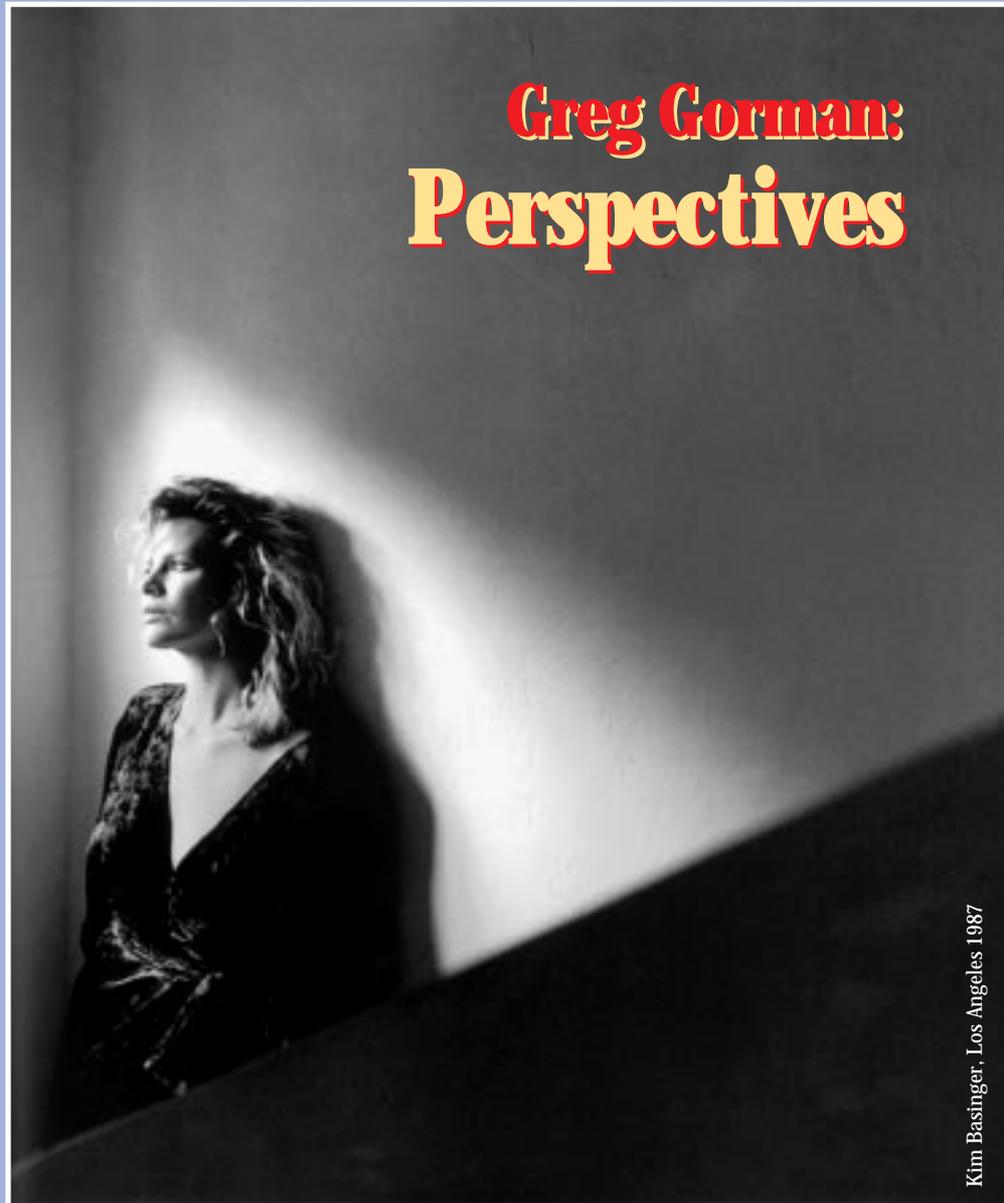
Der bekannte Portraitfotograf Greg Gorman, 1949 in Kansas geboren, zeigt in seinem Buch „Perspectives“ einen Querschnitt seiner Fotografien aus 30 Jahren.

Das aufwendig gedruckte Buch zeigt Arbeiten von den Zufallsergebnissen der späten 60er Jahre bis zu den heutigen, sorgfältig geplanten Abzügen, wobei der Schwerpunkt auf seinen Arbeiten aus den 80er und 90er Jahren liegt.

Die Schwarzweiß-Aufnahmen zeugen von großer handwerklicher Meisterschaft und verbinden Professionalität mit entspannter Atmosphäre und zeichnen sich durch seine Liebe für starke Kontraste – Licht und Schatten – und eine minimale Ausstattung aus. Sein Werk steht in der langen Tradition der Entwicklungsgeschichte der klassischen Mode- und Portraitfotografie des 20. Jahrhunderts.

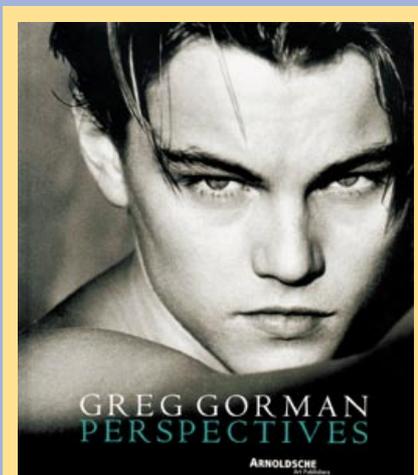
Der in Los Angeles arbeitende Fotograf portraitierte 158 Hollywood-Schauspieler, Künstler und Musiker, fertigte aber auch bestechende Aktaufnahmen männlicher und weiblicher Models – all dies macht das Buch zu einem absoluten Muß für alle Fotoliebhaber.

Mit seinem unverkennbaren Stil schafft er es, das jeweils Typische seiner Modelle zu zeigen. Dennoch haben diese Portraits etwas Zeitloses, sie zeigen die menschliche Natur in ihrer unendlichen Tiefe und geben Zeugnis des individuellen Charakters. Auch die Aktfotos sind von einer klassischen Ästhetik und verbinden Einfühlbarkeit mit Verführung. *Jutta Ramlow*



Kim Basinger, Los Angeles 1987

Alle Aufnahmen entstammen dem Bildband „Perspectives“ und wurden uns freundlicherweise von der Arnoldschen Verlagsanstalt, Stuttgart, zur Verfügung gestellt.



Greg Gorman, Perspectives, 216 Seiten, 23,5 x 28,5 cm, 210 Fotos in Duplex, Hardcover, Text in Deutsch und Englisch, Arnoldsche Verlagsanstalt GmbH, Stuttgart 2000, ISBN 3-89790-012-2, DM 78,-.



Kirk Douglas, Los Angeles 1989



Traci Lords, Los Angeles 1995



Foto: Uschi Hölderle

Streetfotografie mit Edith Stöhr

Auf Einladung von Uschi Hölderle trafen sich Fotografen aus Süddeutschland zu einem Gedankenaustausch bei Tina Deloch und Edith Stöhr. Im Studio von Tina Deloch wurde ein Workshop zu Thema Gruppenfotografie auf kleinstem Raum veranstaltet. Am zweiten Tag konnten die Teilnehmer ihrer Kollegin Edith Stöhr bei aktiver Streetfotografie über die Schulter schauen.

Leserbriefe

Betr.: Prämiertes Hochzeitsfoto, Leserbrief von Foto Richter, Bernau, im profi-contact 8/2000.

Endlich hat ein Kollege die Entscheidung der „heiligen Kühe“, hier die Jury, in Frage gestellt. Auch wir machen seit 30 Jahren Hochzeitsreportagen. Unsere Auftraggeber, meist die Brautpaare, haben eigene Vorstellungen. Die Braut soll vorteilhaft abgebildet werden, eine Erinnerung von bleibendem Wert. Mit einer Sprühdose in der Hand macht man keine modernen Hochzeitsfotos. Die Jury hat sicherlich keine Praxis bzw. Kundenerfahrung. Dem Nachwuchs in unserem Beruf erweist sie damit keinen Dienst.

Mit freundlichen Grüßen
Egon Wachendörfer
Foto Wachendörfer, Frankfurt/Main

Ich habe mich stets gewundert, mit welchen Überlegungen und Maßstäben eine Jury Bilder beurteilt.

Hier kann ich nur unterstreichen, was Foto Richter in seinem Leserbrief ausführte.

Als erfahrene Porträtfotografin weiß ich, daß keiner meiner Kunden mit einem solchen Hochzeitsfoto einverstanden wäre.

Mit freundlichen Grüßen
Edith Bartels
Foto Bartels, Wiesbaden

Jenoptik lädt zum Wettbewerb

Unter dem Motto „Freiraum“ veranstaltet Jenoptik einen Digital-Fotowettbewerb, an dem sich alle eyelike Fotografen beteiligen können. Die Fotografen und ihre Bilder werden im Mittelpunkt einer Anzeigenkampagne stehen. Den drei ersten Plätzen winken attraktive Preise. Teilnahmebedingungen unter Tel.: 08165/77247 oder am photokina-Stand G 80 in Halle 10.2.

Bildersuche im Internet

Der Bundesverband der Pressebild-Agenturen (BVPA) stellt auf der photokina (Halle 9.1, B 50) eine neue, professionelle Suchplattform vor. Unter www.photosearch.de findet der Bild-

nutzer schnell und unkompliziert Fotos aus den Datenbanken der über 80 Mitgliedsagenturen, die einen Bildbestand von rund 100 Millionen Bildern vertreten. Die Metasuche ermöglicht eine blitzschnelle, zeitgleiche Suche in den Online-Archiven der unterschiedlichsten Bildanbieter, ohne daß der Kunde die Agenturen einzeln im Internet aufsuchen muß.

Berufsgenossenschaft senkt die Beiträge

Die Berufsgenossenschaft Druck und Papierverarbeitung hat den Beitragsatz für Fotografen um 0,6 Prozent gesenkt. Somit beträgt die Mindestversicherungssumme DM 329,38 (West-) bzw. DM 274,48 (Ostdeutschland).

Impressum:
profi-contact

Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände

appi: Hohenfeldstraße 26, 49809 Lingen, Telefon 0591/9131-200, Telefax 0591/9131-202

CV: Frankenwerft 35, 50667 Köln, Telefon 0221/2070-466, Telefax 0221/2070-445
Internet: <http://www.cvphoto.de>

aph: Holstenwall 12, 20355 Hamburg, Telefon 040/3574460, Telefax: 040/353983
Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen

Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90

Bankverbindung: Postbank Essen 164 565-438, BLZ 360 100 43

Verlagsleitung: H. J. Blömer, Eleonore Blömer.

