

imaging

+foto contact

10/2001

DM 6,50 ISSN 1430 - 1121

30. Jahrgang G 30605

<http://www.foto-contact.de>

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBranche

**Agfas Herbst/Winter-Promotion
stellt Vista-Filme in den Mittelpunkt:**

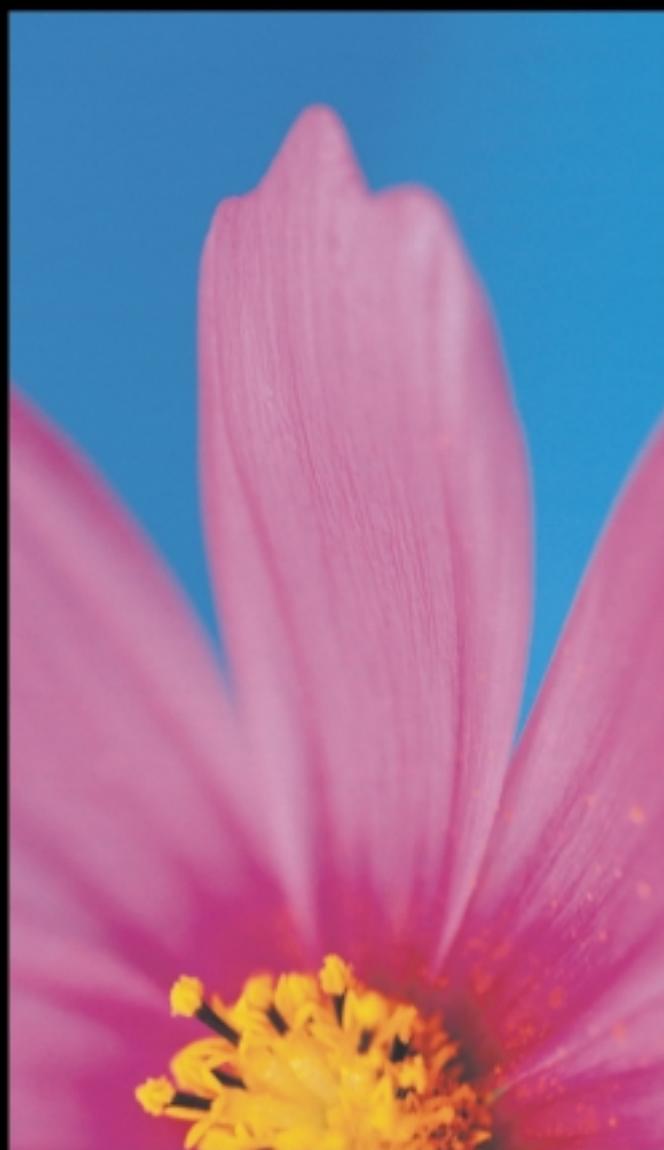
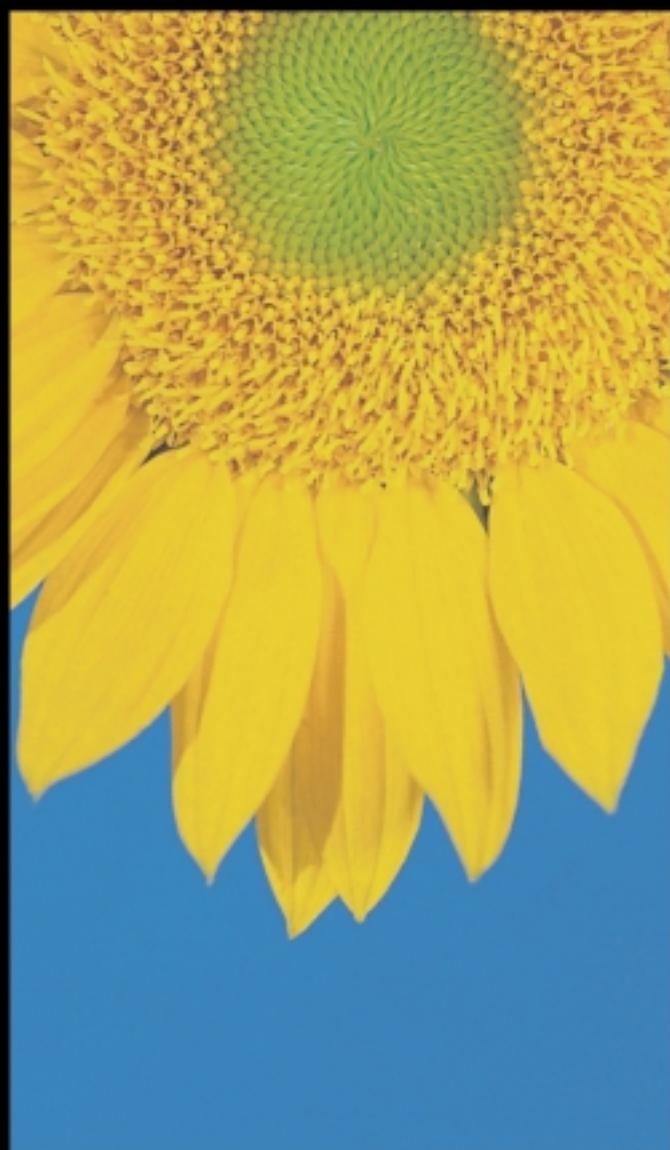
„Für Bilder, die glücklich machen.“



**Wolfgang Marx,
Leiter des Vertriebsbereiches
Consumer Imaging
der Agfa Deutschland
Vertriebsgesellschaft mbH:**

**„Mit unseren Maßnahmen
für den Fotohandel werden wir
den Erfolg unserer
Vista-Filme fortsetzen.“**

Geben Sie Ihren Bildern eine Chance



...mit fotorealistischem ICI Olmec™ Tintenstrahlpapier.

Olmec™



Imagedata

Telephone +44 (0)1206 392424

Fax +44 (0)1206 716639

E-mail sales@ici-imagedata.com

Website www.ici-imagedata.com

Händler in Deutschland:

DOHM GmbH Tel. 07071 91290, Internet, www.dohm.de Global Electronics Tel. 0202 2720131, Internet, www.global-electronics.ch
DGH Großhandel Tel. 0931 9708444, Internet, www.dgh.de dexxit Tel. 0931 9708496, Internet, www.dexxit.de



Zum Titelbild: Agfa Vista-Filme im Mittelpunkt der Herbst/Winter-Promotion

Duo-Bilderpacks für 72 und 54 Bilder sowie umfangreiches PoS-Material stehen im Mittelpunkt der Herbst/Winter-Promotion, die Agfa vor wenigen Tagen gestartet hat. Die Aktion läuft bis Ende Dezember. Sie soll in der tristen, grauen Jahreszeit für lebendige Farbtupfer sorgen. Den Focus richtet Agfa auf die Agfa Vista-Filme, die zur photokina 2001 vorgestellt und soeben von der European Imaging and Sound Association (EISA) mit dem Award European Colour Print Film of the Year 2001-2002 ausgezeichnet wurden. Filmverpackungen, Schütten, Dispenser und Dekoelemente sind gemäß dem Kampagnenmotto „Agfa Vista Film. Bilder, die glücklich machen“ gestaltet. **Seite 8**



imaging+foto-contact-Interviews



Agfa Vista-Filme haben nach ihrer Erstvorstellung auf der photokina 2000 bundesweit in den Handel Einzug gehalten. Sie stehen auch im Mittelpunkt der aktuellen Herbst/Winter-Promotion von Agfa. Wir sprachen mit Agfa-Vertriebsleiter Consumer Imaging, Wolfgang Marx, über die Ziele der angelaufenen Kampagne. **Seite 9**

Eurocolor-Geschäftsführer Christian Prien und Christoph Thurner, Geschäftsführer Eurocolor Digital, beantworteten unsere Fragen zu Online-Fotokonzepten und digitalen Terminals im Fotohandel. **Seite 24**



Und Lutz Brüning, Direktor Marketing Kodak Consumer Imaging, berichtete uns über eine sehr erfolgreich abgeschlossene Kodak Bilder Aktion, bei der Kodak im Sommer gut 21 Millionen Hauswurfsendungen verteilt hatte. Grundlage seiner Aussagen bildeten die Ergebnisse einer Marktbefragung. **Seite 58**

profi-contact

51-56

Editorial
Seite 2

Impressum
Seite 2

Termine
Seite 3

Hochzeitsfotos leicht gemacht
Seite 4

News
Seite 6

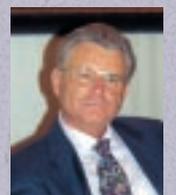


PPS. übernimmt Bremaphot Gruppe

Als Zentrum für Bildkommunikation ist PPS. als kompetenter Anbieter von Profibedarf und Fachlabor-Dienstleistungen gut bekannt. Das Unternehmen, eine 100prozentige Tochter der Medi@Bild Imaging AG, verfügt neben dem Hamburger Stammhaus über Niederlassungen in Berlin, Düsseldorf und Dresden. Nach Aussagen von PPS. Geschäftsführer Edmund Schlegel soll sich an der bisherigen Unternehmensstruktur der Bremaphot Gruppe und an der personellen Besetzung nichts Wesentliches ändern. **Seite 12**

Bilanzpressekonferenz bei europa-foto

Irgendwie hatte man alles schon einmal gehört, was europa-foto-Geschäftsführer Rainer Sattler (Bild rechts) den Fachjournalisten auf der traditionellen Bilanzpressekonferenz in Düsseldorf zu berichten hatte. Es war Sattler schon fast peinlich, auch bei der letzten Pressekonferenz, die er als Geschäftsführer der Eschborner Fotohändlergruppe leitete, die seit Jahren gewohnten Erfolgswahlen zu präsentieren. Aber eben nur fast. **Seite 16**



Sony InfoNet bietet Elemente für Händler-Homepages

Seit einem halben Jahr bietet Sony unter www.sony-infonet.de einen Webauftritt an, der speziell auf die Bedürfnisse der Handelspartner des Unternehmens ausgerichtet ist. Neben zahlreichen Informationen zu den Produktgruppen bieten die Seiten umfangreiche Unterstützung beispielsweise für die Integration von Sony-Buttons auf den Internetseiten der Händler. Mit der Schaltung einer speziellen Seite für die Handelspartner Sonys möchte das Unternehmen dem erhöhten Informationsbedürfnis dieser Kundengruppe entgegenkommen. So bietet das InfoNet über das Informationsangebot hinaus, das sich beispielsweise auf den sony.de-Seiten findet, weiterreichende Unterstützung für den Handel, wie beispielsweise PoS-Materialien, die übers Netz geordert werden können, oder Bausteine für die Gestaltung der Homepage der Händler. Den schnellen und sicheren Zugang zum Sony Internet-Auftritt erhalten die Händler über ein Kennwort und eine Kundennummer. **Seite 42**



Zum Titelbild

Agfa Vista-Filme im Mittelpunkt der Herbst/Winter-PR: Bilder, die glücklich machen **8**

Editorial

Bilder statt Konvergenz **5**

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Das arme steuerzahlende Volk **65**

Industrie

Tura weicht neue Produktionshalle ein **14**

Business und Golfspiel wird immer beliebter **63**

Internationale Messen

Viel Neues auf dem Fujifilm-IFA-Stand **18**

Handel

PPS. übernimmt Bremaphot-Gruppe **12**

Bilanzpressekonferenz bei europa-foto **16**

Sony-InfoNet bietet Elemente für die Händler-Homepage **42**

Nikon lud seine Händler zur Roadshow **49**

APS-Gewinne übergeben **61**

H. D. Lehmann: Das letzte Blatt **66**

Nachrichten 6, 13, 50

imaging+foto-contact-Interviews

Wolfgang Marx, Leiter des Vertriebsbereiches Consumer Imaging bei der Agfa Vertriebsgesellschaft: Herbst/Winter-Promotion wird die Position unserer Filme stärken **9**

Christian Prien, Geschäftsführer Eurocolor, und Christoph Thurner, Geschäftsführer Eurocolor Digital: Ich begrüße die verstärkte Präsenz der Bildterminals im Handel **24**

Pentax Optio 430 mit vier Megapixeln

Mit der neuen Optio 430 Digitalkamera will Pentax die Erfolgsgeschichte fortsetzen, die im August mit der Einführung des kleineren Schwestermodells Optio 330 begann. Die Kamera, deren Abmessungen in etwa denen einer Zigarettenschachtel entsprechen, ist äußerlich baugleich mit der Optio 330. Als wesentlichen Unterschied besitzt sie jedoch einen Vier-Megapixel-Aufnahmekip, der noch hochwertigere Digitalaufnahmen verspricht. Optisch unterscheidet sich die Optio 430 durch die Nennung der Pixelzahl und einen farbigen Ring um das Zoomobjektiv von den Vorgängermodellen. **Seite 48**



Digitales Pendant zur EOS 1V

Mit der EOS 1D stellt Canon eine Profi-Digitalkamera vor, die die präzise EOS-Technologie mit modernster digitaler Aufnahmetechnik verbindet. Mit ihren zahlreichen professionellen Eigenschaften ist sie präzise auf die Anforderungen beruflicher Anwender abgestimmt. Das digitale Pendant zur EOS 1V steckt in einem massiven wasser- und staubresistenten Gehäuse aus einer Magnesiumlegierung.