Redaktion: Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich), Jürgen Günther, Theo Six, Dipl. Journ. Herbert Päge, Jutta Ramlow, Dipl. rer. pol. Karla Schulze.

Ständige redaktionelle Mitarbeit: Bundesinnungsmeister Tom Pochert, DGPh; Rolf Hartenfels.

Grafik und Herstellung: Detlef Gruss; **Anzeigen:** Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich); Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 27. **Vertrieb:** Karin Engemann. profi-contact erscheint im imaging+fotocontact, der größten Fachzeitschrift der Fotobranche, zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH.

Mamiya feiert das 60jährige Firmenbestehen

Zur Jubiläums-photokina kann auch der japanische Kamerahersteller Mamiya mit einem Jubiläum aufwarten: Seit 60 Jahren genießen Mamiya Produkte bei Mittelformatfotografen einen ausgezeichneten Ruf.

1940 kam mit der Mamiya 6 Meßsucher-Klappkamera das erste Produkt des Unternehmens auf den Markt. Heute sind die Mamiya 645 AF und die Einsteigerkamera 645 E die aktuellen Kameramodelle. Dazwischen demonstrierten Kameras wie die zweiäugigen SLR-Kameras mit Wechselobjektiven, die Mamiya C Modelle und die Mamiya 6x9 cm Press Systemkameras das zukunftsorientierte Denken

sten Generation produziert. Weitere Meilensteine in der Unternehmensgeschichte stellten die Modelle RZ 67 Professional (1982), Mamiya 6 (1989) und die Mamiya 7 (1995) dar. Auch die Objektivpalette erfüllte die Wünsche der Anwender. Als neueste Produkte beweisen die neuen AF-Objektive mit blei- und arsenfreien ULD Gläsern das umweltbewußte Denken im Hause Mamiya.

Anlässlich des Jubiläums hat Mamiya ein Plakat mit der gesamten Kamerafamilie seit 1940 produziert. Es kann gegen Vorkasse von zehn DM angefordert werden bei Mamiya Deutschland, Postfach 121108, 80035 München.



Zum 60jährigen Bestehen des Unternehmens hat Mamiya ein Plakat drucken lassen, das die gesamte Produktfamilie seit 1940 zeigt.

des Herstellers. Als weiteres Highlight gilt die Mamiya RB 67, 1970 die erste SLR-Kamera der Welt für das 6 x 7 cm Format. Mit Drehrahmen für Hoch- und Querformat sowie Balgenfokussierung wurde sie weltweit für viele Porträtstudios zum alltäglichen Handwerkszeug.

Ein weiterer Bestseller kam 1975 mit dem Modell Mamiya 645 für das „kleine“ Mittelformat 6 x 4,5 cm. Sie beeindruckte durch ihre kompakte und handliche Bauweise und wird inzwischen in der sech-

Werden Sie noch heute LEXAR Händler!



DER SCHNELLE DIGITAL-FILM

Smart Media, CompactFlash (CF), PC-Karten, Multi-Kartenleser, Adapter, Zubehör

- 100% kompatibel
- 5 Jahre Qualitätsgarantie
- weltweite Referenzen

Exklusiv bei Lexar Media CompactFlash

- kürzeste Speicherzeiten*
1x = 150 KB/Sek; 4x = 600 KB/Sek;
8x = 1,2 MB/Sek; 30x = 1,5 MB/Sek
- lange Akkubetriebszeit

- Preisgünstiger CF-Leser "JumpShot" durch USB-fähige Karten
- CF-Kartenleser**
- attraktive SB-Aufmachung
- bundesweite Kampagne



*abhängig auch vom tech. Stand der Kamera
** ab Win98/MacOS 8.5 mit USB-Schnittstelle - geeignet für alle USB-fähigen CompactFlash-Karten

GROßE EINFÜHRUNGS-AKTION IM FOTOHANDEL

Preise und Konditionen von Ihrem exklusiven LEXAR Distributor: **JOBBO Labortechnik**
51627 Gummersbach • Postfach 210155 • Tel. 02261 545-70 • Fax 02261 545-42
h.c.kaiser@jobbo.com • www.lexarmedia.com • photokina Halle 2/2 D009 + 8 B/C6



Besuchen Sie uns auf der photokina vom 20.-25. Sept., Halle 2.2 D009 + 8.1 B/C6



LEXAR
Media™

JOBBO FOR YOUR BEST IMAGE

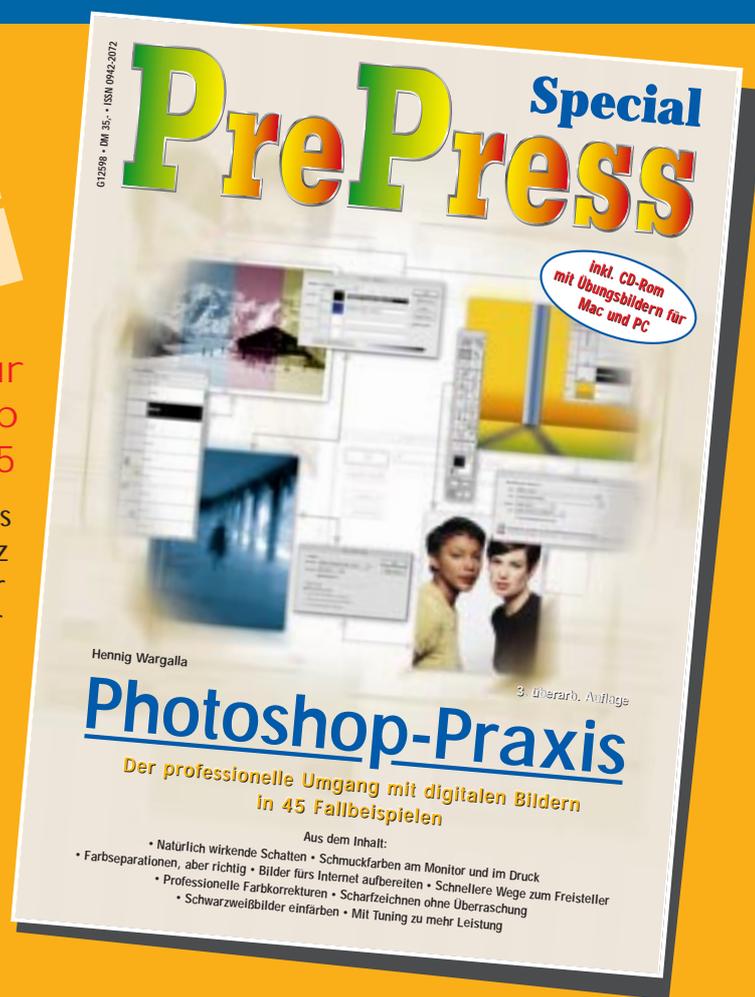
NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT

Inkl. CD-ROM
mit Übungsbildern
für Mac + PC

Für
Photoshop
4.0, 5.0 + 5.5

Bücher zum Thema Photoshop gibt es viele, aber das neue PrePress-Special „Photoshop-Praxis“ ist ganz anders: Auf jeweils einer Doppelseite wird der Lösungsweg für ein praktisches Problem aus der grafischen Produktion dargestellt, und zwar in Form einer Schritt-für-Schritt-Anleitung, die mit einer Vielzahl von Bildern illustriert ist. Statt von vorn bis hinten zu lesen, findet man schon allein durch flüchtiges Blättern die Themen, die einem weiterhelfen, und kann das Beschriebene unmittelbar nachvollziehen. Einsteigern ist das Werk allerdings nur bedingt zu empfehlen, da Grundkenntnisse im Umgang mit Photoshop sowie dem Macintosh- oder Windows-Betriebssystem vorausgesetzt werden.

Das Special enthält 45 ausgewählte Beiträge der Rubrik „Photoshop-Praxis“, die in PrePress erschienen sind. Das Durchwühlen alter Zeitschriften – soweit man sie überhaupt gesammelt hat – gehört damit endgültig der Vergangenheit an. Ein Inhalts- und ein ausführliches Stichwortverzeichnis helfen zusätzlich dabei, ein bestimmtes Thema wiederzufinden oder eingestreute Hinweise aufzuspüren.



Alles in einem Heft!

Ja, ich/wir bestelle(n) Exemplar(e)
des **PrePress-Specials Photoshop-Praxis**
inkl. CD-ROM zum Preis von DM 35,-

Unterschrift

An: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Vertrieb Neue Medien
Postfach 12 29
40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Name/Firma:

Straße/Nr.:

Plz/Ort:

Telefon/Fax:



„Beispiellose Ignoranz der Politik“

Zu unserem wirtschaftspolitischen Kommentar „Alle Jahre wieder...“ in ifc 9/2000, S. 54, erreichte uns folgender Leserbrief:

Sehr geehrte Damen und Herren,

wenn man sich seit mehr als 20 Jahren mit der volkswirtschaftlichen Entwicklung des Einzelhandels und hier insbesondere den Ladenöffnungszeiten sowohl praktisch als auch theoretisch ernsthaft auseinandergesetzt hat, dann muß es einen schmerzen, mit welcher beispiellosen Ignoranz und Verlogenheit Teile der verantwortlichen Politik, allen voran die FDP, und die Mehrheit der veröffentlichten Meinung mit dem sensiblen Thema Ladenschlußgesetz umgehen und dabei die Mehrheitsmeinung unterdrückt wird.

Es geht eben nicht um mehr Service, wie die Befürworter einer weiteren Deregulierung scheinheilig behaupten, sondern in Wahrheit um handfeste wirtschaftliche Interessen von bestimmten Konzerngesellschaften und Großanbietern des Einzelhandels in zentraler City-Lage der Großstädte und der Grünen Wiese, welche diese über ihre Verbandslobbyisten und über die ideologisch gefärbten Wirtschaftsliberalen in den Parteien ohne Rücksicht auf Verluste durchzusetzen gedenken, und es geht um eine Minderheit von Bürgern, die sich mit fadenscheinigen Argumenten noch bequemer einrichten möchten.

Fakt ist, daß die Auswirkungen der ersten Liberalisierung des Ladenschlußgesetzes, als man am Donnerstagabend einen Dienstleistungsabend einführen wollte und sich nur ein verlängerter Einkaufsabend in zentralen Lagen und auf der Grünen Wiese durchsetzen ließ, nie auch nur ansatzweise analysiert wurden.