Seite 36

Lutz Brüning, Direktor Marketing
Kodak Consumer Imaging: Kodak
Bilder Aktion war ein Riesenerfolg **58**

profi-contact

Offizielles Organ
deutscher Berufsphotografen-Verbände **51**

Digital Imaging

Online-Fotofinishing wird immer flexibler **22**

Ricoh Caplio RR1 ermöglicht Ausdrücke bis A3 ... **30**

Neuheiten Digital Imaging **31, 35**

Neue Olympus Digitalkameras vom Einsteigermodell bis zur Profi-SLR **32**

Digitale Version der Canon EOS 1 V **36**

topfoto setzt auf Sony Sofort-Paßbildsystem **38**

Casio bundelt QV-4000 mit 1 GB Microdrive **40**

Sony DSC-P5 in der Praxis **44**

Neue Kodak Inkjet Papiere **45**

Konica Digital Revio KD-300Z und KD-200Z **46**

Pentax Optio 430 mit Vier-Megapixel-CCD **48**

Video

U. Vielmuth: DVD als Renner **64**

Point of Sale

Agfa Vista-Filme im Mittelpunkt der Herbst/Winter-PR: Bilder, die glücklich machen ... **8**

Kodak startet Winterpromotion **57**

PoS-Material begleitet Einführung der Pentax Digitalkamera Optio 330 **60**

Neuheiten 67

Zweiäugige Rolleiflex als Minimodell **28**

Rechtstips 62

Fotoliteratur 68

Klein- und Personalanzeigen 69

Impressum, Inserenten-Verzeichnis 71

Offene Fragen nach der Funkausstellung

Bilder statt Konvergenz

Zwar wurden nach der Internationalen Funkausstellung in Berlin öffentlich zweckoptimistische Stellungnahmen verbreitet, aber richtig zufrieden konnten weder Organisatoren noch Aussteller mit der nach wie vor größten Messe für Unterhaltungselektronik der Welt sein. 370.000 Besucher (davon 140.000 Fachbesucher) bedeuteten einen leichten Rückgang gegenüber der Veranstaltung 1999. Da zu jedem ordentlichen Messe-Abschlußbericht ein Rekord gehört, meldeten die Organisatoren einen Anstieg der Ordertätigkeit des Handels auf rund 4 Milliarden DM und leiteten daraus gute Aussichten für das Weihnachtsgeschäft ab.

Dieses soll in der Consumer Electronics Branche vor allem von Flachbild-Fernsehern sowie DVD-Playern und -Recordern geprägt sein. Digitalkameras wurden zwar als wachstumsträchtiges Segment auch gerne erwähnt, aber die IFA war alles andere als eine Fotomesse. Trotz der vieldiskutierten Konvergenz der Technologien – also dem Zusammenwachsen von Consumer Electronics, Fotografie, Telekommunikation und IT –, war das Messegeschehen in Berlin vornehmlich von der Unterhaltungselektronik geprägt.

Trotzdem bereuten die Fotohersteller, die in einen Messestand auf der IFA investiert hatten, diesen Schritt nicht. Am prominentesten waren Canon und Sony vertreten – also zwei Unternehmen, die ohnehin zur

Stammesbesetzung der Berliner Messe gehören, ebenso wie Metz. Kodak – zehn Jahre nach der Präsentation der Photo CD zum Funkturm zurückgekehrt – und Nikon zeigten ihre Digitalkameras auf Ständen, denen anzusehen war, daß es sich eher um einen Test handelte. Ähnliches gilt für Casio und Plawa. Hama gehört mit seiner umfangreichen Zubehörpalette in den Bereichen Consumer Electronics, Telekommunikation und IT ja ohnehin zur IFA Stammesbesetzung.

Den spektakulärsten Auftritt unter den Newcomern aus der Fotobranche hatte Fujifilm in Berlin – und zwar nicht nur wegen der langjährigen Verbundenheit des früheren Sony Managers und heutigen Fuji Geschäftsleiters Deutschland, Helmut Rupsch, mit der IFA. Fujifilm beschränkte sich nämlich in Berlin nicht nur auf die Präsentation von Digitalkameras, sondern setzte in Zusammenarbeit mit eurocolor einen deutlichen Akzent auf digitale Bild-Dienstleistungen. Mit Erfolg: Die Schlange vor dem eurocolor Order-Terminal war am ersten Messetag so lang, daß auf die schnelle noch ein zweites herbeigeschafft werden mußte. Dabei berichtete die Standbesetzung von der freudigen Überraschung der IFA Besucher, daß man von Digitalkameras auf so einfache Weise echte Fotos bekommen kann.

Das schien die Messebesucher viel mehr zu interessieren als die spek-

takulären Zukunftsszenarien, in denen eloquent geschildert wird, wie die Kunden der Zukunft nicht nur digital fotografieren, sondern ihre Bilder am PC bearbeiten, auf dem Fernsehbildschirm anschauen, zu Hause ausdrucken oder über alle möglichen und unmöglichen Netzwerke rund um die Welt verbreiten. Zum einen sind die Voraussetzungen für die Verwirklichung solcher Entwürfe noch lange nicht geschaffen. Zum anderen scheint das gute alte Foto immer noch das Wichtigste zu sein, was der durchschnittliche Verbraucher vom Fotografieren erwartet.

In der Unterhaltungselektronik, wo bekanntlich auch viel von der Zukunft des Digitalfernsehens, Netzwerken und vernetzten Häusern geredet wird, sieht es im Grunde nicht anders aus: Was am Ende die Kassen klingeln läßt, werden zumindest in absehbarer Zeit eher schicke, flache Fernsehgeräte sein oder DVD-Recorder, die den Videorecorder ersetzen. Auch in der digitalen Welt bleiben die Bedürfnisse der Kunden offensichtlich zumindest zunächst dieselben: Filme ansehen, Musik hören oder eben Bilder anschauen.

Was daraus zu lernen ist: Das Universalgerät, das Fernsehen, Video, PC, Fotografie und Spielkonsole vereint, ist bisher ebenso wenig erfunden wie die Messe, die alle diese Bereiche abdeckt. Das spricht nicht gegen die Konvergenz der Technologien: Auch für den Fotohandel ist es sinnvoll, über den bisherigen Tellerrand hinauszublicken und sich mit Consumer Electronics und Telekommunikation zu beschäftigen. Dabei sollte nur nicht aus dem Blick geraten, was der Verbraucher eigentlich von der Fotobranche erwartet: nämlich Bilder. Und für alles, was damit zu tun hat, gibt es im nächsten Jahr eine bislang ungeschlagene Messeveranstaltung: die photokina. Th. Blömer

PixelNet und Photo Porst wollen stärker mit Kodak GmbH zusammenarbeiten

Die PixelNet AG hat mit ihrer Tochtergesellschaft Photo Porst AG Verhandlungen mit der Kodak GmbH zur Erweiterung der Zusammenarbeit in den Bereichen analoge und digitale Fotografie sowie digitale Bilddienstleistungen aufgenommen. Die Kooperation soll die Märkte in Deutschland und Westeuropa betreffen. In einer gemeinsamen Pressemitteilung wurde betont, daß der weitere Ausbau der bestehenden Kunden-Lieferanten-Beziehung sich auf den Verkauf analoger und digitaler fotografischer Produkte sowie digitaler Bilddienstleistungen – zum Beispiel Bilder auf CD – in den Photo Porst Filialen beziehen soll. Die jeweiligen Kompetenzen der beteiligten Partner sollen dabei genutzt werden, um auf einer einheitlichen System-Basis den Markt für digitale Bilddienstleistungen zu erschließen und die

Kodak Picture CD soll auf Philips Geräten laufen

DVD- und CD-Player von Philips sollen künftig das Format Picture CD von Kodak unterstützen. Das haben Sprecher beider Unternehmen auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin bekanntgegeben. Die ersten DVD-Video-Player und ein tragbarer Audio-CD-Player von Philips, die Kodak Picture CDs abspielen können, sollen im zweiten Quartal 2002 auf den Markt kommen. Ein Prototyp war bereits auf der Berliner Messe auf dem Philips Stand zu sehen. Die 1998 eingeführte Picture CD von Kodak speichert digitale Bilder auf CD. Zusätzlich zu den herkömmlichen Papierbildern kann jeder Fotograf, der einen Film zur Entwicklung bringt, im Fotohandel ganz einfach die Bilder auf einer Kodak Picture CD bestellen. Der Vorteil dabei ist, daß die Bilder nicht nur betrachtet, sondern auch bearbeitet oder mit dem PC per E-Mail verschickt werden können. Kodaks Entwicklungen, die in Zusammenarbeit mit führenden Herstellern der Elektronik-Branche entstanden sind (dazu gehört auch Philips) repräsentieren die aktuellen Bestrebungen, die Konvergenz von digitaler Technologie und klassischer Fotografie voranzutreiben.

Kompetenz von Photo Porst weiter zu stärken. Nach Angaben von Dieter Werkhausen, Geschäftsführer der Kodak GmbH, betreffen die Verhandlungen nicht den Bereich Fotofinishing. Hier verhandelt die Eastman Kodak Company zur Zeit mit der belgischen Spector Group, dem Eigentümer der deutschen Porst Labors, über eine Übernahme.

Herbert Marner tritt in die Geschäftsleitung der KölnMesse GmbH ein

Der Aufsichtsrat der KölnMesse GmbH hat Herbert Marner (46) in seiner Sitzung vom 7. September zum Geschäftsführer bestellt. Er ist in der Geschäftsleitung der Messegesellschaft für den Bereich „Kaufmännische Leitung“ verantwortlich. Marner tritt seine Aufgabe zum nächstmöglichen Termin an. Seit 1999 ist er kaufmännischer Geschäftsführer des Kölner Mobilfunkbetreibers Dolphin Telecom GmbH, war zuvor Bereichsleiter Finanzen und Controlling beim Telekommunikationsunternehmen o.tel.o in Düsseldorf und verfügt über langjährige Erfahrungen in international tätigen Unternehmen sowie in der Finanzierung von Großprojekten.

Fachverband der Photochemischen Industrie stellt neue Broschüre vor

Der Fachverband der Photochemischen Industrie hat die Broschüre „Arbeits- und Umweltschutz bei der photographischen Verarbeitung“ herausgegeben. In Zusammenarbeit mit den Unternehmen Adefo Chemie, Agfa, Fujifilm, Ilford, Kodak, Kodak Polychrome Graphics und Tetenal wurde die Broschüre veröffentlicht und kann bei den beteiligten Unternehmen oder dem Fachverband der Photochemischen Industrie bezogen werden. Die Broschüre informiert die Anwender über die aktuelle Rechtslage im Abwasser- und Abfallrecht und erläutert betriebliche Möglichkeiten zur Einhaltung der Vorschriften. Daneben werden die gesetzlichen Vorschriften zum Arbeitsschutz und zur Lagerung dargestellt. Zielgruppe der Broschüre sind die Mitarbeiter und Verantwortlichen in Betrie-

CeWe Color stellt die Produktion in Ulm ein

Ein Jahr nach der Übernahme des Betriebes Ulm Color Frenzel hat CeWe Color beschlossen, die Produktion dort im Herbst auslaufen zu lassen und die Kunden und Umsätze in das große und leistungsfähige Werk nach Germering (München) zu überführen. Ulm Color Frenzel wurde Anfang Oktober 2000 von CeWe Color aus einer Insolvenz übernommen. Nach einer Übergangsphase von zirka einem Jahr sieht CeWe Color den Zeitpunkt gekommen, den kleinen und logistisch nicht unbedingt erforderlichen Standort Neu-Ulm aufzugeben und die Umsätze in ein anderes, größeres und leistungsfähigeres Werk zu übernehmen. Angesichts der wirtschaftlichen Rezession, des noch verschärften Preiswettbewerb und der kommenden Umstellung auf die digitale Fotografie, überprüft CeWe Color konsequent die eigene Struktur. In diesem Sinne wurde im Frühjahr 2001 bereits das kleinste der französischen Werke in Lourdes geschlossen. Allen Mitarbeitern des Betriebes in Neu-Ulm werden Arbeitsplätze in den übrigen CeWe Color Betrieben angeboten. Die Kosten für Sozialplan und Schließung werden nach Abschluß der jetzt beginnenden Verhandlungen im dritten bzw. vierten Quartalsbericht 2001 berücksichtigt und kommuniziert.

ben zur Verarbeitung von Filmen und Papieren auf Silberhalogenid-Basis, insbesondere Fotolabore, Druckereien (Druckvorbereitung) und Röntgen.