Fakt ist auch, daß durch die 2. Liberalisierung im Jahre 1996, welche mit dem falschen Argument „mehr Beschäftigung und mehr Service im deutschen Einzelhandel“ politisch durchgesetzt wurde, nicht 55.000 neue Arbeitsplätze, wie von Ifo prognostiziert, geschaf-

fen, sondern 130.000 Vollarbeitsplätze vernichtet wurden.

Auf einen besseren Service mußte der Verbraucher vergebens warten. Im Gegenteil, die meisten Konzerngesellschaften und Großanbieter haben ihr Verkaufspersonal aus den alten Öffnungszeiten spürbar ausgedünnt, um mit gleichem Personalstand in den verlängerten Öffnungszeiten operieren zu können. Fundierte wissenschaftliche Analysen der Entwicklung im Einzelhandel, insbesondere unter Berücksichtigung der bisherigen Aufweichung des Ladenschlußgesetzes und die Beurteilung der sich aus einer weitergehenden Deregulierung ergebenden Konsequenzen, führen zu der nachweisbaren Erkenntnis:

1. arbeitsschutzfeindlich

Durch die Begünstigung des Einzelhandels in zentralen Citylagen und der Grünen Wiese bei gleicher Kaufkraft werden viele Existenzen und Arbeitsplätze im Einzelhandel – in den nächsten acht bis zehn Jahren zirka 500.000 – aus wirtschaftlichen Gründen verlorengehen. Die Arbeitsbedingungen der 3,1 Millionen Erwerbstätigen im Einzelhandel werden sich dramatisch verschlechtern.

2. wettbewerbsfeindlich

Durch die in der Folge wirtschaftlich begründete Konzentration durch Umsatzverlagerungen vor allem in die zentralen Citylagen und auf die Grüne Wiese entsteht eine Wettbewerbsverzerrung zum Nachteil von arbeits-, ausbildungs- und beratungsintensiven klein- und mittelständischen Unternehmen in Stadtteilzentren, in B- und C-Lagen der Großstädte, in Klein- und Mittelstädten und ländlichen Gegenden. Ein ruinöser Wettbewerb wird unnötigerweise angeheizt.

3. verbraucherfeindlich

Die Konzentration im Einzelhandel bedeutet weniger und nicht mehr Wettbewerb. Schon jetzt werden 90 Prozent des gesamten Lebensmittelumsatzes von zehn Prozent der Lebensmittelunternehmen im Einzelhandel geleistet. Die Vielfalt im Angebot wird auf Dauer Schaden nehmen. Der Handel wird sich vor allem auf Kernsortimente konzentrieren. Oligopolistische Strukturen

mit unkontrollierbaren Preisabsprachen zum Nachteil des Verbrauchers werden mittelfristig wahrscheinlicher. Eine bürgernahe Versorgung kann immer weniger gewährleistet werden. Schon heute sind ca. 5.000 Gemeinden in Deutschland ohne eine entsprechende Nahversorgung.

4. familienfeindlich und unsozial

Wer nicht flexibel ist und nicht jederzeit die Möglichkeiten eines Individualverkehrs nutzen kann, wird gravierend benachteiligt. Besondere Benachteiligungen erfahren alte Menschen, Behinderte und Mütter mit Kleinkindern. Das inhabergeführte Geschäft – auch Tante Emma-Laden genannt –,

DREAMAGON

das Objektiv für malerisch-impressionistische Effekte!

the FX file

Spezialeffekte.....

...einfacher, besser und schneller mit dem FX-File.
Vollkommen ohne Computer!!

Das schnellste und bequemste Filtersystem der Welt

DREAMAGON Graphics

Postfach 1207 • D-59915 Brilon
Tel. 02961 - 970421 • Fax 970431
www.dreamagon.com

photokina

Halle 10.2 Gang J Stand 50

das Bedeutung als bürgernaher Kommunikationsort erlangt hat, wird der kaltschnäuzigen Fratze von ausschließlich wirtschaftlichen Interessen einer übermächtigen Wirtschaftslobby geopfert.

Nein, der deutsche Verbraucher, der Einzelhandel und nicht zuletzt die dort Erwerbstätigen, die zu Recht um ihre Arbeitsplätze bangen, brauchen keine weitere Liberalisierung des Ladenschlußgesetzes, sondern eine bundesweite Vereinheitlichung desselben und Wegfall der vielen Ausnahmeregelungen.

R & J Mode GmbH
Geschäftsleitung,
40593 Düsseldorf

<http://www.foto-contact.de>

Ständig neue Nachrichten

Kostenlose Kleinanzeigen

Downloads

Heftarchiv

**der grosse fotokatalog
Produktdatenbank**

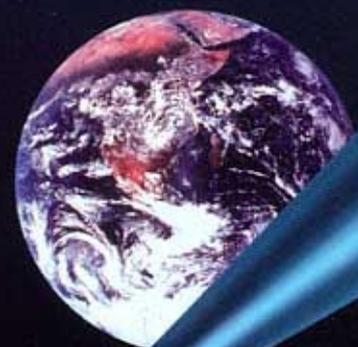


im Netz!

imaging

**+foto
contact**

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE



der grosse foto-katalog

- Die ultimative Produktshow der Fotobranche!
- Mit über 100 Herstellern!

Das Produktangebot
der internationalen
Markenindustrie



**COUPON FAXEN
ODER SENDEN AN:**

C.A.T.- Verlag Blömer GmbH
Postfach 12 29 • 40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Tel.: 0 21 02 / 20 27 0

**JETZT
BESTELLEN!**

Ja, ich/wir bestelle(n) Exemplar(e)

„der grosse foto-katalog 2000/2001“

zum Preis von DM 71,50 inkl. MwSt. und Versandkosten

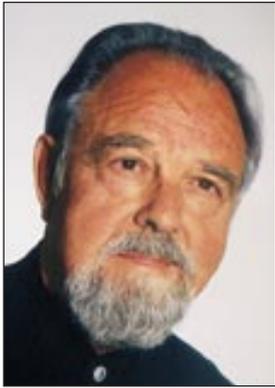
Name: Firma:

Straße/Nr: PLZ:

Telefon: Fax:

Datum: Unterschrift:

Fax: 0 21 02 / 20 27 90



Horst Dieter Lehmann

Verstaubtes?

Die Hausfrau haßt ihn, der Fotograf fürchtet ihn – den Staub. Unschön und unhygienisch im allgemeinen, ist er in der Kamera und auf dem Film speziell für den Lichtbildner ein Störfaktor. Was sich in diesen Fällen jedoch noch relativ leicht mit Tüchern und Pinseln entfernen läßt, ist bei einem „Großputz“ im vielleicht etwas antiquierten Fotogeschäft schon etwas schwieriger.

„Den Fotoladen entstauben“ lautete ein beachtenswerter Beitrag von Friedrich Hujer, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, im *imaging+foto-contact* 6/2000. Gerade wenn eine photokina alles, was sich um das Bild dreht, in den Vordergrund rückt, wird auch der Fotohändler und Fotograf in kleineren Orten mehr als nachdenklich. Reicht es zu entstauben – oder muß er gar entrümpeln?

Wie viele Ladenhüter hat er, oder ist er vielleicht selber einer?! Sehr viele Fragen tun sich auf, aber es ist erfreulich, daß einige Antworten auf der photokina, in Seminaren, vor allem aber in der Fachpresse beantwortet werden. Zumindest geben sie Hilfestellung, wenn es darum geht, wieviel Digitalität wir unseren Kunden anbieten müssen.

Ob es uns gefällt oder nicht, der Begriff Digital ist nun mal das Wort des Jahrzehnts vor und nach der Jahrtausendwende. Ein Beispiel dafür, daß die Fotografen keineswegs nur mit Scheuklappen gegenüber der neuen Technik herumlaufen, ist das Interesse an der Digitaltechnik beim Portrait, wie sie jetzt gerade von Kodak angeboten wird. Wer hier allerdings seine Teilnahme nicht umgehend nach Stuttgart faxte, den bestrafte das Leben – er wurde auf später vertröstet.

So geschehen Anfang September im Fotozentrum-Zimmermann in Hannover. Nebenbei sei erwähnt, daß dieser Kollege einer der ersten Fotografen war, die sich schon vor vielen Jahren mit der „Neuen Fototechnik“ befaßten und mit großem Erfolg ein beachtliches Unternehmen hiermit aufbaute. Dazu gehörte selbstverständlich neben dem fotografischen Können ein besonderer Geschäftssinn, vor allem aber ein enormer Weitblick. Dieser reichte schon vor Jahrzehnten über den „großen Teich“.

Vier Portraitisten dämmerten allerdings größtenteils noch ein wenig vor uns hin, waren wir doch mit einer Technik beschäftigt, die hier ebenfalls erwähnt werden muß, weil sie eine gewaltige Revolution in den Ateliers auslöste – und nicht nur dort. Das Portraitprint löste die bislang mehr oder weniger kläglichen Versuche ab, Farbe in die Landschaft zu bringen. Das Mittelformat löste den Planfilm ab, das Blitzlicht die Scheinwerfer. Licht und Schatten aber blieben, denn alles Neue besteht nicht nur aus Sonnenschein. Der Fotograf wurde abhängig von den „Ausarbeitern“, die in den sechziger Jahren noch keine gigantischen Großlabore waren.

Einige Fotografen versuchten selbst in ihren kleinen Laboren mit der Farbe Schritt zu halten, gaben aber meistens früher oder später auf. Begeistert ist kein Fotograf, wenn er

nicht alle Schritte von der Aufnahme bis zum fertigen Bild selber ausführen kann. Den endgültigen Bildausschnitt, der ihm hundertprozentig gefällt, kann nur er selbst festlegen. Das übernimmt nun schon bei der Aufnahme die Maske und später die anonymen Laboranten im Großlabor.

Dies ist das Stichwort für ein gewaltiges Positivum beim digitalen Bild! Nun kann der Fotograf wieder selbst über Ge-
deih und Verderb seiner Aufnahmen bestimmen. Blicken wir aber kurz zurück auf die Einführung des Portraitprints. Kodak war auch hier maßgeblich bei der Vorstellung beteiligt. Die Fotografen, damals meistens noch in der Innung, verließen den Ort des in der Tat beeindruckenden Geschehens mit sehr gemischten Gefühlen. Der Grundtenor war aber: „Schön für Amerika, aber für uns ...?“ Doch erstaunlich schnell hatte dann jeder begriffen, daß es kaum möglich war, dieser jetzt selbstverständlichen Technik zu entrinnen. Heute ist diese anfängliche Zurückhaltung kaum noch verständlich. Wie wird es mit der Digitalität in den Ateliers sein? Immer

Ritter+Wirsching		Mozartstraße 13/1	Tel. 07129-33 44
Fotovertrieb GmbH		72829 Engstingen	Fax 07129-70 10
<ul style="list-style-type: none"> - sicher - schnell - zuverlässig 		Bildverpackung, Laborzubehör Präsentationsmittel und Ideen für mehr Erfolg	
Wir arbeiten für Ihren Erfolg - fordern Sie noch heute Unterlagen bei uns an!			
www.ritter-wirsching.de		eMail: info@ritter-wirsching.de	

mehr Amateure, besonders die technisch interessierten und auch zahlungskräftigen, lassen keinen Zweifel aufkommen, daß der Zug längst rollt. Werden wir überrollt?