Portrait-Seminare zur „Hybriden Fotografie“ von Fujifilm

Welcher Weg zum professionellen Bild ist der sinnvollste, hilft Umsätze zu steigern und neue Geschäftsfelder zu generieren? Fujifilm will diese Frage in einer Serie von Seminaren für professionelle Portrait-Fotografen beantworten. Gezeigt wird vor allem, wie neue digitale Techniken im Zusammenspiel mit konventionellen Methoden sinnvoll kombiniert und effizient eingesetzt werden können. Die folgenden Seminartermine stehen bereits fest: 14./15.10.: Schloßhotel Neufahrn; 21./22.10.: Parkhotel Weiskirchen, 6./7.11.: Burg Colmberg.

OLYMPUS

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

Make a difference

CAMEDIA C-200

Digitalfotografie leicht gemacht

- 2,1 Mio. Pixel CCD
- 3fach optisches Zoom plus 1-3fach stufenloses Digitalzoom
- einfache Handhabung
- USB-Anschluß



CAMEDIA C-4040

Leistungsfähig wie eine SLR-Kamera

- 4,1 Mio. Pixel CCD
- 3fach optisches Zoom plus Digitalzoom
- vielfältige Belichtungseinstellung
- Quick Time Motion
- USB-Anschluß

CAMEDIA P-400

Erstklassige Digitalfotoprints in Sekundenschnelle

- 314 dpi-Thermosublimationsdrucker
- bis zu DIN A4-große Farbprints
- Druckgeschwindigkeit 90 Sek. pro Print
- Mehrfachdruck
- 2 Speicherslots: SmartMedia u. PC Card II
- USB- und Parallel-Schnittstelle



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 • E-Mail: bremaphot@t-online.de

... mit einem Verkaufsbüro auch in Ihrer Nähe!



Bilder, die glücklich machen. Agfa Vista Film.



Bilder, die glücklich machen. Agfa Vista Film.



Sympathie weckende Porträts symbolisieren das Motto der aktuellen Herbst/Winter-PR von Agfa: „Bilder, die glücklich machen“.

Agfa Vista-Filme im Mittelpunkt der Herbst/Winter-PR „Bilder, die glücklich machen“

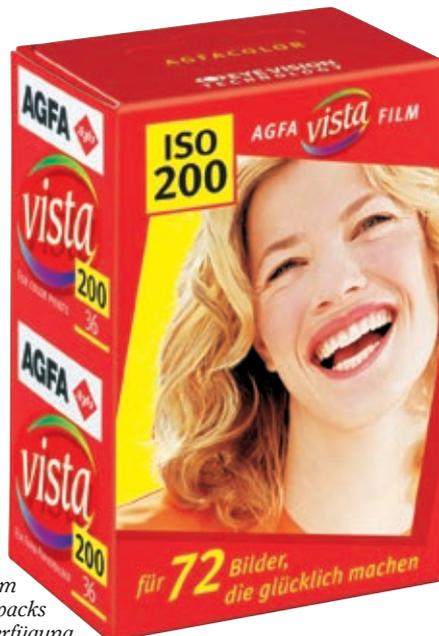
Duo-Bilderpacks für 72 und 54 Bilder sowie umfangreiches PoS-Material stehen im Mittelpunkt der Herbst/Winter-Promotion, die Agfa vor wenigen Tagen gestartet hat. Die Aktion läuft bis Ende Dezember. Sie soll in der tristen, grauen Jahreszeit für lebendige Farbtupfer sorgen. Den Focus richtet Agfa auf die Agfa Vista-Filme, die zur photokina 2001 vorgestellt und soeben von der European Imaging and Sound Association (EISA) mit dem Award European Colour Print Film of the Year 2001–2002 ausgezeichnet wurden. Filmverpackungen, Schütten, Dispenser und Dekoelemente sind gemäß dem Kampagnenmotto „Agfa Vista Film. Bilder, die glücklich machen“ gestaltet.

Obwohl die Tage kürzer und die Nächte länger werden, muß die Fotografierleidenschaft nicht abnehmen. „Ob beim Herbstspaziergang, auf Festen und Parties oder bei einem aktionsreichen Skiwochenende, es gibt eine ganze Reihe passender Momente, auch in der kalten Jahreszeit zur Kamera zu greifen“, meinte Michael Weyer, Trade Marketing Manager bei Agfa. „Mit unserem Promotion-Paket möchten wir den Fotohandel beim Verkauf aktiv unterstützen und Kunden auf die vielfältigen Möglichkeiten zum Fotografieren aufmerksam machen.

Voraussetzung für erfolgreichen Foto-

spaß auch in den letzten Monaten eines Jahres sind die richtigen Fotomaterialien. Filme, die die Farben so zeigen, wie sie in der Natur sind. Filme wie die Agfa Vista-Filme. Besonderes Merkmal dieser Filmkollektion, die inzwischen die Vorgängerfilme HDC plus komplett abgelöst hat, ist die Eye Vision Technologie. Sie sorgt nach Aussage des Herstellers für ausgezeichnete Farben, Schärfe und Feinkörnigkeit in allen

Die Agfa Vista-Filme der Empfindlichkeitsklassen ISO 200/24° und ISO 400/27° stehen im Rahmen der aktuellen Promotion als Doppelpacks mit jeweils 54 oder 72 Aufnahmen zur Verfügung.



Fortsetzung auf Seite 10

„Herbst/Winter-Promotion wird die Position unserer Filme stärken“

Agfa stellt die Vista-Filme in den Mittelpunkt der aktuellen Herbst/Winter-Promotion. Wie immer soll dem Handel dabei die Möglichkeit geboten werden, mit Hilfe der beliebten Doppel- und Mehrfachpacks Mehrumsatz zu erzielen. **imaging+foto-contact sprach mit Wolfgang Marx, Geschäftsbereichsleiter Consumer Imaging bei der Agfa Vertriebsgesellschaft, über die Hintergründe der aktuellen Verkaufsförderungsaktion.**

imaging+foto-contact: Herr Marx, Agfa hat zur photokina 2000 eine neue Generation Vista-Filme und verbesserte Futura APS-Filme in den Markt eingeführt. Wie sind die neuen Materialien beim Verbraucher angekommen?

Wolfgang Marx: Seit ihrer Einführung haben die neuen Vista- und Futura II-Filme beim Handel und bei den Kunden starke Beachtung gefunden. Das liegt ohne Zweifel daran, daß die neue Filmkollektion mit der Eye Vision Technologie ausgestattet ist. Dieses besondere Merkmal macht die aktuellen Materialien zu absolut praxistauglichen Filmen mit augengerechten Farben sowie reinem Blau und Grün. Auch bei Leuchtstoffröhrenlicht kommen keine Farbverschiebungen mehr vor. Die Qualität der Vista Filme wurde inzwischen auch von unabhängiger Seite bestätigt: Die European Imaging und Sound Association (EISA) hat der Vista-Kollektion den Award European Colour Print Film of the Year 2001–2002 verliehen. Über diese Auszeichnung freuen wir uns natürlich besonders.

imaging+foto-contact: Wie sieht die Situation im Markt aus? Die Vista-



Wolfgang Marx, Leiter des Vertriebsbereiches Consumer Imaging der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft mbH in Köln.

Filme sollten ab der photokina 2000 die Vorgängermaterialien der HDC plus Serie ablösen. Ist dies inzwischen geschehen?

Wolfgang Marx: In den zurückliegenden Monaten hat die Vista-Filmgeneration das Vorgängersortiment HDC plus flächendeckend im Fotohandel ersetzt. Auch die meisten Verbraucher fragen inzwischen nur noch nach diesen Filmen. Das hängt sicherlich mit unserer Probierfilmaktion in den Monaten Juli und August zusammen, in der wir mit unserer Sonderlänge von 20 Aufnahmen breite Verbraucherschichten nochmals mit der neuen Filmqualität vertraut gemacht haben. Im Zusammenhang mit dieser Aktion berichteten auch die Großlabore von einer hohen Zahl von Filmeingängen, die dank der ungewohnt kurzen Länge von 20 Bildern pro Film zu unmittelbarer Bildproduktion geführt haben.

imaging+foto-contact: Sie sind also hinsichtlich der neuen Filmgeneration mit dem bislang Erreichten zufrieden?

Wolfgang Marx: Tatsächlich sind wir mit der Entwicklung des Filmgeschäf-

tes zufrieden. Denn neben den Filmen in der Sonderlänge haben auch positive Tests und die Preisverleihung durch die EISA zu einer starken Nachfrage geführt. Außerdem dürfte der Erfolg auch an dem im Sommer eingeführten Slogan „Agfa Vista Filme für Bilder, die glücklich machen“ liegen. Diese Aussage setzen wir jetzt in den aktuellen Herbstpacks um. Wir zeigen auf den Verkaufspackungen Bilder von fröhlichen Menschen, die den Verbraucher unmittelbar aus der Schütze heraus zum Kauf anregen werden. Wir sind absolut davon überzeugt, daß unsere Herbstpromotion in ihrer Gesamtheit den erfolgreichen Weg der Vista-Filme in den Markt nicht nur fortsetzen wird, sondern ihn verstärkt.

imaging+foto-contact: Wie stellt sich die Situation der Agfa-Vertriebsgesellschaft unabhängig von der aktuellen Filmpromotion dar, nachdem der Agfa-Vorstand das Kaufangebot eines Investors abgelehnt hat?

Wolfgang Marx: Wir konzentrieren uns im Bereich Consumer Imaging in Deutschland darauf, die Marke Agfa auf den Gebieten digitale Minilabs und Film herausragend zu positionieren. Ich meine, wir sind auf einem guten und erfolgreichen Weg. Lassen Sie mich die Gelegenheit nutzen, um mich an dieser Stelle für die Unterstützung durch unsere Handelspartner zu bedanken und damit den Wunsch zu verbinden, daß unsere Kunden dem Filmgeschäft trotz der Herausforderung digitaler Erfolge weiterhin die Aufmerksamkeit schenken, die es aufgrund seiner Bedeutung in der gegenwärtigen Bilderproduktion verdient.

imaging+foto-contact: Vielen Dank für das Gespräch.

Interview mit Wolfgang Marx, Leiter des Vertriebsbereichs Consumer Imaging der Agfa Vertriebsgesellschaft in Köln

Fortsetzung von Seite 8

ISO-Klassen. Ihre exzellente Farbwiedergabe war den Angaben zufolge das ausschlaggebende Argument für die Auszeichnung mit dem EISA-Award. Agfa greift die Preisverleihung auf und stattet Plazierungsmittel wie Schütten und Theken-Dispenser sowie Werbematerialien mit dem EISA-Logo aus, das dem Kunden gegenüber die hohe Qualität der Filme deutlich machen soll.

Multipacks mit Sympathie weckenden Bildmotiven

Highlight der Filmaktion sind neue Aktionsduos. Die Multipacks enthalten zwei Vista-Filme und sind mit auffälligen, Sympathie weckenden Bildmotiven bedruckt. Damit sollen sie den Verbraucher zum Kauf und zu fröhlichen Herbstaufnahmen anregen. Das Angebot umfasst Zweierpackungen mit Agfa Vista 200 und 400 für 54 oder 72 Bilder, „die glücklich machen“. Mit dem hoch-



empfindlichen Agfa Vista 400 Duo-Bilderpack bietet Agfa ein passendes Angebot für die dunkle Jahreszeit. Der Agfa Vista 200 Duo ist als Alternative für diejenigen Fotografen gedacht, die auch im Winter nicht auf die bekannte Qualität dieses Vista Allroundfilms verzichten wollen.

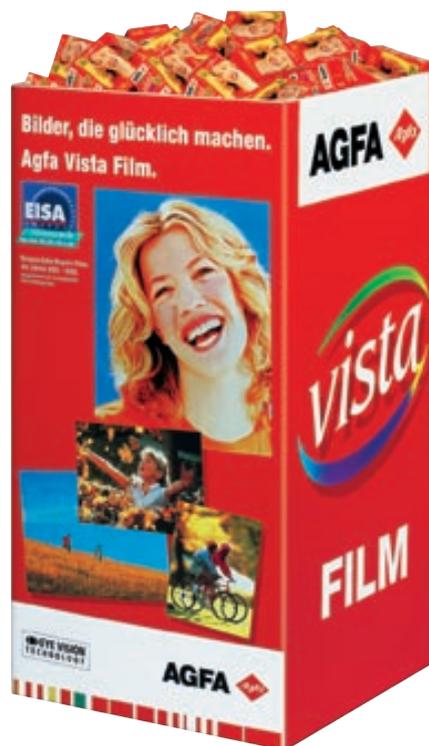
Für den Point of Sale hält Agfa neue Thekendispenser bereit. Darin befinden sich jahreszeitgemäß insgesamt 20 ISO 400- bzw. 800-Filme der Vista-Reihe zum günstigen Probierpreis. Ein preislich ebenso erwähnenswertes Angebot ist darüber hinaus der Dreierpack mit Futura 200-Filmen in den drei Standardlängen (jeweils 15, 25 oder 40 Aufnahmen) für insgesamt 80 Fotos.