Niemand kann sicherlich konkret voraussagen, wie schnell die Entwicklung verlaufen wird, wie lange die verschiedenen Techniken koexistieren. Denken wir an das oben erwähnte verspätete Fax an Kodak, dann wissen wir, daß die Zeit läuft. Man muß jedoch kein Hellseher sein, um voraussagen zu können, daß gerade diese photokina wesentlich dazu beiträgt, die Zukunft näher zu bringen.

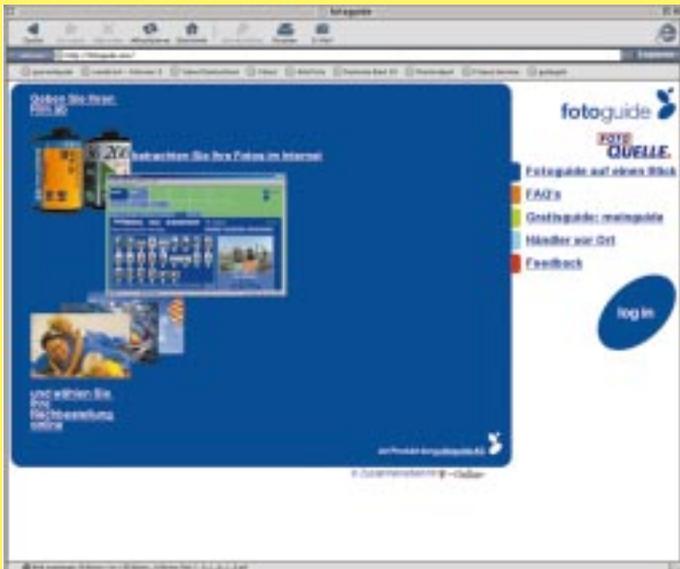
Fünf Milliarden Bilder gingen 1999 über die Theke. Schön für die beteiligten Hersteller, wenn sie damit und daran verdient haben. Vielleicht auch noch schön für die Billigstmacher, die kaum daran verdienen konnten, aber ein seit Jahren bewährtes Aushängeschild für ihre „Preiswürdigkeit“ haben. Bedauerlich für den Fachhandel (und für die Labore!), daß mit guter Rendite für alle nicht mehr für ihn hängen blieb. Der Sommer, der keiner war, ist zu Ende gegangen. Der Herbst hat bekanntlich noch goldene Tage. Abgerechnet wird immer erst ganz zum Schluß. Es sieht aber – mal wieder – ganz so aus, als wenn die Bildermengenmarke im Jahr 2000 überschritten wird. Noch überwiegt, gerade bei der Jugend, der Hang zum Handy und zum Computer vor dem Griff zur (verstaubten) Kamera. Hier erwarten Industrie und Insider erhebliche Zuwächse durch die moderne Technik mit ihren vielen Möglichkeiten.

Wir sollten darauf vorbereitet sein und als Fachhändler dieses Feld nicht anderen überlassen. Dabei kommen wir nicht darum herum, mit dem großen Staublappen Regale, Geräte und Gehirne zu entstauben.

Ihre Bilder im Internet Einfach! Genial! Digital!



T-Online



- Für 14,95 DM* kommt Ihr Film ein Jahr ins Internet
- Einfach in einer der bundesweit 3000 Annahmestellen von Foto Quelle, Hertie und Karstadt abgeben
- Kostenloses Verschicken Ihrer Bilder per E-Mail
- Kinderleichtes Archivieren und Editieren
- **Neuheiten:**
 - Hochauflösend für ein Jahr
 - Digitaler Internet Printservice
 - Postversand von Prints, User-IDs und Negativen
 - 50% Kostensenkung für Nachbestellung via Internet
 - fotoguide ohne Erstprint möglich

www.fotoguide.com

Die Internet-Lösung für die Fotobranche!

www.fotohaendlerguide.com

Ihr Internet-Auftritt mit 5 Unterseiten.

www.fotografenguide.com

Ihr Internet-Auftritt mit bis zu 13 Unterseiten.

Unser Messespecial: 230,- DM*

inkl. 6 Monate Internet-Anschluss Grundgebühr über T-Online**

inkl. 20 Online-Stunden**

inkl. T-Online PC-Schutzbrief**

**Erstellen Sie innerhalb von 10 Minuten Ihre eigene Website –
direkt vor Ort auf unserem Messestand in Halle 5, Stand A/B 4**

Besuchen Sie uns auf der photokina in **Halle 5, Stand A/B 4**,
oder informieren Sie sich über unsere **guideline 0800 31 000 31**.



* inkl. ges. MwSt.

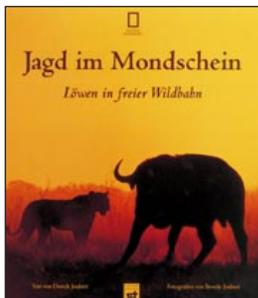
** 20 Online-Stunden stellt Ihnen T-Online im ersten Monat zur Verfügung (das entspricht einem Nutzungsentgelt von 34,80 DM). Die Grundgebühr der ersten sechs Monate übernimmt guideguide für Sie. Diese Konditionen gelten nur bei Anmeldung über guideguide zum Tarif T-Online eco und bei Einwahl über Zugangsnummer 0191011.

Beim Tarif T-Online eco surfen Sie für günstige 2,9 Pf/Min. In der monatlichen Grundgebühr von 8,- DM ist bereits der Versicherungsschutz für Ihren PC enthalten. Damit sind nahezu alle Sachschäden am heimischen Computer abgedeckt (Bitte beachten Sie hierbei die AGB „T-Online PC-Schutzbrief“. Der Versicherungsschutz gilt bis zum 31.12.2001). Über die aktuellen Konditionen und weiteren Tarife können Sie sich unter www.t-online.de oder 0800 33 05500 informieren.

Dereck und Beverly Joubert:

Jagd im Mondschein – Löwen in freier Wildbahn

Daß der Löwe wirklich der König der Tiere ist, davon ist mit Sicherheit jeder überzeugt, der diesen spektakulären Bildband gesehen hat. „Jagd im Mondschein“ begeistert durch ungewöhnliche Bilder, informiert durch engagierte, sachkundige Texte und überzeugt durch eine sorgfältige gestalterische Aufmachung.



Die bekannte Naturfilmerin und Fotografin Beverly Joubert und ihr schreibender Partner Dereck haben viele Jahre lang immer wieder Löwen in der afrikanischen Steppe besucht, beobachtet, gefilmt und fotografiert. Ihre herausragenden Filme wurden mehrfach preisgekrönt. Nun ist im Steiger Verlag ein außergewöhnlicher Bildband erschienen, der sensationelle und zum Großteil erstmals veröffentlichte Fotos der Großkatzen zeigt: Löwenbabys, die den tödlichen Sprung in den Nacken üben, an den Boden gekauerte Weibchen, die ihre Reviere verteidigen, ein Männchen mit blutiger Schnauze, das Zebra unter sich. So wird für den Betrachter die ungeheure Bandbreite der Wildnis unmittelbar erlebbar – von zärtlich bis grausam.

Vor allem die sensationellen Nachtjagd-Aufnahmen waren nur möglich, weil das Autorenpaar zu den besten Löwenkennern weltweit zählt. Das beweist auch der fachkundige Text: Informativ, spannend und engagiert schildert Dereck Joubert die individuell unterschiedlichen Löwen, ihr Verhalten und ihre Beziehungen zueinander. Bewunderung, Respekt und Vertrautheit sprechen aus den Zeilen – und die Angst darum, daß diese grausam-schönen Großkatzen durch die fortschreitende Naturzerstörung gefährdet sind.

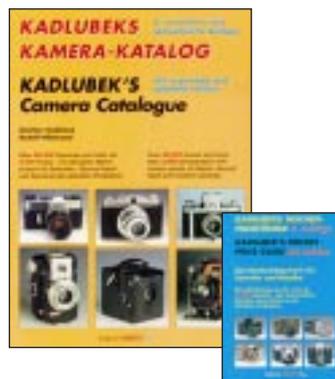
Den einzigartigen Bildern angemessen ist die aufwendige Gestaltung des groß-

formatigen Buches: Die Aufmacherseite jedes Kapitels wird durch eine ausgefeilte Typographie betont, die Fotos sind ihrem Charakter entsprechend auf verschiedenfarbige Fonds gestellt. Aquarelle auf den Innenseiten der Buchdeckel dokumentieren die Stammbäume und Reviere der beobachteten Löwen.

Ermöglicht wurde die rundum fesselnde Neuerscheinung durch die für den deutschen Bildbandbereich exklusive Zusammenarbeit des Steiger Verlags mit der National Geography Society (NGS). Dereck und Beverly Joubert, Jagd im Mondschein, Löwen in freier Wildbahn, 168 Seiten, 110 Farbabbildungen, 17,5 x 30,5 cm, Fadenheftung, E-fal mit Schutzumschlag, Steiger Verlag, Augsburg 1999, ISBN 3-89652-183-7, DM 78,-.

Kadlubeks Kamera-Katalog

Das Standard-Nachschlagewerk für den Kameramarkt, Kadlubeks Kamera-Katalog, ist jetzt in der vierten und aktualisierten Auflage erschienen. Dabei wurde die Zahl der aufgeführten Kameras von 17.700 der vorangegangenen Ausgabe auf über 22.000 gesteigert, außerdem sind mit über 1000 zusätzlichen Fotos nun mehr als 3.600 Kameras abgebildet. Somit ist der Umfang des Werkes auf fast 800 Seiten gestiegen.



Hauptziel des Kataloges war die möglichst vollständige Auflistung aller existierenden Kameravarianten, die sowohl für den Sammler als auch den Anwender und Händler nicht nur eine Hilfe bei der Bestimmung von Kameras ist, sondern auch Aufschluß darüber gibt, welche unterschiedlichen Versionen eines bestimmten Modells hergestellt wurden.