Auch Diafans sollen auf ihre Kosten kommen

Außerdem gibt es auch für die Diafilm-Gemeinde Herbst- und Winter-Specials: Der 99er-Diapack mit dem CT precisa 100 steht ebenso zur Verfügung wie das CT precisa 200-36-Duo. Auch der Klassiker unter den Diafilmangeboten darf bei dieser Promotion nicht fehlen: der CT precisa 100-36 Compact-Safe mit zehn Filmen für insgesamt 360 Bilder.

Abgerundet wird das Angebot der Herbst/Winter-Promotion durch Agfas LeBox-Einwegkameras. Dank ihrer kompakten Form und der einfachen Bedienung bleiben sie gute Begleiter für den spontanen Fotospaß unterwegs.

Die mit Blitz ausgestattete LeBox Go Flash eignet sich beispielsweise für Aufnahmen bei der Après-Ski-Party, während die wasserresistente LeBox Ocean auch einen Ausflug auf die Skispiste oder eine Schneeballschlacht unbeschadet übersteht; selbst dann, wenn sie einmal in die weiße Pracht fällt. Die Kleinbildkamera Agfa Magic Click bringt Agfa im Rahmen der Promotion



in einer neuen Verpackung. Sie ist besonders preisgünstig und enthält neben Batterien ein Exemplar des Agfa Vista 400 Films mit 15 Aufnahmen.

Werbe- und Dekosortiment für den Point of Sale

Für den Point of Sale steht eine breite Palette an Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien bereit. So können die Agfa Vista-Filme in einer mit Herbstmotiven und dem EISA-Logo bedruckten Schütte für 100 Aktionsduos und einem speziellen Thekendispenser für 30 Packs angeboten werden. Eine neutrale Schütte mit dem Agfa-Logo bietet Raum für weitere Aktionspacks. Ein Leuchtdisplay, das den Diafilm Agfa CT precisa präsentiert, Blockbilder und Poster sowie ein Standplakat mit dem Promotion-Motto „Agfa Vista Film. Bilder, die glücklich machen“, das als Eye-Catcher im Schaufenster dienen kann, runden das Dekosortiment ab.



Ein spezielles Leuchtdisplay soll die Diafans ansprechen.

NOW! IT'S A DIGITAL WORLD.

CONSEQUENCE • HH

Manche würden alles tun, um mit der neuen CASIO QV-4000 aufgenommen zu werden.

4 Millionen Pixel scharf: Die neue QV-4000.



BESTSHOT



Jetzt mit **2 Jahren Garantie** CASIO

Es gibt viel zu entdecken.

Mit der neuen Digital Camera QV-4000 erreichen Sie jetzt eine Profi-Auflösung von 4,13 Millionen Pixel und machen den Schritt in die nächste Generation der Digitalfotografie! Möglich wird das durch die hohe Qualität der optischen, elektronischen und mechanischen Eigenschaften der QV-4000: Mit ihrem lichtstarken, dreifach optischen Canon-Zoom-Objektiv, dem integrierten Blitz, USB-Schnittstelle, TV-Video-Anschluss, der CompactFlash®-Schnittstelle I/II und der Speicherung im JPEG- oder TIFF-Format sind Sie für alle Szenen gerüstet. Auf der optional erhältlichen 1 GB IBM Microdrive Mini-Festplatte können Sie dann bis zu 8.213 Bilder speichern. Dass trotz dieser Funktionsvielfalt der QV-4000 die Bedienung auch noch einfach und übersichtlich bleibt, dafür sorgen u.a. die 5 integrierten **BESTSHOT**-Aufnahmeszenarien, 100 weitere Voreinstellungen auf CD und die deutsche Menüführung. Die QV-4000 ist ab sofort komplett inklusive wiederaufladbaren NiMH-Akkus und Ladegerät im Handel erhältlich.

- 4,13 Millionen Pixel Hochauflösung mit bis zu 2240 x 1680 Pixel
- Deutsche Menüführung
- USB-Schnittstelle
- Leichte Anschlussmöglichkeit an PC, Video, Notebook
- 3fach-optischer Zoom, Autofokus
- Automatische und manuelle Einstellungsmöglichkeiten
- Inklusive Photo Loader-Software 2.0
- Bonus-CD mit 100 **BESTSHOT**-Einstellungen
- Leistungsstarke NiMH-Akkus und Ladegerät



CASIO/REDA Product PC

PC, Notebook

TV, Video

QV-Digital Cameras



Jetzt im preiswerten Bundle mit IBM Microdrive erhältlich!

DIGITAL CAMERA

CASIO
www.casio.de

Unternehmensstruktur soll erhalten bleiben

Als Zentrum für Bildkommunikation ist PPS. als kompetenter Anbieter von Profibedarf und Fachlabor-Dienstleistungen gut bekannt. Das Unternehmen, eine 100prozentige Tochter der Medi@Bild Imaging AG, hinter der der Hamburger Unternehmer Thomas J. C. Matzen steht, verfügt neben dem Hamburger Stammhaus über Niederlassungen in Berlin, Düsseldorf und Dresden.

Die Bremaphot Gruppe ist das größte deutsche Unternehmen des klassischen Großhandels für den Fotohandel und Berufsfotografen. Amateurprodukte werden vorwiegend von Bremaphot Biedebach & Co. mit zehn Nieder-



Auf der turnusmäßigen Herbsttagung der Vereinigung von Grossisten für Photo und Imaging (VGP) tauschten sich die Mitglieder intensiv über die aktuelle Situation des Großhandels und die Werbemaßnahmen in den kommenden Monaten aus; von rechts: Peter Dinkel (Dominik Dinkel KG), Kurt Bauer (J. H. Annacker), Gerhard Kleiber (Photo Universal), Wilfried Bening (Bremaphot), Jürgen Lorenz (Wöltje), Edmund Schlegel (PPS.), Bernd Dührkop (Kleffel + Aye), Stefan Brückner (Batavia) und VGP-Geschäftsführer H. J. Blömer.

PPS. übernimmt Bremaphot Gruppe

lassungen bundesweit vertrieben. Die Kleffel+Aye (GmbH & Co.) bedient mit zwölf Niederlassungen vorwiegend Profifotografen und Fachanwender. Zudem gehören die Hansephot GmbH in Neuendorf bei Rostock und die Münchener Photo-Elgas GmbH zum Unternehmensverbund.

Nach Aussagen von PPS. Geschäftsführer Edmund Schlegel soll sich an der bisherigen Unternehmensstruktur der Bremaphot Gruppe und an der personellen Besetzung nichts Wesentliches ändern. „Die Übernahme der Bremaphot Gruppe stärkt die drei Säulen des Geschäfts von PPS. ganz wesentlich“, erläuterte Schlegel dem imaging+fotcontact. „So können wir mit der erfolgreichen Kleffel+Aye Organisation die Kompetenz unserer Profishops multiplizieren und mit Bremaphot um den klassischen Großhandel erweitern. Dazu kommt das Versandgeschäft, das wir nach der Übernahme von „film art“ weiterhin in seriöser Weise betreiben wollen. Das bedeutet, daß wir unseren

Großhandelsaktivitäten nicht selbst Konkurrenz machen, sondern vorwiegend Kunden ansprechen, denen keine unserer Niederlassungen in räumlicher Nähe zur Verfügung steht.“

Auch wenn durch die stärkere Bedeutung von Kooperationen und Einkaufsgruppen der klassische Großhandel in den vergangenen Jahren Marktanteile verloren hat, sieht Schlegel für diesen Vertriebsweg durchaus eine gute Chance. „Viele Industrieunternehmen bauen ihren eigenen Außendienst ab. Damit ergibt sich für den Großhandel mit kompetenter Kundenbetreuung eine gute Gelegenheit, diese Kompetenz in den Dienst der Lieferanten aus der Industrie zu stellen und den bewährten Vertriebsweg neu zu positionieren.“

Dabei sollen vor allem die Aktivitäten im digitalen Segment gestärkt werden, wo PPS. über besondere Kompetenz verfügt. Das Unternehmen bietet in seinen Niederlassungen eine umfangreiche Palette digitaler Produkte und Dienstleistungen an. Zudem ist die

Muttergesellschaft Medi@Bild Imaging AG im Aufbau von Bilddatenbanken für Großkunden aktiv und mehrheitlich an der Hamburger Software Entwicklungsgesellschaft Zweitwerk beteiligt. Auch Wilfried Bening, Generalbevoll-



PPS. Geschäftsführer Edmund Schlegel sieht für den klassischen Großhandel auch unter veränderten Marktbedingungen gute Chancen.

mächtiger der Bremaphot Gruppe und Gesellschafter der nun verkauften Firmen, ist sicher, mit PPS. den richtigen Partner für die Zukunftssicherung der Bremaphot Gruppe gefunden zu haben. „Wir haben ein Unternehmen mit einer etablierten Marktposition und hervorragenden Kundenkontakten verkauft.“

Ich bin sicher, daß PPS. durch seine Kapitalstärke und Kompetenz auf dem Fotomarkt gute Voraussetzungen mitbringt, um die Umstrukturierungen vorzunehmen, die zur Fortsetzung der erfolgreichen Unternehmensgeschichte der Bremaphot Gruppe notwendig sind.“

Bening, der im kommenden Jahr sein 60. Lebensjahr vollendet, wird Ende dieses Jahres als Generalbevollmächtigter aus der Bremaphot Gruppe ausscheiden. Das übrige Management bleibt für das operative Geschäft verantwortlich, ebenso wie die bewährten Mitarbeiter.

Großhandelskollegen informiert

Auf der turnusmäßigen Herbsttagung der Vereinigung von Grossisten für Photo und Imaging (VGP), die am 20. September in Ratingen bei Düsseldorf stattfand, konnten sich die Mitgliedsfirmen aus erster Hand über die Veränderungen bei der Bremaphot Gruppe

informieren. Wilfried Bening, Generalbevollmächtigter der Bremaphot Gruppe und bis Mai dieses Jahres 1. Vorsitzender der VGP, Bremaphot Geschäftsführer Bernd Dührkop und PPS. Geschäftsführer Edmund Schlegel informierten ihre Kollegen detailliert über die Veränderungen der Eigentumsverhältnisse. Die VGP Grossisten nahmen dabei mit Zufriedenheit zur Kenntnis, daß die Bremaphot Gruppe auch in Zukunft in der bewährten Weise auf Partnerschaft mit Industrie, Kunden und Kollegen setzt. Edmund Schlegel wies auf die guten Möglichkeiten hin, die sich für den Großhandel ergeben, wenn durch verstärkte Zusammenarbeit ein echter Mehrnutzen für Lieferanten und Kunden realisiert wird.

Neben den Veränderungen bei der Bremaphot Gruppe befaßten sich die Photogrossisten mit weiteren wichtigen Tagesordnungspunkten. Dazu gehörte die bewährte VGP-Weihnachtswerbung: Auch in diesem Jahr wird den

Kunden des Großhandels in Zusammenarbeit mit dem C.A.T.-Verlag ein attraktiver Werbe-Prospekt mit einem für jeden einzelnen Fotohändler interessanten Produktangebot zur Verfügung stehen.

Auch auf den bewährten „grossen fotokatalog“ in den beiden Ausgaben „Handel“ und „Fach- und Profi-Markt“ brauchen die Kunden des VGP Großhandels im kommenden Jahr nicht zu verzichten. Dabei wird die Ausgabe „Fach- und Profi-Markt“ voraussichtlich auch von PPS. mit eigenem Einband eingesetzt. Die Aktualität des vom Fotohandel hoch geschätzten Kataloges, der auch in den Einkaufszentralen der Großindustrie sehr beliebt ist, wird durch regelmäßige Nachträge, die weiterhin der Fachzeitschrift *imaging+fotoccontact* beiliegen, und durch ständige Aufnahme von Produktneuheiten in die Internet-Präsentation des Kataloges gewährleistet. Das bereits jetzt umfangreiche Informationsangebot soll in Zukunft noch erweitert werden.

i+fc Nachrichten

Verband F+O wählt neuen Vorsitzenden

Auf der Mitgliederversammlung in Berlin am 11. September hat der Verband der deutschen feinmechanischen und optischen Industrie e.V. (Verband F+O) einen neuen Vorsitzenden gewählt. Nach sechsjähriger Amtszeit gab Randolph Rodenstock (Optische Werke G. Rodenstock) sein Amt als Vorsitzender ab. Mit überwältigender Mehrheit wählten die Mitglieder Dr. Utz Claassen (Vorstandsvorsitzender Sartorius AG, Göttingen) zu Rodenstocks Nachfolger. Claassen war bereits seit Juli 1999 Vorsitzender der Landesgruppe Niedersachsen/Bremen und seit September 1999 als Schatzmeister Mitglied des engeren Vorstandes auf Bundesebene. Als weitere Mitglieder wurden neu in den engeren Vorstand gewählt: Dr. Michael Kaschke (Mitglied des Vorstandes Carl Zeiss), Norbert Thiel (Geschäftsführer Jenoptik LOS) und Michael Koller (geschäftsführender Gesellschafter MMM Münchener Medizin Mechanik).



Die Jury mit Edmund Schlegel (PPS.), Gerd Kock (Hasselblad) und Professor F. C. Gundlach wertet die Arbeiten der Nachwuchsfotografen aus.

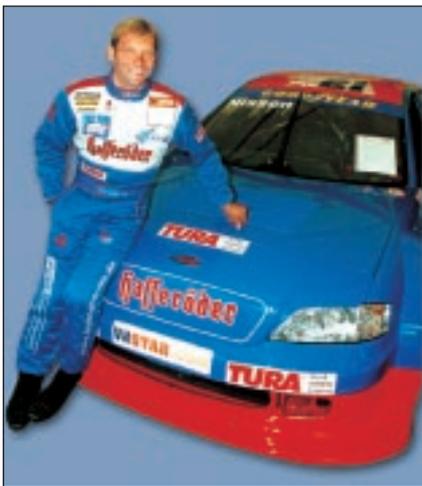
PPS. fördert Mittelformat-Nachwuchsfotografen

PPS. und Hasselblad hatten bereits im Januar eine Kooperation zur „Förderung von Nachwuchsfotografen im Mittelformatbereich“ gegründet, die dem Nachwuchs ein öffentliches Forum bieten soll. Als erste Nachwuchsfotografin wird im Rahmen dieser Zusammenarbeit derzeit Sabine Hauler mit ihrem Werk „Pisa um 1490“ in den PPS. Verkaufsräumen präsentiert. Ab November werden Haulers Bilder durch die Arbeiten von vier weiteren Nachwuchsfotografen abgelöst, die jetzt von einer Jury ausgewählt wurden. Der Jury gehörte neben Edmund Schlegel (PPS.) und Gerd Kock (Hasselblad) auch noch Professor F. C. Gundlach an. Ursprünglich war geplant, lediglich eine Arbeit zu zeigen, aber viele der eingereichten Bilder überzeugten durch eine ausgesprochen hohe Qualität, so daß sich die beiden Unternehmen für eine Gruppenausstellung entschieden.



Einweihung neuer Produktions- halle

Am 7. September dieses Jahres feierte die Tura AG mit Sitz in Düren als einer der ältesten Fotomaterialhersteller der Welt ihr 100jähriges Bestehen. Zu der Feier waren viele Gäste aus Politik, Industrie, Handel und natürlich die Mitarbeiter des Unternehmens gekommen. Ein Höhepunkt der Festivitäten war die Einweihung der neuen Produktions- und Lagerhalle auf dem Gelände des Unternehmens in Düren-Mariaweiler.



Tura sponsert die neue Motorsportdisziplin V8Star. Der Rennfahrer und Gewinner verschiedener deutscher Tourenwagenmeisterschaften, Kris Nissen, findet, daß die Tura-Produkte gut zum Motorsport passen, da dort enorm viel fotografiert werde.

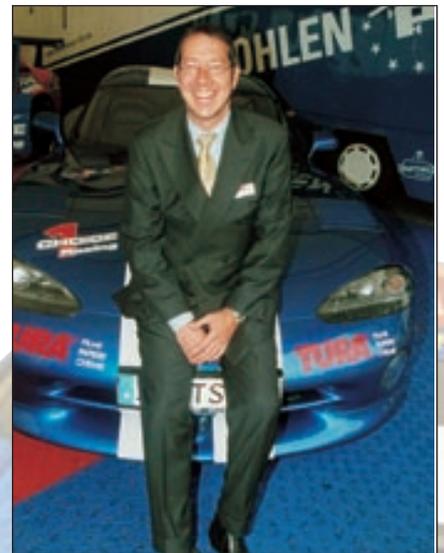
Seit 1949 firmiert Tura in Düren, wo eine ehemalige Papierfabrik die idealen Voraussetzungen für die Herstellung von Fotopapieren und Filmen bietet. Diese gehören neben Einwegkameras und Chemie mit zu den Produkten, mit denen die Tura AG den Fachhandel beliefert. Eine Besonderheit des Tura-Sortiments stellen die Private-Label-Angebote dar, mit denen jeder Fotohändler die Möglichkeit erhält, Filme unter seinem eigenen Namen zu verkaufen. In seiner Festtagsrede zeigte der Vorstandsvorsitzender der Tura AG, Dr. Thilo Senst, die Erfolgsbilanz des Unternehmens auf, das seit 1996 bis zum Jahre 2001 ein durchschnittliches



Die Schaffung zwanzig neuer Arbeitsplätze konnte Dr. Thilo Senst im Zusammenhang mit der Erweiterung Turas durch die neue Produktionshalle bekanntgeben.

Wachstum von 50% pro Jahr aufweisen konnte. Für weiteres Wachstum werde die neue Produktions- und Lagerhalle sorgen: „Die neue Halle wird auch Platz schaffen für einen zusätzlichen Rollenschneider, mit dem sich der Fotopapier-Anteil, der zur Zeit zirka 35 % ausmacht, noch einmal elementar steigern wird,“ so Dr. Senst. Gegenwärtig werde der Umsatz noch durch eine geringe Produktionskapazität beschränkt,

obwohl bereits in drei Schichten gearbeitet werde. Der studierte Jurist und ehemalige Staatsanwalt ist trotz einiger Unkenrufe der Branche überzeugt: „Ich bin zu 100% sicher, daß der klassische Film Tura noch die nächsten Jahre



Wolfgang Härter, Vorstand Marketing und Vertrieb der Tura AG, unterstützt seit dem 1. April dieses Jahres tatkräftig das weitere Wachstum des Unternehmens.

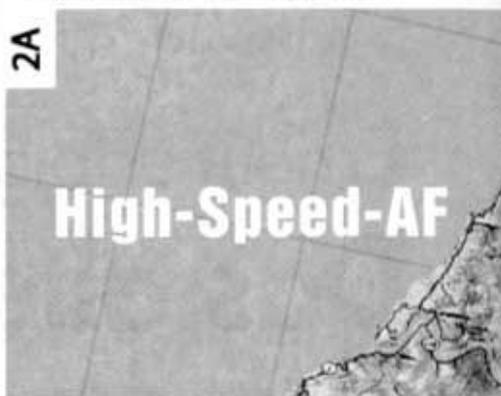
begleiten wird“. Er geht davon aus, daß sich der Tura-Umsatz innerhalb der nächsten drei Jahre verdreifachen werde. „Tura“, so prognostiziert er, „wird als 4. oder 5. Anbieter weltweit eine interessante Alternative werden. Ein wichtiger Faktor für weiteres Wachstum sei dabei auch der neu gegründete digitale Bereich mit den beiden Geschäftsfeldern „plakativ-digitale Textilien“ und Luminis-Produkte. Bei der letztgenannten Produktgruppe handelt es sich um hauchdünne metallisch beschichtete Folien mit einer Phosphorpaste, die über ein Netzgerät zum Leuchten gebracht werden können. Luminis-Produkte lassen sich auf Grund ihrer hohen Leuchtkraft, des dünnen Materials und der Möglichkeit, durch einfaches Wechseln des Backlit-Films neue Werbemotive zum Leuchten zu bringen, für vielfältige Anwendungszwecke einsetzen. höl

Neu: die Dynax 5

1A



2A



High-Speed-AF

4A



1/4000 s

5A



7A



8A

- **AF-Messfeld:** extragroß, mit zentralem Kreuzsensor
- **ADI-Blitzsteuerung**

Unverbindl. Preisempf. **EUR 419.-**
DM 619,-

10A



13A




MINOLTA
The essentials of imaging



Erneut erfolgreichstes Jahr der Geschichte

Das alte Neue von europa-foto



Zeigten sich mit dem abgelaufenen europa-foto-Geschäftsjahr zufrieden: europa-foto-Geschäftsführer Rainer Sadtler (Bilder links, l.), der Anfang 2002 von Robby Kreft (Bilder links, r.) abgelöst wird, die Verwaltungsräte Robert-Alexander Rutten (Vorsitzender, Bilder unten, l.) und Klaus-Dieter Pinger (stellvertretender Vorsitzender, Bilder unten, r.) und C. Udo Neumann (Bilder unten, M.), Mitarbeiter der europa-foto-Zentrale.

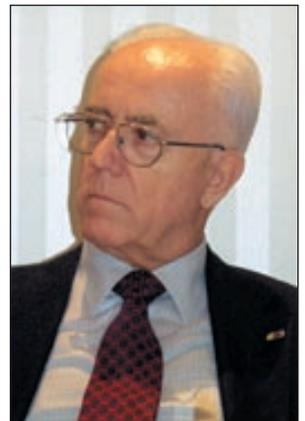
Sadtler: „Insgesamt ergibt sich ein Anstieg des Warenumsatzes der europa-foto-Zentrale von 286 Mio. DM auf 312 Mio. DM (plus neun Prozent). Fügt man den vermittelten Fotoarbeiten-Umsatz der Zentrale mit 34 Mio. DM hinzu, erwirtschaftete diese insgesamt 346 Mio. DM (plus 8,3 Prozent).“ Auffallend an diesen Zahlen sei, daß der Umsatz pro Mitarbeiter der Zentrale mit 14,4 Mio. DM weit über vergleichbaren Zahlen von Verbundgruppen ähnlicher Branchen liege, meinte Sadtler.

Der Bilanzgewinn erhöhte sich um 499.200 DM auf 8,273 Mio. DM. Dies entspricht einem Plus von 6,4 Prozent. „Entsprechend der Höhe des Bilanzgewinnes erhielten die Mitglieder für das Jahr 2000 Gewinnausschüttungen von zirka 8,27 Mio. DM“, so Sadtler. „Hinzu kommen noch alle von der

Irgendwie hatte man alles schon einmal gehört, was europa-foto-Geschäftsführer Rainer Sadtler den Fachjournalisten auf der traditionellen Bilanzpressekonferenz in Düsseldorf zu berichten hatte. Es war Sadtler schon fast peinlich, auch bei der letzten Pressekonferenz, die er als Geschäftsführer der Eschborner Fotohändlergruppe leitete, die seit Jahren gewohnten Erfolgswahlen zu präsentieren.

Aber eben nur fast. Ein bißchen Stolz schwang in seinem Vortrag mit. Berechtigter Stolz, denn was Sadtler zu sagen hatte, verdiente Respekt: Die gesamte Gruppe steigerte im Geschäftsjahr 2000 ihren Umsatz, Lagergeschäft und Umsatz der Zentrale kletterten in bis dahin nicht gekannte Höhen, und die Gewinnausschüttung an die Mitglieder erreichte ebenfalls einen neuen Höchststand.

Doch der Reihe nach: Der konsolidierte Endverbraucher-Umsatz für Produkte der Bereiche Foto, Video, Unterhaltungselektronik, Fotoarbeiten, Atelier, gewerbliche Abnehmer und branchenfremde Umsätze betrug nach den Worten des scheidenden Geschäftsführers,



der Ende des Jahres von Robby Kreft abgelöst wird, per 31. Dezember 2000 1,366 Mrd. DM. „Diese Steigerung um 16 Mio. DM berücksichtigt einerseits die Mitgliederbewegung und die Marktentwicklung“, erläuterte Sadtler, „andererseits ausschließlich Inlandsumsätze – keine Umsätze mit ausländischen Partnern oder Tochterunternehmen.“

Positives gab es auch von den Geschäftsführern der europa-foto-Zentrale zu berichten. So verzeichnete diese im Vermittlungsgeschäft im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 6,1 Prozent (242 Mio. DM/257 Mio. DM). Den Umsatz im Eigengeschäft (Lagerumsatz der Zentrale) gab Sadtler mit 55 Mio. DM an. Das entspricht einer Steigerung von 26,4 Prozent im Vergleich zu 1999.

Zentrale ausgehandelten Rabatte, Boni, Gutschriften, Konditionen und sonstige Vergünstigungen, die die europa-foto-Zentrale sofort nach Eingang den Mitgliedern zur Finanzierung ihres laufenden Geschäftes ausschüttet.“ Diese Ausschüttungssumme lag im Jahr 2000 bei 22,504 Mio. DM.

Zukunftskonzept

Nach den nüchternen Zahlen der Bilanz ging Sadtler erneut auf das Zukunftskonzept europa-foto-Fachgeschäft TOP-2003 ein, das er der Presse erstmals 1999 vorgestellt hatte. Ziel des Konzeptes ist den Ausführungen zufolge die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit aller europa-foto-Mitglieder, die effektivere Gestaltung der Dienstleistungen entsprechend den Bedürfnissen



Nicht zuletzt durch Workshops, die über die europa-foto-Zentrale organisiert wurden, sind viele europa-foto-Mitgliedsunternehmen inzwischen mit eigenen Homepages im Internet zu finden.

der Mitglieder und eine spezielle Betreuung und Bindung der umsatzstärksten Händler.