Mit einem enormen Recherche-Aufwand hat Günther Kadlubek noch wei-

tere Hersteller und Kameras aufgespürt und mit ihren technischen Daten und Preisen aufgenommen. Darüber hinaus ist ihm eine kaum noch zu überbietende Differenzierung zwischen den einzelnen Modellvarianten eines Herstellers gelungen.

Hervorzuheben ist auch die Tatsache, daß nicht nur klassische und historische Kameras aufgeführt sind, sondern auch die komplette aktuelle Produktion aller bekannten Hersteller. Dabei wurden neben den aktualisierten Preisen die Preisangaben auch auf Euro und US-Dollar ausgedehnt, so daß „Kadlubeks Kamera-Katalog“ auch für den internationalen Benutzer eine wichtige Informationsquelle darstellt.

So läßt sich sagen, daß sich dieses Nachschlagewerk – zusammen mit dem handlichen, taschengerechten Preisführer – immer mehr als Standard bei Photographica-Sammlern, Liebhabern von Kameras und auch Fotohändlern, sei es in Fotogeschäften oder bei den Händlern auf Fotobörsen, etabliert hat. Gerade der Fotohändler hat mit diesem Katalog eine gute Preis-Orientierung bei der Inzahlungnahme von Gebrauchtkameras.

Günther Kadlubek, Rudolf Hillebrand, Kadlubeks Kamera-Katalog incl. Taschen-Preisführer, 4. Auflage 2000, 792 Seiten, Verlag Rudolf Hillebrand, Neuss 2000, DM 95,- incl. Porto.

Patrick Forsyth:

Marketing – eine Einführung

Produkt X ist gut, Preis und Leistung stimmen – doch wie überzeuge ich den Kunden davon? Wie bringe ich ihn dazu, ausgerechnet dieses Produkt zu kaufen und nicht das der Konkurrenz zu bevorzugen? Gutes Marketing ist das Zauberwort! Und Marketing ist weit mehr als Werbung und Verkauf. Es bedeutet Marktforschung, Präsentationsmethoden, PR, Direct Mails, Auslage und Service, Merchandising und Verkaufsförderung – alles Wege, die zum Ziel, d.h. dem Kunden, führen.

Um auf dem Markt Erfolg zu haben, sind gezielte Planung, strategische Konzepte und die richtige Umsetzung erforderlich. Wie das geht, erläutert Patrick Forsyth – ein anerkannter Marketing-Fachmann, der nach mehr als 20 Jahren praktischer Erfahrung in der Industrie heute eine Unternehmensberatung, die auf Marketing, Verkauf und Manage-

mentstechniken spezialisiert ist, leitet – in seinem Buch „Marketing – eine Einführung“, das im Falken Verlag in der Reihe Falken & Pitman Management erschienen ist. „Marketing ist zu wichtig, um es ausschließlich den Marketing-Leuten zu überlassen“, so Forsyth. Denn jeder Mitarbeiter trägt zum Erfolg eines Unternehmens bei. Der Autor wendet sich daher insbesondere an Nicht-Marketing-Fach-



leute und entschlüsselt für sie das Fachchinesisch dieser Branche. Der Unternehmensberater stellt die Grundlagen und die effektivsten Techniken des Marketings vor. Dabei steht der Entwurf eines Marketingplans an erster Stelle. Forsyth erläutert den strategischen Zugang zum Markt, die Rolle von Vertrieb und Service bis hin zu Verkauf und Distribution. Patrick Forsyth, Marketing – eine Einführung. Gezielte Planung • Erfolgreiche Strategien • Richtige Umsetzung, 175 Seiten, Falken Verlag Niedernhausen 1997, Band 7331 aus der Reihe Falken & Pitman Management, ISBN 3-8068-7331-3, DM 39,90.

**Artur Landt:
Canon EOS-1 V**

Die EOS-1 V ist der Beweis, daß man hochgezüchteteameratechnologie auch in kompakter Form auf den Markt bringen kann. Hinter dem schnittigen Design, das die dynamischen Qualitäten der EOS-1 V auch formal zum Ausdruck bringt, verbirgt sich eine völlig neue Interpretation der Profikamera. Canons neues Zugpferd zeugt von beharrlich betriebenem Fortschritt, der sich in erster Linie in mechanischer und elektronischer Opulenz konkretisiert.

Das Buch zur Kamera liefert Informationen zu folgenden Themen:

- Technische und praktische Grundlagen der professionellen Fotografie
- Motivgerechter Einsatz der Blenden- und Zeitautomatik
- Gezielte, manuelle Scharfeinstellung und Belichtung
- Anspruchsvolle Blitzfotografie mit dem neuen Speedlite 550 X
- Systemausbau mit Wechselobjektiven und Zubehör
- Motivbezogene Aufnahmepraxis und vieles mehr.

Zum Autor: Dr. Artur Landt ist berufenes Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Fotografie und erfolgreicher Autor zahlreicher Fotofachbücher. Als Ressortleiter Test & Technik einer führenden Fotofachzeitschrift ist es mit den theoretischen, technischen und praktischen Aspekten der angewandten Fotografie bestens vertraut.

Artur Landt, Canon EOS-1 V, 176 Seiten, 150 schwarzweiße, 32 farbige Abbildungen und 20 Zeichnungen, 15 x 21 cm, broschiert, Verlag Laterna magica, München 2000, ISBN 3-87467-770-2, DM 29,80.

Über 50 Jahre Partner des Handels – die Photo-Grossisten der VGP:

J. H. Annacker GmbH

50678 Köln, Josephstr. 33 • 50442 Köln, Postf. 10 02 42
☎ 02 21 / 31 10 77 • Fax 02 21 / 33 11 64

Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51
☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55
www.bremaphot.de

Dominik Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

☎ 0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59
www.dinkel-foto.de

Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

☎ 03 82 04 / 686 - 0 • Fax 03 82 04 / 686 - 90

Kleffel + Aye

(GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51
☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55 • www.kleffel-aye.de

Photo Universal

Kleiber GmbH & Co. KG

70736 Fellbach, Max-Planck-Str. 28 • 70708 Fellbach, Postf. 18 04
☎ 07 11 / 9 57 60 - 0 • Fax 07 11 / 9 57 60 - 40

Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

26133 Oldenburg, Meerweg 30 - 32 • 26042 Oldenburg, Postf. 52 40
☎ 04 41 / 4 80 91 77 • Fax 04 41 / 48 09 183

Ihre Partner für Photo, Digital und Imaging!

Bundeskanzler Schröder sagt „Nein“ zur Reform des Ladenschlußgesetzes ...

...wenigstens vorerst einmal! In meinem Kommentar in der vorigen Ausgabe dieser Zeitschrift auf den Seiten 54+55 unter dem Titel: „Alle Jahre wieder“, der sich auf die Debatte um das Ladenschlußgesetz bezog, konnte ich darauf hinweisen, daß der Bundesrat sich am 29. September 2000 mit dem Thema „Längere Ladenschlußzeiten“ befassen will. Bis dahin konnte man also mit Ruhe vor dem Sturm rechnen. Bundeskanzler Schröder hat sich aber nicht geschämt, am 5.9. ganz deutlich „Nein“ zu sagen zur Reform des Ladenschlußgesetzes. Das geschieht offenbar, um sich erst einmal den Rücken freizuhalten, wenn es bei der Ausein-

Steuereinnahmen versprechen, denken allerdings nicht daran.

Das Thema Familie, das Thema Ausblutung der Innenstädte zugunsten der Großvertriebsformen auf der grünen Wiese und das Thema „menschliche Belange von Arbeitnehmern“, das von den Gewerkschaften herausgestellt wird, spielen für die Geldmuftis keine Rolle. Daß durch längere Ladenschlußzeiten ein erhöhter Verbrauch entsteht, kann ja wohl nur dem Bereich der Märchen zugeordnet werden. So bleibt für mich als Resümee erst einmal das, was man „Verdrängungswettbewerb“ nennt – und das vor allem auf Knochen des mittel-

band des deutschen Einzelhandels und beim Verband der Mittel- und Großbetriebe die Enttäuschung über des Bundeskanzlers „Nein“ besonders groß wäre. Dabei läßt man geschick-

terweise sowohl SPD- als auch CDU-Leute für einen verlängerten Ladenschluß argumentieren oder Bundeskanzler Schröder pflichtgemäß politisch kritisieren.

Nachdem der nordrhein-westfälische Ministerpräsident Wolfgang Clement (SPD) nun versichert hat, am 14. September (das wird wegen der photokina nach Redaktionsschluß dieser Ausgabe sein) in der Länderkammer nicht für eine sofortige Lockerung des Ladenschlusses zu plädieren, sieht es wohl so aus, daß der Bundesrat am 29. September sich offensichtlich nicht mehrheitlich für eine baldige Änderung des Ladenschlußgesetzes und damit der verlängerten Öffnungszeiten aussprechen wird. Damit wäre die Kuh vor Weihnachten jedenfalls vom winterlichen Eis!

Nun haben wir alle bei der Steuerreform den listigen Bundeskanzler Schröder kennengelernt, der mit einer bemerkenswerten Taktik selbst führende CDU-Politiker wie Berlins regierenden Bürgermeister Diepgen aufs Kreuz gelegt hat. Ich hoffe sehr, daß jetzt bei den Äußerungen des Herrn Bundeskanzlers zum Ladenschluß nicht allzuviel Schlitzohrigkeit im Spiel ist, die darauf hinaus läuft, daß die Regierung wegen der starken Lobby im Bundesrat oder bei den Wirtschaftsverbänden doch noch umfällt und der Bundeskanzler sagen muß, was geht mich mein Geschwätz um die Beibehaltung der Ladenschlußzeiten von Anfang September noch an!

H. J. Blömer

www.fotomarktplatz.de

andersetzung mit den Gewerkschaften um die Rente geht; außerdem soll die Neuordnung des Ladenschlusses erst dann behandelt werden, wenn eine Reform des Beschäftigungsförderungsgesetzes und des Betriebsverfassungsgesetzes durchgeführt ist. Eigentlich könnte man das ganze Thema also für dieses Jahr ad acta legen; die Mächtigen in unserem Lande, das sind die Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels und ihre Verbände, aber auch Politiker aus den Ländern und Kommunen, die sich durch größere Umsätze bei den großen Handelsbetrieben höhere

ständischen Händlers und seiner Mitarbeiter und Familien. Das sind eigentlich gerade die Gruppen, die von unseren Politikern immer wieder erwähnt werden, wenn es um bestimmte Bevölkerungsgruppen geht, die es angeblich zu schützen gilt.

Somit war nicht anders zu erwarten, daß eine Zeitung wie das „Handelsblatt“ am 7.9.2000 mit großen Berichten auf der Titelseite und im Innenteil lautstark zu beweisen versuchte, daß bei wichtigen und führenden Leuten in der Wirtschaft, bei den großen Verbänden, beim Hauptver-

Mit über 870 Mitarbeitern und 15.000 Produkten ist Hama national und international einer der führenden Anbieter für Foto-, Video-, Audio-, Car-HiFi-, Telefon-, Handy- und PC-Zubehör.

Zur Verstärkung unseres **Produktmanagements** im Bereich Taschen (Foto/Video/Computer) suchen wir eine/n:



Verkaufspromotor/in

Sie haben ein sicheres, natürliches Auftreten, sind redegewandt, haben Verkaufstalent und dabei idealerweise bereits Erfahrung in der Foto- oder Videobranche.

Im Produktsegment Taschen übernehmen Sie im Innen- und Außendienst die Schulung von Händlern und Mitarbeitern sowie die Planung und Durchführung von Aktionstagen im Handel. Weitere Aufgaben liegen in der permanenten Wettbewerbs- und Marktbeobachtung.

Interesse? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen mit Angabe des Eintrittstermins, Lichtbild und Ihrer Gehaltsvorstellung an:

Hama GmbH & Co. Personalabteilung • PF 80 • 86651 Monheim
E-Mail: personalabteilung@hama.de • <http://www.hama.de>

hama®



Die Leica Camera AG profiliert sich neu als visuelles Unternehmen, welches Werkzeuge für das besondere Seherlebnis herstellt. Flache Hierarchien ermöglichen selbstverantwortliches Arbeiten, kreative Problemlösung und zielorientiertes Handeln.

Wir suchen zum nächstmöglichen Eintrittstermin eine/n qualifizierte/n

Mitarbeiter/in im Leica Service Center

zur Verstärkung des Teams in unserem Leica Service Center.

Wir bieten Ihnen ein herausforderndes und vielseitiges Tätigkeitsspektrum, darunter:

- Betreuung der Kunden über Telefon, E-Mail und Post
- Abwicklung von Reparaturvorgängen
- Infoline für historische Leica Produkte, Ersatzteile und allgemeine Fragestellungen

Ihre Qualifikation:

- Ausbildung und mehrjährige Berufserfahrung im fotografischen Bereich (digital und analog)
- sicherer Umgang mit MS Office
- gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Kenntnisse in SAP/R3 wünschenswert

Sie sehen sich als Dienstleister und bringen die Fähigkeit mit, unsere Händler und Kunden am Telefon freundlich und kompetent zu behandeln. Sie arbeiten gerne selbständig, sind fähig sich in ein überschaubares Team zu integrieren und haben Freude am Umgang mit Menschen.

Wenn Ihre Ziele ebenso anspruchsvoll sind und Sie sich dieser Herausforderung stellen wollen, freuen wir uns von Ihnen zu hören:

Leica Camera AG / Oskar-Barnack-Straße 11 / 35606 Solms / Personalmanagement / Jens Walther
jens.walther@leica-camera.com / www.leica-camera.com / Telefon +49(0) 6442-208-385

Kleinanzeigen • Personalanzeigen • Kleinanzeigen • Personalanzeigen

Als ein Unternehmen in der Fotofinisher-Branche beliefern wir jeden Tag viele tausend Kunden im Fotohandel.
Zur Akquisition und um unser hohes Ansehen - Qualität, Lieferzeit, individuelle Betreuung - bei überaus anspruchsvoller Kundschaft auszubauen, suchen wir eine/n

Portrait - Fachberater/in

für den süddeutschen Raum.

Wenn Sie durch Ihre Qualifikation und durch Ihr Auftreten mit uns Erfolg haben wollen, möchten wir Sie gerne kennenlernen.

Wir bieten eine gründliche Ausbildung, attraktives Gehalt und gute soziale Leistungen sowie moderne Arbeitsmittel (Laptop) und einen neutralen Firmenwagen auch zur privaten Nutzung.

Wenn es Sie reizt, in einem von der Größe her überschaubaren Unternehmen mit klaren Entscheidungswegen und gutem Betriebsklima zu arbeiten, erwarten wir Ihre Bewerbung an den:



Farbfoto Schnellservice
Siegfried Kübe (V-DIA) GmbH
Personalleitung, z.Hd. Hr. Hippmann
69123 Heidelberg • Dischinger Str.8



FOTO-TV-HIFI-VIDEO KOCH

Unser Team
braucht
Sie!



Foto- oder HiFi-Verkäufer/in

Das erwarten wir von Ihnen:

- fundierte Fachkenntnisse und Freude am Verkaufen
- höfliche Umgangsformen und sicheres Auftreten
- selbständiges und motiviertes Arbeiten
- den Überblick behalten, auch wenn es heiß her geht
- fünf Tage in der Woche mit einem freundlichen Gesicht erscheinen.



Das dürfen Sie von uns erwarten:

- ein starkes, erfolgsbezogenes Gehalt
- soziale Leistungen eines großen Unternehmens
- genug Kunden, die Sie ausreichend beschäftigen
- neue Ideen lassen wir uns auch mal was kosten.

HIFI & FOTO KOCH Personalabteilung Herr König
Schadowstraße 60/62, 40212 Düsseldorf, Telefon 0211-17 88 00



Kleinanzeigen • Angebote

WILHELM SCHÄFER
kammerservice und
Handels
GmbH



Friedenstraße 5
45964 Gladbeck
Postfach 666
45956 Gladbeck
Tel. 0 20 43/2 12 02

Öffnungszeiten: Di. 10.00-14.00 Uhr
Mi. 10.00-12.00 Uhr

Reparaturen von
Foto-, Video-, Blitz-
und Projektionsgeräten.



Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrather Weg 25
41366 Schwalmatal - Waldniel

Telefon (0 21 63) 46 46
Telefax (0 21 63) 4 52 88

GAF Vertragswerkstatt

Service für: Film- + Fototechnik

Kameras
Objektive
Filmkameras
Dia-Projektoren
Schmalfilm-Projektoren
aller Systeme

Wolfgang Würz
Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Telefon/Fax (0 22 03) 12136

Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox
Sony • Panasonic Camcorder

Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell

KARL-HEINZ
HOPFAUER
KAMERA
SERVICE GmbH

Rhönstraße 18 • 97422 Schweinfurt
Tel. 09721/28566 • Fax 09721/25716

Kleinanzeigen • Angebote

Nikon ALBRECHT KAMERA SERVICE GmbH NIKON VERTRAGSWERKSTATT

Nikon Digital-Kameras und Diascanner

Longericher Straße 205 • 50739 Köln-Bilderstöckchen
Telefon (0221) 9 17 5100 • Telefax (0221) 9 17 5111 • E-Mail: nikon@aol.com

K Kamera Service GmbH

Tokina
European Servicecenter

Longericher Straße 205 Telefon (0221) 9 17 52 22
50739 Köln-Bilderstöckchen Telefax (0221) 9 17 52 23
E-Mail: tokinarep@aol.com

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

Location:



Mit PSL besser im Bild.

FILM- u. VIDEOSERVICE

FILMKOPIEN, TONSPUREN	alle Formate
VIDEOÜBERSPIELUNGEN	8,9,5,16 mm Filme
VIDEOKOPIEN - NORMWANDLUNG	alle Systeme
VHS - SERIENKOPIEN	enorm preisgünstig

CHRIS-Filmtechnik GmbH
Frühlingstr. 67, 85386 Eching/München, Tel. (089) 3194130

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paephe KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica **Metz** **Rollei**

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team für Sucherkameras und Projektoren Rollei-Profi Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS **Rollei**

Neu: Produkte- und Systemberatung
Termine auf Anfrage

40233 Düsseldorf - Albertstr. 92-94
Telefon 0211 / 98 68 88 0 - Fax 0211 / 98 68 88 29

nass

GmbH & Co KG
foto • video • elektronik

Rollei **Nizo** **BRAUN** **SONY**
tototechnic Filmgeräte Blitzgeräte Camcorder

Nikon **RICOH** **Leica**

BAUER **KINDERMANN** **JORD**
BOSCH Gruppe

Reparatur-Service
Foto • Film • Video • Blitz
Dia • AutoLab

Feldstraße 4 • 30171 Hannover
Tel 05 11-80 40 07 • Fax 05 11-88 99 50

Ihr Reparatur-Service
für Foto, Film, Video,
AV und Hightech
sämtlicher Hersteller



- Autorisierte
Vertragswerkstatt
- Canon**
Panasonic
Rollei
BAUER
BOSCH Gruppe
ZETT
Germany The Leica Camera Group
- Kodak**
Pioneer
PHILIPS
Metz
reflecta

Canon Service-Center Nürnberg-Feucht
FOTOREPARATUR HERBERT GEISSLER GMBH
Friedrich-Ebert-Straße 21 · 90537 Nürnberg-Feucht
Telefon 0 91 28/70 76-0 · Telefax 0 91 28/70 76 36

STADLER

... wir reparieren für Sie

Fotoreparatur-Service
Otto Stadler
Max-Eyth-Str. 7
D-73733 Esslingen

Telefon 0711 - 32 60 999
Telefax 0711 - 32 60 909
E-mail Stadler-Esslingen@t-online.de

PENTAX KONICA MINOX

Billingham

General-Import
für Deutschland.

Weitere Highlights aus dem
CF Foto-Profi-Programm:

BENBO - Ultimative Allround-Stativ
Stand auf jedem erdenklichen Terrain.

MEFO - Halogen-Dauerlicht
1250 Watt für Foto, Video, Digital.

CHAMÄLEON REFLEKTOREN,
5 in Einem, Silber, Weiss, Sunlite, Schwarz, Diffusor.

Studio Blitzanlagen 250 + 500 W/s
Der Primus in Preis und Leistung.