„Zahlreiche Händler nahmen im vergangenen Geschäftsjahr das Angebot kostenloser Kreativworkshops in Anspruch, um Defizite auf dem Weg zum Ziel auszugleichen“, sagte Sadtler. In diesen Kreativworkshops wurden zu diversen Themen mit anerkannten Experten praktikable Lösungen zu vielen betriebswirtschaftlichen Fragen erarbeitet. Sadtler: „Besonders gut besucht war der Kreativworkshop ‘Eigene Web-

seiten im Internet’, der die teilnehmenden Händler in die Lage versetzte, ihren eigenen Internetauftritt zu minimalen Kosten zu produzieren.“

Dienstleistungen

Nicht nur in der Fotobranche gilt nach Meinung des europa-foto-Geschäftsführers seit Jahren der Grundsatz „Information ist alles“. Ein umfassend informierter Fachhändler könne seine Entscheidungen auf vollkommen andere Voraussetzungen aufbauen, als einer, der erst alle Informationen mühsam suchen müsse. Daher werde es in immer höherem Maße die Aufgabe der Verbundgruppenzentralen sein, Informationen zu sammeln, auszuwerten und zur Verfügung zu stellen. Die europa-foto-Zentrale komme dieser Forderung bereits heute mit einer Fülle von Möglichkeiten für das einzelne Mitglied nach, so Sadtler.

Dazu zählen beispielsweise Trainings- und Schulungsmaßnahmen sowie die schon erwähnten Kreativworkshops, die für ein maßgeschneidertes Angebot für den interessierten Händler sorgen. Täglich aktualisierte Preise im Intranetsystem Elbe (Elektronisches Liefer- und Bestellsystem) sowie eine wöchentlich erstellte Lagerpreisliste sorgen bei europa-foto für aktuelle Preise. Eine oft aktualisierte, bebilderte Infobroschüre über Digitalkameras, Drucker und Scanner und eine solche über Camcorder mit allen technischen Daten sollen beim Mitglied stets für Überblick sorgen. „Weil hier Hinweise

auf Zubehör inklusive der dazugehörigen Bestellnummern nicht fehlen, ist zum Beispiel der Verkauf von Zubehör im vergangenen Geschäftsjahr um über 100 Prozent gestiegen“, teilte Sadtler den Journalisten mit.

Ein weiteres Angebot für Mitglieder stellen Betriebsvergleiche dar. Sie versetzen die europa-foto-Unternehmen in

Mitglieder erhalten über 22,5 Mio. DM

die Lage, sich mit anderen Firmen der gleichen Branche und Größe zu vergleichen und gezielte Maßnahmen bei erheblichen Abweichungen zu ergreifen.

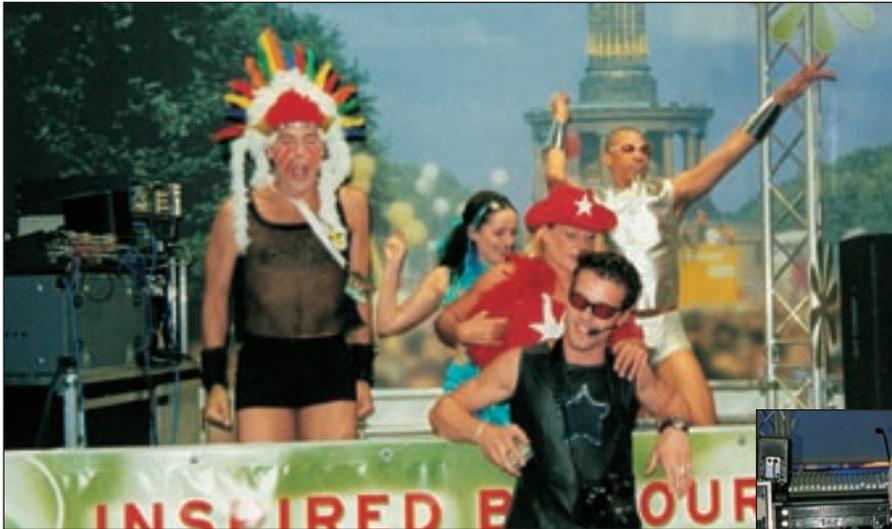
Erfa-Tagungen, Hinweise auf Marktentwicklungen, Organisationsberatung, eigene Messeauftritte und Infos über Messeneuheiten runden das Informationsangebot der Zentrale ab.

Zusammenarbeit mit dem DVF

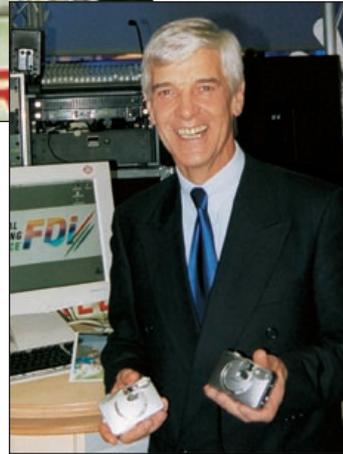
Die Zusammenarbeit zwischen dem Deutschen Verband für Fotografie (DVF) und europa-foto wurde nach Sadtlers Worten weiter intensiviert. Die zur Zeit zirka 18.000 Mitglieder des DVF und seiner angeschlossenen Fotoclubs genießen bei europa-foto-Händlern Privilegien. Ziel der Aktivitäten sei, so der scheidende Geschäftsführer, eine enge Bindung der DVF-Mitglieder an europa-foto-Fachhändler. Durch einen neu gestalteten DVF-Mitgliedsausweis, von denen derzeit rund 5.000 Stück ausgegeben sind, können sich die DVFLer legitimieren. hepä

259 Mitgliedsfirmen gehören zu europa-foto

Zum Stichtag 31.12.2000 gehörten der europa-foto-Gruppe 259 Mitgliedsfirmen mit 577 Verkaufsstellen an. Die Standorte dieser Vertriebsstellen verteilen sich über das gesamte Bundesgebiet. „Während die Gruppe über eine geringere Mitgliederzahl als andere Händlerkooperationen verfügt, liegen jedoch die Umsatzgrößen der einzelnen Mitglieder sowie der Vertriebsstellen erheblich über denen anderer Gruppen“, führte europa-foto-Geschäftsführer Rainer Sadtler auf der Bilanzpressekonferenz aus. „Aufgrund der Qualität der Mitgliederstruktur ergibt sich für das einzelne Mitglied eine durchschnittliche Betriebsgröße von 3,8 Mio. DM und ein durchschnittlicher Verkaufsumsatz pro Vertriebsstelle von 1,865 Mio. DM.“ europa-foto werde auch unter der Führung des neuen Geschäftsführers Robby Kreft der bisher schon befolgten Maxime zur Mitgliederstruktur „Klasse statt Masse – Qualität statt Quantität“ Rechnung tragen, betonte Sadtler.



Achtmal pro Messtags machte Fujifilm die Besucher der Internationalen Funkausstellung in Berlin mit einer attraktiven Show auf sich aufmerksam. Zu sehen gab es unter anderem neue Analog- und Digitalkameras, die Helmut Rupsch, Geschäftsleiter Sales Division, *imaging+foto-contact* präsentierte.



Neue Kameras und viele News auf dem Fujifilm-IFA-Stand

Mit einer Aufmerksamkeit erregenden Show, zahlreichen neuen digitalen und analogen Kameramodellen, neuen Produkten und Services aus dem Bereich digitale Bilddienstleistungen und vielen anderen News hat sich Fujifilm auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin präsentiert. Fachjournalisten hatten nicht nur am Fujistand Gelegenheit, sich zu informieren, sondern auch auf einer Pressekonferenz.

Dort erläuterte Fujifilm Geschäftsleiter Sales Division, Helmut Rupsch, die derzeitige Marktposition des Düsseldorfer Unternehmens und die Perspektiven auf dem digitalen Fotomarkt. Diese sind nach Rupschs Worten hervorragend,

denn zum einen geht Fujifilm als derzeitiger europäischer Marktführer in das Jahresend- und Weihnachtsgeschäft, zum anderen zeigen den Ausführungen des Geschäftsleiters entsprechend aktuelle Marktuntersuchun-



Die FinePix 2600 Zoom mit einem Pixel-Aufnahmechip und die FinePix A201 mit einem Pixel-Aufnahmechip sind zwei der neuen Digitalkameras von Fujifilm.

gen, daß Fujifilm sowohl mit dem bestehenden Sortiment als auch mit den neuen Produkten ausgezeichnet positioniert sei. „Den Marktbefragungen zufolge planen rund fünf Prozent der Deutschen den Kauf einer Digitalkamera“, so Rupsch, „und jeder Dritte interessiert sich dabei für ein Modell im Preissegment unter 1.000 DM.“

Daß Fujifilm vor diesem Hintergrund von der Marktentwicklung profitiere, stehe für ihn außer Frage, meinte

Rupsch. Denn zum einen habe Fujifilm unter dem Motto „Nicht die Pixel zählen, sondern die Bildqualität“ hervorragende Kameras im gesamten Preisbereich zu bieten, zum anderen stimme auch die Fujifilm „Software“ rund um das digitale Bild, also die unterschiedlichen Bilddienstleistungen, die der Kunde nutzen könne, um von seinen Digitalbildern „echte“ Fotos zu bekommen.

So böten allein die inzwischen 270 installierten digitalen Minilabs eine Fülle von Serviceangeboten, und auch über das Internet könne der Kunde die verschiedensten Bilddienstleistungen von Fujifilm in Anspruch nehmen.

Digitalkameras

Als Highlight unter den neuen Digitalkameras hatte Fujifilm die FinePix 2600 Zoom mit nach Berlin gebracht. Sie verfügt über einen 2,1 Millionen Pixel CCD Sensor und ein Fujinon-Objektiv mit optischem Dreifach-Zoom 38 bis 114 mm (entsprechend Kleinbild). Weiterhin bietet die Kamera Autofocus, automatische Belichtung und automatische Weißabgleich. Die Bilder können bei einer maximalen Auflösung von 1600 x 1200 Pixeln als JPEG in drei Qualitätsstufen gespeichert werden. Auf dem 1,8-Zoll Farb-LCD-Bildschirm lassen sich die Bilder oder Videos direkt nach der Aufnahme überprüfen. Feine Details werden dabei per Fünffach-Zoom dargestellt. Die Kamera speichert die Bilddaten auf wechselbaren Smart-Media-Karten und überträgt sie per

USB Schnittstelle auf einen Computer. Die mitgelieferte FinePixViewer Software ermöglicht das Betrachten und Sortieren der aufgenommenen Bilder und deren Online-Versand über das Internet.

An Digitaleinsteiger wendet sich Fujifilm mit der FinePix A101 und der FinePix A201. Auch diese beiden Modelle besitzen eine USB-Schnittstelle, über die sie auch als Webcam nutzbar werden. Zudem können Videoclips ohne Ton aufgenommen werden. Die FinePix A101 verfügt über einen CCD Sensor mit 1,3 Millionen Pixeln, die FinePix A201 bietet einen CCD Sensor mit zwei Millionen Pixeln. Beide Kameras sind mit einem hochauflösenden optischen Fujinon-Objektiv ausgestattet, das einer Brennweite von 36 mm bei Kleinbildkameras entspricht. Weitere Ausstattungsmerkmale sind Selbstauslöser, vierfacher Wiedergabe-Zoom und Digital Print Order Format: Damit kann der Fotograf festlegen, welches Bild gedruckt werden soll und ob ein Datum im Bild erwünscht ist.

Analogkameras

Auch neue analoge Kameras für das Kleinbild- und das Advanced Photo System gab es auf dem Fujistand zu sehen. So stellte das Unternehmen zum Beispiel die Zoom



Mit den Modellen Nexia Q1 (großes Bild), Zoom Date 1000 (Bild links unten) und Zoom 70 (Bild rechts unten) baut Fujifilm auch das Sortiment an analogen Kameras aus.



100 Millimeter, ein großes LC-Display und eine Multifunktionstaste für die einfache Handhabung. Mit einem modernen Design kommen die Zoom 70 und Zoom Date 70 daher. Sie folgen



Katalog zeigt aktuelle Produkte auf 84 Seiten

Fujifilm hat den neuen Katalog Herbst/Winter 2001/2002 vorgestellt. Er gibt einen Überblick über das aktuelle Produktangebot und liefert damit unter dem Motto „Inspired by your dreams“ auch Ideen für Weihnachtsgeschenke. Im Mittelpunkt stehen Digitalkameras für Einsteiger und Profis und Neuheiten aus der analogen Welt von Film, Kleinbild- und APS-Kameras. Auf 84 Seiten finden sich aber nicht nur Produkte mit allen technischen Spezifikationen und Preisen, sondern auch Bilder, die Auge und Gefühl des Betrachters ansprechen sollen.

Date 1000 vor. Sie ist mit einer Aluminiumfront ausgestattet und war zum Zeitpunkt ihrer Markteinführung nach Angaben Fujifilms die kleinste Kamera ihrer Zoomklasse (Stand Juli 2001). Zu den technischen Kennzeichen gehören der Brennweitenbereich 28 bis

dem Vorgängermodell DL 270 Zoom Super und verfügen über ein 35 bis 70 Millimeter Fujinon Zoom-Objektiv. Einfache Handhabung, Autofocus, Automatikblitz mit Rote-Augen-Reduktion, Selbstauslöser- und Easy-Loading-Funktion sind weitere Kennzeichen.

Die Nexia 230ix Z ist eine genauso kompakte wie leichte APS-Kamera. Das leistungsfähige Fujinon-Objektiv mit 2,1fach Zoom verfügt über eine Brennweite von 24 bis 50 mm. Der Autofocus arbeitet ab einer Motiventfernung von 0,9 Meter.



Neue FinePrint Papiere und Finelink Tinten

Fujifilm bietet ab sofort neue FinePrint Papiere für Tintenstrahldrucker der Hersteller Epson und Canon. Sie sind nach Angaben Fujifilms rund 20 Prozent preiswerter als die entsprechenden Materialien der Originalhersteller. Das Sortiment umfaßt High Glossy Premium Papier und Premium Papier in den Stärken 180 bis 250 g/m². Alle Papiere sind fotogriffig und fotoanmutend. Sie trocknen schnell, sind wasserabweisend und bilden beim Druck keine Wellen. Weiterhin bietet Fujifilm neue wasserbasierende und biologische Finelink Tinten, bei denen der Alterungsprozeß nahezu abgeschlossen ist. Sie zeichnen sich deshalb nach Unternehmensangaben durch brillante Farben und eine optimale Lichtbeständigkeit aus. Die Neuheiten gibt es zur Markteinführung einzeln oder als Starterpaket mit je zehn Blatt Glossy Premium Papier und Premium Papier sowie je einer Tintenpatrone in den Farben Schwarz, Cyan, Magenta und Yellow.

Weitere Features: Automatikblitz mit Rote-Augen-Reduktion, drei Bildformate, Datenfunktion und Drop-In-Loading Verfahren.

Mit der Nexia Q 1 kreierten die Fujifilm-Designer eine Fashion-Kamera für den Fotografen-Nachwuchs. Die Kamera besitzt ein 22 mm-Objektiv, Autofocus und Automatikblitz und zeigt sich kompakt und leicht ungewöhnlich in der Form. Das Leichtgewicht (130 Gramm) wird in den drei Farben Orange, Blau, Silber angeboten.

ANALOG, DIGITAL, PHÄNOMENAL:

Mehr **Umsatz** kann man auf **1,54 m²** nicht machen.

Speichert bis zu 12 000 Bilder
für eine schnelle und einfache Nachbestellung

Vielfältige Korrekturmöglichkeiten bei
Kontrast, Farbe und Dichte, Über- und
Unterbelichtung, „Rote Augen Effekt“,
Schärfe, Gegenlicht, Farbsättigung...

Offen für Digitales:
CD-Rom, KODAK Picture CD, DC Speicherkarten,
ZIP, Diskette und Internet

Einfache Bedienung per Touch-Screen

Kodak

DIGITALES MINILAB SYSTEM

Hier können Sie eingeben, was Sie wollen – es kommen immer zufriedene Kunden raus. Alle Daten werden digital verarbeitet: Für eine bessere Bildqualität, eine Vielzahl von Korrektur- und Bearbeitungsmöglichkeiten und zusätzliche Extras für zusätzliches Geschäft, vom Schmuckrahmen bis zum Kalender. Bilder entwickeln, scannen, bearbeiten, ausbelichten oder digital ausgeben – alles innerhalb von Minuten. Alles weitere: siehe unten. Lassen Sie sich diese Umsatzchance nicht entgehen. Lernen Sie das neue Digitale Minilab System kennen: **0711-406 52 07**.

Willkommen in der digitalen Welt von Kodak

Digitale Ausgabe:
CD-Rom, ZIP, Diskette und Internet

Digitale Ausbelichtung:
Bilder von 9x13 bis 24x30 cm, Index Prints.
Auf KODAK EDGE, ROYAL, DURALIFE, PORTRA
und METALLIC Papier.

Extras für zusätzliches Geschäft:
Schmuckrahmen, Kalender, Passbilder und Multi-Prints,
Visitenkarten, Bild in Bild, Ausschnitte, Vergrößerungen ...

Offen für Analoges:
APS Film
35 mm Negativ Film
35 mm Dia
Papierabzüge



Online Fotofinishing-Dienste werden immer flexibler

Bilder über das Netz und Handy

Die Zahl der Online-Anbieter von Fotofinishing-Dienstleistungen steigt inzwischen beinahe täglich. Ob Fotounternehmen, Labore oder branchenfremde Services, es gibt kaum noch ein Unternehmen, das nicht den Weg übers Netz für die Entwicklung digitaler Bilder im Programm hat. Die Angebote selber werden immer vielfältiger (vgl. unsere detaillierte Auflistung im ifc 7/2001, S. 40 bis 45) und beschränken sich inzwischen nicht mehr ausschließlich auf die Bestellung der Bilder über den heimischen Computer oder über eine Annahmestation im Fotogeschäft.

Canon

Canon Europa hat kürzlich die Übernahme des Online-Fotospezialisten Fotango bekanntgegeben und bereichert damit den Markt des Online-Fotofinishing um ein weiteres Angebot. Fotango wurde 1999 in London gegründet und hat sehr schnell eine breite Kundenbasis in Europa aufgebaut. Fotango-Kunden können ihre Online-Fotos mit Freunden und der Familie gemeinsam auf dem Computerbildschirm ansehen und sie in digitalen Fotoalben ablegen.

Zum Versandangebot des Online-Services zählen Fotos, Nachbestellungen oder als Präsent weiterverarbeitete Ausdrucke. Dazu muß der Kunde lediglich seinen herkömmlichen Film in einem vorbezahlten Briefumschlag an Fotango senden. Der Empfang und die Fertigung der Bilder werden von dort per E-Mail an den Kunden bestätigt. Von diesem Zeitpunkt an stehen die Bilder zum Ansehen auf der Webseite zur

Schon auf der MSN Startseite weist ein Button auf die Fotodienstleistungen hin.



Verfügung. Natürlich können auch Kunden mit digitalen Kameras ihre Bilddaten über Fotango auf die Webseite stellen lassen. Von hier aus sind die Daten weltweit verfügbar und stehen für die Bestellung von Fotos bereit.

Foto Quelle/Yahoo!

Eine im Juli gebildete Kooperation zwischen Foto Quelle und Yahoo! führte dazu, daß über die Internetseiten des vorrangig als Suchmaschine bekannten Webangebots Yahoo! nun auch Fotofinishing-Dienstleistungen geordert



Ab sofort gibt es auch auf der Internetseite von Yahoo! einen Printservice für Bilder, den das Unternehmen in Kooperation mit Foto Quelle anbietet.

werden können. Die Printabzüge werden direkt per Post gegen Rechnung zugestellt oder können in jeder beliebigen Filiale, bei Foto Quelle, Karstadt oder Hertie abgeholt werden. Die Shop-Abholung der Bilder ist nicht nur günstiger, sondern wird auch von den Kunden immer mehr genutzt, wie Foto Quelle betont. Jeder Internet-Nutzer kann ganz einfach via Mausclick sowohl Abzüge von den digitalen Fotos aus den Yahoo! Foto-Alben als auch von Fotos direkt von der Computerfestplatte, CD-ROM oder dem Speichermedium der digitalen Kamera mit der kostenlos herunterladbaren IPS-Software (Internet-Print-Service) bestellen.

Voraussetzung für die Nutzung von Yahoo! Fotos ist lediglich eine Yahoo! ID. Mit dieser können sich Nutzer weltweit von jedem Rechner aus bei Yahoo! Fotos einloggen und die gesamten Services in Anspruch nehmen. Der Printservice für digitale Bilder findet sich unter <http://fotos.yahoo.de>.

Fujifilm/MSN

Auch Fujifilm ist eine Kooperation mit dem Internetportal MSN eingegangen, um gemeinsam Synergien zu bündeln. Die Zusammenarbeit mit MSN bedeutet, daß Fujifilm sowohl von dem Expertenwissen der Firma Microsoft auf dem Gebiet der Entwicklung von Fotosoftware profitiert als auch von der Möglichkeit, durch das Web das größtmögliche globale Publikum zu erreichen. Durch den Verbund mit Fujifilm können Fotos sowie Geschenke mit Fotoaufdruck ganz einfach per Mausclick und rund um die Uhr geordert werden. Der neue Foto-Service unter www.photos.msn.de wird künftig in 27



Die Fotodienstleistungen des Internetportals MSN werden von Fujifilm ausgeführt.

Ländern verfügbar sein. Seit August hat Fujifilm die gesamte Abwicklung des Foto- und Geschenke-Dienstes für allein 14 europäische Nationen übernommen. Für die globale Expansion baut MSN auf die Erfahrungen mit dem vergleichbaren Service „Picture It!“ in den USA, bei dem, so heißt es in der

Fujifilm Pressemitteilung, seit dem Launch im November monatlich über zwei Millionen Zugriffe erzielt wurden. In Deutschland wird die über MSN bestellte Ware per Post zugestellt. Für die persönliche Abholung stehen rund 2600 Fujifilm-Vertragshändler zur Verfügung.

PixelNet AG

Die 1999 als Tochter der Batavia Multimedia gegründete PixelNet AG baut das Marktsegment „e-Photography“ und damit das Angebot von ans Internet gebundenen Fotodienstleistungen durch Kooperationen und Übernahmen kontinuierlich aus. Der Auftritt der PixelNet AG unter www.pixelnet.de wurde im August komplett neu aufgelegt, so daß jetzt eine mehrere Terabyte umfassende Bilddatenbank, die von der Lura-Tech GmbH entwickelt wurde, als Online-Fotoalbum zur Verfügung steht. Seit der photokina 2000 verwaltet die Bilddatenbank den gesamten digitalen Fotobestand des PixelNet-Labors und bietet den Nutzern die komfortable Verwaltung der Bilder im Hochleistungs-Kompressionsformat LuraWave an. Im Zuge des Relaunch wurde das modernisierte Corporate Design in die Layout-Gestaltung des Webauftrittes integriert und die Navigationsstruktur maßgeblich verbessert.

Photo Porst

Die neue Datenbank kommt auch den Photo Porst Filialen zugute. Im Februar dieses Jahres hatte die PixelNet AG die Übernahme von Photo Porst und damit zirka 2000 Standorten realisiert und führte dadurch online- und offline-Bilderdienste in einem Konzern zusammen. Unter www.photo-porst.de steht den Kunden nun auch das von Lura-Tech entwickelte Online-Fotoalbum zur Verfügung und damit die komfortable Archivierung, Verwaltung und Bearbeitung von digitalen Fotos. Kunden können im Webalbum ihre digitalen Bilder auch direkt vom PC hochladen. Die Bilder lassen sich in beliebig vielen persönlichen Alben zusammenstellen und mit Titel und Texten versehen. Via E-Mail können die Bilder versendet oder jederzeit nachbestellt werden. Die Bild-

daten werden nicht nur auf Papier, sondern auf Wunsch auch auf einer Tasse, einem Mousepad oder einem T-Shirt wiedergegeben. Ein besonderes Highlight des Albums ist eine komfortable Online-Bildbearbeitung. Durch den Einsatz der Bildkompression LuraWave genügt das Laden eines kleinen Teils der Originalbilddatei, so daß Veränderungen sehr schnell durchgeführt werden können. Photo Porst Vorstand Dr. Walter Kroha plant zudem die Umrüstung der an die hundert in den Photo Porst-Filialen vorhandenen Captura-Digitalstationen bis zum Ende dieses Jahres, so daß diese künftig auch für die Annahme digitaler Bilder am Point-of-Sale und die Ausgabe von Bilder-CDs ausgerüstet sind.

Jamba

Das neueste Dienstleistungsangebot im Zusammenhang mit der PixelNet AG ermöglicht jetzt sogar die Bestellung von Bilddienstleistungen übers Handy. Die Verantwortlichen von Jamba!, der PixelNet AG und Photo Porst haben auf der IFA das Jamba! Fotoalbum vorgestellt, einen vollkommen neuen Service für Handybesitzer. Jeder registrierte Jamba!-Nutzer, dies sind seit Juli über eine Million, kann sich mit dem neuen Dienst ein ganz persönliches Fotoalbum anlegen, das er im Internet wie auch per WAP-Handy oder PDA ansehen und anderen zeigen kann.

Der User gelangt über sein Handy in das Fotoarchiv, über das er per Klick die Bilder ansehen, als E-Mails oder E-Cards verschicken oder als Papierbilder



Jamba!-Vorstandsmitglied Marc Samwer, Dr. Walter Kroha, Vorstand Photo Porst, und Martin Köhler, Leiter Category Management Telecom bei der Photo Porst AG (v. l.), stellten auf der IFA das Jamba! Fotoalbum vor, mit dem Anwender jetzt auch Bilder über ihr wap-fähiges Handy ordern können.