Bevor Sie lange suchen, einfach gratis
Unterlagen und Händlernachweis anfordern.
Amselstr. 23, 51149 Köln
Tel. 0 22 03/162 62, Fax 1 35 67,
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.benbo.de

CF
Photo-Video
Technik

Inserenten-Verzeichnis

Inserent	Seite	photokina-Stand					
Agfa	15, 65, 101, 106, 107, 115, 117, 119	Halle	6	Erdg.	Gang A	Stand	1
Annacker	139	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	11
B+W Filter	105	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	21
Becker & Hach	93	Halle	4	Oberg.	Gang C	Stand	10
Braun	121	Halle	3	Oberg.	Gang B	Stand	18
Bremaphot	11, 139	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	11
Brückner	100	Halle	4	Oberg.	Gang C	Stand	11
C.A.T.-Verlag	102, 132, 134, 135	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	11
Casio	83	Halle	5	Erdg.	Gang H/J	Stand	6/3
Canon	146 - 148, 3.U., 4.U.	Halle	2	Oberg.	Gang D	Stand	31
Cewe-Color	13						
Dohm	81	Halle	11	Erdg.	Gang A/B	Stand	10
Dinkel	139	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	11
Dreamagon	133	Halle	10	Oberg.	Gang J	Stand	50
Erno	95, 97, 99	Halle	1	Oberg.	Gang K	Stand	15
Eurocolor	75	Halle	3	Erdg.	Gang L/M	Stand	10
Fuji	61	Halle	5	Erdg.	Gang G/J	Stand	12
guideguide AG	137	Halle	5	Erdg.	Gang A/B	Stand	4
Hansephot	139	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	11
Jobo	131	Halle	8	Erdg.	Gang B/C	Stand	6
Kleffel&Aye	139	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	11
Kodak	54, 55, 90, 91	Halle	10	Erdg.	Gang A/B	Stand	100
Loersch	72	Halle	11	Erdg.	Gang C/D	Stand	10
Medi@ Bild/Imaging AG	21						
Metz	89	Halle	1	Erdg.	Gang A/B	Stand	51
Minolta	27	Halle	1	Oberg.	Gang K	Stand	4/5
Mitsubishi	85	Halle	14	Oberg.	Gang R	Stand	70
Noritsu	24, 25	Halle	11	Oberg.	Gang H/K	Stand	40/41
Olympus	6	Halle	3	Oberg.	Gang B/C	Stand	20
Photo Universal	139	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	11
Presse Informations Agentur	140	Halle	9	Erdg.	Gang B	Stand	48
PMA	79	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	11
Ritter & Wirsching	136	Halle	11	Oberg.	Gang J	Stand	30
Rollei	103	Halle	2	Erdg.	Gang G/J	Stand	21
Samsung	109, 111, 113	Halle	2	Oberg.	Gang G	Stand	15
Sony	71	Halle	3	Oberg.	Gang B	Stand	59
Techlab	73	Halle	10	Erdg.	Gang A	Stand	31
TFS-Raimond Herrmann	33	Halle	3	Erdg.	Gang N	Stand	43
V-Dia	17	Halle	3	Erdg.	Gang N/P	Stand	28
VGP	139	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	11
Wöltje	139	Halle	2	Erdg.	Gang E	Stand	11
profi-contact							
California Sunbounce	6	Halle	10	Oberg.	Gang H/J	Stand	28
Rollei	3	Halle	2	Erdg.	Gang J	Stand	21
Beilagen							
Canon		Halle	2	Oberg.	Gang D	Stand	31
DGH Großhandel		Halle	1	Erdg.	Gang A	Stand	10
GBB		Halle	3	Erdg.	Gang L/M	Stand	28
Kleinanzeigen							
	141 - 145						

Kleinanzeigen • Angebote

Gute und preiswerte Color-Chrom-

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-Farb-Druckträger, WPK
Einbildkarte nach Dia 195,- DM
2-4 Bildkarte nach Dia 295,- DM
- incl. Probeindruck -

Auflagendruck
1.500er 99,- DM per 1000
3.000er 77,- DM per 1000
5.000er 69,- DM per 1000
10.000er 65,- DM per 1000
+ MwSt.

Fordern Sie die Unterlagen an:

WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn
Telefon 0 52 51/6 26 14, Telefax 0 52 51/6 50 46

Studio - Blitzlicht - Beratung
Service: Beam - CCS - Sola
Halogenlampen und Blitzröhren
Info - **Horst von Bröckel** - Info
Telefon: 042 65/8772 • Fax 87 92

Ankauf - Verkauf
gebrauchter Fotogeräte,
Minilabs und Laborgeräte.

Fotoservice Jungkunz

Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81,
Mobil 01 71/2 68 83 30

AZ-Video

Videoschnitt-Produktion-Videobedarf,
Transfer von Super 8/Normal 8
Videofilme auf CD im MPG-Verfahren,
Schnutenhausstr. 41, 45136 Essen
Tel. 0201/267237, Fax 0201/256241
<http://www.az-video.purespace.de>

Geschäftsidee für Selbständige!

Suchen auch Sie ein zweites Standbein, das
eventuell ihr erstes wird? Bis DM 12.284,-
pro Monat und mehr möglich ohne traditionelle
Kosten. Ideal für Fotohändler.

Tel. 0 91 31 / 2 82 25 od. 01 71 / 9 90 17 57

Foto-Aktienkurse

	17.09.1999	05.09.2000	niedrigst/höchst	Aktienkurs
			der letzten 12 Monate	
Agfa	EUR 19,25	27,8	17,05	29
Bayer	EUR 39,83	46,75	38,52	49,3
Canon	YEN 3.060	4.540	2.725	5.620
Casio	YEN —	1.225	620	1.330
CeweColor	EUR 22,5	22,6	19,2	25,2
Du Pont	USD 61,6875	45,5625	42,875	74
Eastman Kodak	USD 76,125	62,75	53,1875	78,2813
Fujifilm	YEN 3.730	3.620	3.130	5.300
Gevaert	EUR 49,2	47,76	36,3	55,15
Gretag Imaging	CHF 407,5	990	400,5	1.538
Hewlett-Packard	USD —	125	67	156
Hitachi	YEN —	1.220	1.000	1.709
ICI	GBP 655,5	466	425	726
Imation	USD 30,125	22,8125	20,6875	34,25
Jenoptik	EUR 18,9	35,2	15,6	35,2
Konica	YEN —	638	320	1.135
Kyocera	YEN 7.770	18.430	7.340	28.000
Leica	EUR 9,90	9,8	6,52	10,75
Lintec Computer	EUR —	43,4	19,25	43,5
Minolta Camera	YEN 517	588	360	684
Olympus	YEN 1.380	1.690	1.100	2.200
PixelNet	EUR —	10,35	8,7	14,4
Polaroid	USD 28,20	16,875	16,25	30,625
Samsung	KRW —	71,9	64	109,5
Sharp	YEN —	1.710	1.480	2.675
Sony	YEN —	11.620	6.995	16.950
Spectra	EUR 31,2	32,7	30,02	43
Toshiba	YEN —	999	632	1.280
Union Carbide	USD 57,125	39,5625	38,6875	68,4375
Varta	EUR 122,35	10,32	8,7	11,45
Zeiss Ikon	EUR 92,1	146	92	155

Kurs: 1 EUR = 1,95563 DM

Kursangaben: Deutschen Bank AG, Filiale Ratingen

Wir können Ihre Unternehmens-Nachfolge lösen!

Wir suchen für solvente Käufer in Groß- und Mittelstädten in der gesamten BRD.

Foto-Fachgeschäfte Foto-Filialunternehmen Foto-Franchisebetriebe

Wir sichern absolute Diskretion zu. Sperrvermerke werden verbindlich berücksichtigt.



Unternehmensberatung

Gärtnerstraße 10 • 90408 Nürnberg

Tel. 09 11/93 48 40 • Fax: 09 11/34 64 24

Fotofachgeschäft mit Portraitstudio

Großraum Bochum/Witten, konkurrenzlose 1A Vorortlage, Fuji-Minilab, 20 Jahre vor Ort, erstklassiger Ruf, viele Stammkunden, Mietwohnung kann übernommen werden, Preis VB,

Info 0173/284 49 11

Wir bieten Foto-/Journalisten

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

Kostenlose Informationen:

DPV Deutscher Presse Verband e.V.
Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg
Tel.: 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79
e-mail: dpv.hn@dpv.org • www.dpv.org

Großräumiges Fotogeschäft

in niedersächsischer Großstadt, Innenstadtlage, sucht Partner für Warengeschäfte im Bereich Kamerafachhandel (High-End/Digitalkameras) sowie Gebrauchtwarenhandel.

Chiffre 1036711000

Verkaufe Minilab Imager Pro Plus,

Format 9 x 13, Prozessor 135, Bj. '91, 4.800,- DM
Tel./Fax 06641- 910543, 9.00-18.00 Uhr

Gutgehendes Fotogeschäft

40 Jahre bestehend, **Bielefeld-Brackwede**, Hauptstraße, 500 TDM Umsatz, hoher Coloranteil, krankheitshalber zu günstigen Konditionen kurzfristig zu verkaufen.

Chiffre 1037101000

Ideal für Filialisten

Zwei Fotofachgeschäfte im Kölner Nordwesten zum 1.1.2001 zu verkaufen. Gute Auflage, langjährige Mietverträge, hochwertige Ladeneinrichtungen, hoher Stammkundenanteil, guter Labor-, Film- und Rahmenumsatz, Warenübernahme möglich. VB 500.000,- DM.

Chiffre 1036961000

Impressum: imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- u. Studioteknik

Mit Verlegerbeilage „Der Handel“

Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen, Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90

Bankverbindung: Postbank Essen 164 565-438, BLZ 360 100 43

Verlagsleitung: H.J. Blömer (Geschäftsführer der Vereinigung von Grossisten für den Photohandel e.V.); Eleonore Blömer.



Redaktion: Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich), Dipl.-Kfm. A. Blömer, H.G. Karber, Dipl. Journ. Herbert Päge, Jutta Ramlow; Dipl. rer. pol. Karla Schulze, Birgit Höcker MA, Lidija Mizdrak M.A.

Neuheitenredaktion und Herstellung: Th. Six; Steuerfragen: Dipl.-Finanzwirt E. Ewerhart, Steuerberater, Düsseldorf-Benrath; Anzeigen: Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich); Ralf Gruna, Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 27

Vertrieb: Karin Engemann. Als Fachzeitschrift für die deutsche Fotobranche erscheint imaging+foto-contact zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Jahresabonnement 71,50 DM, Auslandspreis 107,- DM. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen. Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden. Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH.

PRIMA Super 90 Wide: Mehr drin. Mehr drauf. Mehr Möglichkeiten.

Die Antwort auf die Fragen Ihrer Kunden nach einer Kompaktkamera, die mehr bietet als eine gewöhnliche Allroundkamera, ist die PRIMA Super 90 Wide – eine *creative* Allroundkamera, die neben ihrem eindrucksvollen Gehäuse durch ihre technische Überlegenheit überzeugt.

Mehr drin:

Die PRIMA Super 90 Wide, das Spitzenmodell der Kompaktklasse, verfügt über Features, die bisher nur aus dem Spiegelreflexbereich bekannt sind, z. B. 3-Punkt-Hybrid-Autofokus, manuelle Belichtungskorrektur, Dioptrienausgleich und verschiedene Belichtungsprogramme.



Mehr drauf:

Das 3,2fach-Weitwinkelzoom mit einer Brennweite von 28–90 mm ermöglicht dramatische und originelle Aufnahmen – seien es Landschafts- oder Gruppenaufnahmen, Urlaubsfotos oder Porträts.

Mehr Möglichkeiten:

Mit ihrer hervorragenden Ausstattung und dem leichten, kompakten Gehäuse – das kleinste der Welt für eine 3,2fach-Weitwinkelzoom-Kamera – bietet die PRIMA Super 90 Wide einfach mehr kreativen Freiraum.



Techn. Highlights
PRIMA Super 90 Wide

PRIMA SUPER 90 WIDE	
Objektiv	asphärisches Weitwinkelzoom 28–90 mm
Autofocus	3-Punkt-Hybrid-AF
Programme	7 Aufnahmemodi inklusive „Personal-Modus“
Belichtungs-korrektur	manuell, $\pm 1,5$ LW
Dioptrienausgleich	-3 bis 0 dpt.
Gewicht	250 g
Preis	499,-* DM
<small>*Unverbindliche Preisempfehlung der Canon Euro-Photo GmbH, mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: September 2000.</small>	

Hochwertiges PoS-Material liefert Ihnen verkaufsstärke Argumente. Sie sorgen mit der Hauptdarstellerin, der PRIMA Super 90 Wide, für:

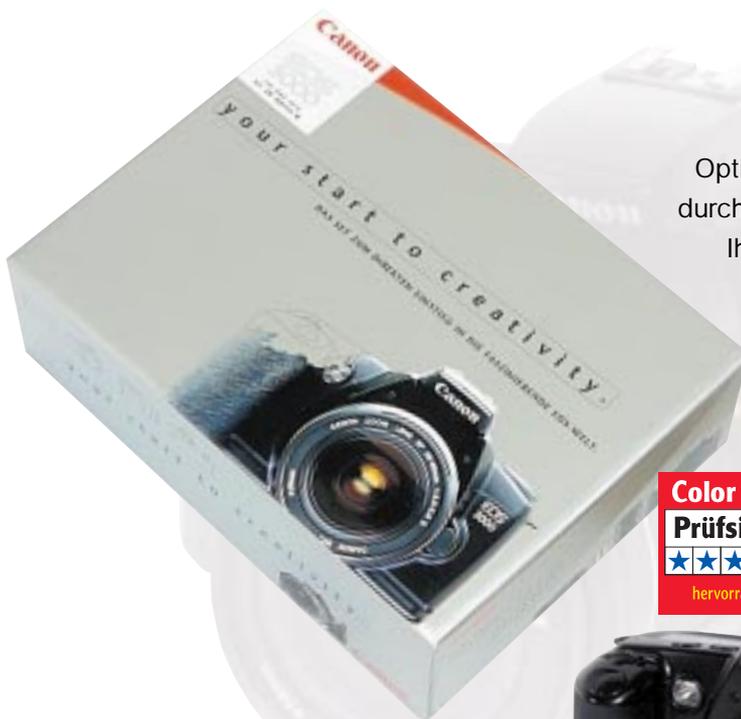
Mehr Kunden. Mehr Umsatz. Mehr Verkaufserfolge.

Die EOS 3000 und die Frage nach dem besseren Bild

Neuer EOS 3000 Mini-Guide: Tipps und Tricks der Spiegelreflexfotografie

Technisch und kreativ perfekte Bilder – dafür ist eine Spiegelreflexkamera immer noch das beste Werkzeug. Nur eine Spiegelreflex verfügt über die volle Flexibilität auswechselbarer Objektive und die Anpassungsfähigkeit maßgerechter Einstellungen.

Mit der EOS 3000 ist für Ihre Kunden der Einstieg in die große Fotowelt einfach und auch längerfristig lohnend, denn sie bietet solide Qualität und die Erfahrung des Marktführers. Mit einer echten EOS nutzen sie dabei schon von Anfang an die High-Tech-Features, die auch in der professionellen Fotografie eingesetzt werden. In dem Mini-Guide „Tipps und Tricks der Spiegelreflexfotografie“ sagen wir Ihren Kunden, was sie allgemein zur Spiegelreflexfotografie wissen sollten, um ihre kreativen Möglichkeiten voll auszuschöpfen.



**Nutzen Sie den neuen Look
des EOS 3000 Sets
und den Mini-Guide
zur Unterstützung Ihrer Kreativität
beim Verkaufsgespräch.**



3/99



Die EOS 3000: Technik für Kreativität

Optimale Bildschärfe in jeder Situation erreicht die EOS 3000 durch ihr schnelles Canon-Autofokussystem mit 3 Meßfeldern.

Ihre Belichtungssteuerung arbeitet mit einer differenzierten 6-Zonen Mehrfeldmessung, die auch schwierige Lichtverhältnisse meistert. Wenn Ihre Kunden auf die Automatik zurückgreifen wollen, haben sie bei der EOS 3000 die Wahl zwischen 10 intelligenten Belichtungsprogrammen inklusive 4 Motivprogrammen.

Dank des eingebauten ausklappbaren TTL-Blitzgerätes ist die EOS 3000 auch im Dunkeln ein zuverlässiger Partner.

Doch richtig interessant wird es natürlich mit den manuellen Einstellungen.

DM 679,-*

**EOS 3000 im Set
mit EF 28-80 mm 1:3,5-5,6 II**

* Unverbindliche Preisempfehlung der Canon Euro-Photo GmbH mit Original-Canon Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: September 2000.

Canon

Imaging across networks

Ein Bild von einem Camcorder.

Der neue MV3 ...



... und seine 8-MB-Memory-Card* ...



... in Originalgröße.

DESIGN BIS IN DIE
FINGERSPITZEN:
DER MV3.
CREATED BY CANON.



Hightech zum Anfassen in schönster Form – der neue MV3 ist der kleinste digitale Camcorder der Welt.** Doch nicht nur darüber werden Sie staunen, seine Technik kann sich ebenfalls sehen lassen. Ausgestattet mit einem 1/4"-Progressive-Scan-CCD mit 800.000 Pixeln und RGB-Filter bieten die MC-Versionen die erste Memory-Card-Funktion created by Canon. Weitere Top-Features sind die Photofunktion und der praktische Mehr-Bildschirm. In den i-Versionen ist der MV3 natürlich auch als DV-IN-Variante erhältlich. Informieren Sie sich unter www.canon.de oder direkt bei Ihrem Canon Händler!

MV3 DM 3.199,- MV3i: DM 3.499,- MV3 MC: DM 3.499,- MV3i MC: DM 3.799,-

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

* Mit Memory-Card-Funktion nur in den Versionen MV3 MC und MV3i MC erhältlich. ** Stand: Juli 2000.

Canon

Imaging across networks

Die Spiegelreflex unter den Kompakten:

PowerShot G1

Das aktuelle Topmodell der PowerShot-Familie, die PowerShot G1, erlebt seine Premiere auf der photokina. Neben einer hohen Auflösung von 3,34 Mio. Bildpunkten bietet diese Digitalkamera eine Fülle sinnvoller fotografischer Funktionen, die man bisher nur von hochwertigen Spiegelreflexkameras kennt.



Die PowerShot G1 mit optischem Dreifach-Zoom verbindet die Kompaktheit der PowerShot S-Serie mit der Funktionalität der EOS-Spiegelreflexkameras und wird gehobenen fotografischen Ansprüchen in besonderer Weise gerecht. Sowohl Einsteiger als auch erfahrene, kreative Fotografen haben mit der G1 ein flexibles Werkzeug in der Hand, das von „voll automatisch“ bis „voll manuell“ viel Spielraum sowohl für Schnappschüsse als auch für fotografische Experimente bietet. Die PowerShot-Extras der G1 wie der Panorama-Assistent oder die neue Movie-Funktion sorgen für echten digitalen Mehrwert.

Unverb. Preisempf. **DM 2.499,-** (ab November)



FEATURES

PowerShot G1

- **3,3 Mio. Pixel und 30 Bit interne Farbtiefe** für hervorragende digitale Bildqualität
- **Lichtstarkes (f/2-2.5) 3fach Zoomobjektiv (34–102 mm äquivalent zu KB)**, um ferne Motive nah ran zu holen
- **12 Belichtungsprogramme (inkl. voll manueller Einstellung)** für kreatives Fotografieren
- **ISO 50–400** zur Bewältigung schwierigster Aufnahmesituationen
- **Manueller Weißabgleich** zur Einstellung des Weißpunktes auf die jeweils aktuelle Charakteristik des Umgebungslichtes
- **Standard-Blitzschuh** für hervorragende Ausleuchtung durch externe EOS Systemblitze auch bei großen Distanzen
- **Dreh- und schwenkbarer LCD-Monitor** für direkte Kontrolle der Bilder schon vor der Aufnahme – in jeder Position
- **Serienaufnahmen mit ca. 2 Bildern pro Sekunde** für schnelles Fotografieren
- **Movie-Funktion** für Filmsequenzen bis zu 30 Sekunden
- **CCD-RAW-Modus** für unkomprimiertes Speichern ohne Verluste
- **CompactFlash Typ II** für flexible Speicherkapazitäten bis zu 1 GB**
- **LCD-Monitor mit deutscher Menüführung und Lupenfunktion** für hohe Benutzerfreundlichkeit und zur detaillierten Prüfung aufgenommener Bilder
- **Leistungsfähiger Lithium-Ionen Akku** für anspruchsvollen Dauereinsatz und langanhaltenden Fotospaß
- **Rundum-sorglos-Paket** inkl. Li-Ion Akku, Ladegerät, 16 MB Speicherkarte, Fernbedienung und umfangreichem Softwarepaket
- **PC-connected shooting** zur vollständigen Kontrolle der Kamera durch den Computer via USB-Schnittstelle
- Optionale Weitwinkel- und Telekonverter, Ladegerät für die Autobatterie sowie Nahlinse für noch mehr Flexibilität

** optional

Canon

update

Oktober 2000

Imaging across networks

DIE SPIEGELREFLEX
UNTER DEN KOMPAKTEN:
DIE POWERSHOT G1

DESIGN BIS IN DIE
FINGERSPITZEN:
DER MV3/MV3 MC

MEHR DRIN. MEHR DRAUF.
MEHR MÖGLICHKEITEN:
PRIMA SUPER 90 WIDE

FÜR TECHNISCH UND
KREATIV PERFEKTE BILDER:
DAS EOS 3000 SET

Digitale Neuheit zur photokina:



PowerShot G1

DIGITAL CAMERA

PowerShot
G1