100 % Digital

10 % Investition



PCR Filmrecorder

- ➔ Digitale Daten auf Film belichten
- ➔ Ausgabe auf bestehendem analogem Lab
- ➔ Neues Umsatzpotential



DOHM®

DOHM GmbH · Blumenstr. 31
D-72127 Mähringen
Tel. 070 71/91 29-0 · Fax 91 29-31
www.dohm.de · e-mail: info@dohm.de

bestellen kann. Bevor die Fotos allerdings über ein WAP-Handy abgerufen werden können, müssen diese auf der Jamba!-Webseite in das persönliche Fotoalbum hochgeladen werden. Dazu muß der Nutzer den Link „Bilder hinzufügen“ auswählen. Wenn er seine Fotos bei Photo Porst zur Entwicklung abgegeben hat, kann er sich die Fotos auch direkt auf sein Handy oder in sein Jamba! Fotoalbum übertragen lassen. Für die Ansicht erhält er eine passende PIN. „Damit wird das mobile Fotoalbum auch für alle Anwender nutzbar, die zwar eine Kamera und ein Handy besitzen, jedoch keinen PC mit Scanner und umfangreicher Ausstattung zur digitalen Bildbearbeitung“, erklärt das Jamba!-Vorstandsmitglied Alexander Samwer. höl

Fujicolor digital Services von Eurocolor

„Ich begrüße die verstärkte Präsenz der Terminals beim Handel“



Christoph Thurner, Geschäftsführer von Eurocolor Digital, und Christian Prien, Geschäftsführer Eurocolor, präsentierten weitere Ergänzungen ihres digital Services-Konzeptes.

Bereits 1998 auf der photokina hat Eurocolor das Konzept der digitalen Dienstleistungen mit den dazugehörigen Terminals vorgestellt. Dieses hat sich so bewährt, daß immer noch die gleichen Stationen wie damals im Einsatz sind und lediglich die Komponenten des Systems, wie zum Beispiel die Software oder weitere Dienstleistungen, verfeinert wurden.

imaging+foto-contact sprach mit Christian Prien, Geschäftsführer Eurocolor, und Christoph Thurner, Geschäftsführer von Eurocolor Digital, über die neuesten Entwicklungen der Fujicolor digital Services.

imaging+foto-contact: Auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin haben Sie eine neue Basic- und eine neugestaltete Classic-Version Ihrer Terminals vorgestellt. Wie würden Sie die augenblickliche Situation bei diesem Weg des digitalen Bildergeschäftes beschreiben?

Christian Prien: Zu diesem Thema möchte ich einmal ganz generell sagen, wie sehr ich die verstärkte Präsenz von Terminals und Stationen für die Annahme von digitalen Dateien am Markt und auch in den Medien begrüße. Ich würde sogar soweit gehen zu sagen, daß ich auch die Aktivitäten der Wettbewerber in dieser Beziehung begrüße. Es kann nur in unserem Sinne sein, daß

so viele digitale Bilder in den Handel und in die Labore kommen wie möglich.

imaging+foto-contact: Kann man in etwa abschätzen, wieviele digital gefertigte Aufnahmen inzwischen tatsächlich die Labore für die Ausbelichtung erreichen?

Christian Prien: Von 300 digital aufgenommen Bildern, die pro Digitalkamera pro Jahr zur Zeit aufgenommen werden, landen ganze vier Bilder schließlich beim Fotofinishing. Gerade mal 20 Prozent aller aufgenommenen digitalen Bilder werden zur Zeit ausgedruckt oder im Fotolabor ausbelichtet.

imaging+foto-contact: Welche Bilderzahlen für die Entwicklung würden Sie sich wünschen?

Christian Prien: Unser Ziel ist es, daß die überwiegende Mehrzahl der digitalen Bilder im Labor ausgeprintet werden. Es ist unsere Aufgabe, zusammen mit der Industrie und dem Handel dem Verbraucher nahezubringen, wie bequem und preiswert das geht.

imaging+foto-contact: Wie muß man sich den typischen digitalen Amateur vorstellen?

Christoph Thurner: Den typischen digitalen Amateur gibt es nicht. Durch die digitalen Technologien gibt es inzwischen so viele Anwender wie Möglichkeiten, digitale Bilder zu verwenden. Da ist der typische PC-Freak, der seine digitalen Bilder vorwiegend für Internet- und E-Mail-Anwendungen

einsetzt, Verbraucher, die es bevorzugen, ihre Bilder zu Hause am Drucker auszugeben, es gibt Kunden, die die digitale Fotografie genauso ausüben wollen wie die konventionelle, und schließlich Kunden, die alle Anwendungsmöglichkeiten nutzen möchten. Egal welchen Weg der Verbraucher wählt, die Fujicolor digital Services von Eurocolor unter dem Dach von FDi Fujifilm Digital Image Services bieten dem Fotoamateur dafür optimale Möglichkeiten.

imaging+foto-contact: Wodurch unter-



Dorothe Riemann, Leiterin Marketing/PR, Eurocolor, und Christoph Thurner stellen das mit einem neuen Gehäuse gestaltete order-it-Terminal classic vor.

scheidet sich Ihr Konzept von dem anderer Anbieter?

Christoph Thurner: Zum einen bieten wir eine hohe Kontinuität. Im Prinzip hat sich an der Ausstattung unserer Digital-Stationen seit 1998 nichts verändert, so daß auch die ersten Modelle nach wie vor im Einsatz sind. Was sich ständig weiterentwickelt und unser Konzept immer runder werden läßt, sind das Handling und die Anwendungsmöglichkeiten. So wurde die Software im Laufe der Jahre optimiert, das Einsatzspektrum unserer Kundenkarte erweitert oder, wie jetzt zur IFA vorgestellt, die Möglichkeit zum Bestellen von Archiv-CDs an den Terminals hinzugenommen.

imaging+foto-contact: Was bezwecken Sie mit der zur IFA vorgestellten Basis-Version?

Christian Prien: Mit dem Fujicolor order-it „basic“ erhält der Händler zu einem äußerst günstigen Anschaffungspreis von 1.500 Euro ein vollwertiges Bestellterminal, welches neben den üblichen Kamerakarten auch CDs, Zip und Disketten akzeptiert. Mit diesem preisgünstigen Einstiegsmodell wollen wir die Verbreitung von digitalen Annahmeterminals vorantreiben. Wir haben die drei letztgenannten Speichermedien ganz bewußt mit hinzugenommen, weil wir wissen, daß immerhin 70 Prozent der heutigen Terminal-Aufträge über diese Medien hereinkommen. Das basic-Modell besteht aus einem Rechner mit Laufwerken für alle gängigen Speichermedien, einem normalen 15" Monitor sowie einer Nummerntastatur zur Bedienung. Fujicolor order-it basic ist wie alle Ausbaustufen für die Selbstbedienung geeignet.

imaging+foto-contact: Wie sieht die nächste Stufe der Terminals aus?

Christian Prien: Die nächste modular ergänzbare Stufe wäre ein Upgrade mit einem Touch Screen, das einen höheren Bedienkomfort bietet und 2.000 Euro kostet. Die Fujicolor order-it classic-Variante mit einem speziellen, ebenfalls neu gestalteten Gehäuse mit TFT-Bildschirm als Touch-Screen ist für den Preis von 5.000 Euro erhältlich.



Bereits das Fujicolor order-it basic-Terminal ist eine voll ausgestattete Annahmestation mit der vollen Funktionsfähigkeit der Classic-Version, allerdings mit geringerem Bedienkomfort.

Da wir für jeden Händler individuelle Lösungen anbieten, stehen zwischen dem basic- und dem classic-Modell diverse Upgrade-Möglichkeiten zur Verfügung.

imaging+foto-contact: Die Archivierung von Bildern auf CDs bieten auch andere Labors verstärkt an. Wodurch zeichnet sich Ihr Konzept aus?

Christoph Thurner: Auch wir bieten die Bestellung einer Archiv-CD am Terminal an. Allerdings wird diese CD nicht vor Ort am Terminal erstellt, sondern zusammen mit den Fotos im Labor. Die Bestellung der CD ist unabhängig von der Fotobestellung. So kann der Kunde nur eine Auswahl seiner Bilder als Fotos bestellen, erhält aber auf Wunsch alle Bilder auf CD gespeichert.

imaging+foto-contact: Wieviele Fujicolor order-it-Terminals stehen zur Zeit im deutschen Handel?

Christian Prien: In Deutschland sind zur Zeit – bei kontinuierlichem Wachstum – rund 270 order-it-Terminals installiert.

imaging+foto-contact: Wieviele Bilder bestellt der Kunde durchschnittlich in einem Auftrag; welche Formate werden bevorzugt?

Christian Prien: Trotz des breiten und unterschiedlichen Fächers der digitalen Anwender läßt sich sagen, daß durchschnittlich 38 Bilder pro Terminal-Auftrag für die Fotoentwicklung bei uns in den Laboren landen. Bei den Formaten haben wir festgestellt, daß wesentlich mehr 13er- und auch 20er-Formate als bei den analogen Aufträgen

bestellt werden. Größere Formate bedeuten auch höhere Margen für die Händler. Darum halte ich es für nicht marktgerecht, wenn einige Anbieter dazu übergehen, vermehrt kleine Formate mit vermeintlich günstigeren Preisen zu protegieren.

imaging+foto-contact: Was halten Sie von einem einheitlichen Speichermedium-Standard?

Christian Prien: Ich glaube zwar nicht, daß wir in der nächsten Zeit die Einführung eines einheitlichen Standards erleben werden, würde es aber als eine weitere Vereinfachung für den Verbraucher begrüßen.

imaging+foto-contact: Für Verbraucher, die ihre digitalen Bildaufträge lieber über das Internet abwickeln, bietet Eurocolor zusammen mit Fujifilm einen Online-Bestell-Service an. Welche Möglichkeiten bieten sich hier dem Verbraucher?

Christoph Thurner: Seit Februar letzten Jahres können über den Online



Bequem und einfach können die Kunden ihre Bildaufträge auch über das Fujicolor-odernet.net ins Labor versenden.

Bestell-Service Fujicolor-order.net, weltweit, 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr, echte Fotos von digitalen Bildern bestellt werden. Auch für die Bestellung bieten wir zwei Varianten an: Der Kunde kann entweder die Adresse www.fujicolor-order.net eingeben und sofort seinen Bildauftrag – unterstützt durch die logische und einfache Benutzerführung – aufgeben oder er kann seinen Auftrag zunächst Offline fertigstellen.

Zu diesem Zweck haben wir die Software Fujicolor easy-order im Programm. Sie läßt sich aus dem Fujicolor-order.net downloaden und ist



Die Kundenkarte inklusive persönlicher Kundennummer, die jeder Kunde kostenlos erhält, ist der Schlüssel zu den digitalen Dienstleistungen von Eurocolor.

ohne Installation sofort nutzbar. Die Verbindung zum Internet wird erst nach der Auswahl der Versandart (Abholung beim Händler oder Zustellung per Post) zur Übermittlung der Bild-daten aufgebaut.

imaging+foto-contact: Machen Sie mit Internetanfragen, die auch per Post zugestellt werden, nicht Ihren Kunden im Fotohandel Konkurrenz?

Christian Prien: Nein, der größte Teil unserer Geschäfte findet im Handel statt. 80 Prozent unserer Internetaufträge werden über den Fachhandel ausgeliefert. Wir sind kein Mailorder-Labor und haben schon allein aufgrund des Handlings keinerlei Ambitionen, eines zu werden. Den 20 Prozent unserer Kunden, die ihre Bilder über den Versandweg möchten, bieten wir aber natürlich diesen Service, um die 80 Prozent Abholung über den Handel zu ermöglichen.

imaging+foto-contact: Auf der IFA haben Sie als Erweiterung Ihrer Internetdienstleistungen einen Speicherservice vorgestellt. Wie kann man sich das Angebot vorstellen?

Christoph Thurner: Jeder Kunde kann kostenlos für zunächst 100 Tage seine als Fotos bestellten Bilder im Internet archivieren. Je mehr Fotos oder Nachbestellungen hinzukommen, um so größer wird die ihm zur Verfügung stehende Speicherzeit, wobei für alle Motive ein gemeinsames Enddatum der Speicherzeit gilt. Durch das Bonus-Speichersystem bereichern auch Nachbestellungen von Bekannten und Familienmitgliedern automatisch das Speicherkonto des jeweiligen Kunden.

imaging+foto-contact: Die Fujicolor digital Services von Eurocolor werden unter

dem Dach von FDi Fujifilm Digital Image Service angeboten. Welche Leistungen stehen damit neben dem Online-Service und den Terminals dem Handel und damit den Verbrauchern zur Verfügung?

Christian Prien: Die Zusammenarbeit mit Fujifilm bietet uns viele Vorteile. Zum einen profitieren wir von der starken Marke, die für höchste Produktqualität bürgt. Zum anderen hat die Verbindung des Fotoherstellers Fujifilm mit dem Großlabor Euro-

color meiner Ansicht nach dazu geführt, daß zusammenwächst, was zusammengehört. Fujifilm verkauft Kameras wegen der Bilder, wir fertigen sie in unseren Laboren an.

imaging+foto-contact: Fujifilm bietet im Rahmen von FDi mit der D-Print Station oder dem Digital Photo Center Annahmeterminals an, die für die Ausgabe von Sofortbildern am Point of Sale entweder über einen Drucker oder ein Minilab konzipiert sind. Stellt das nicht eine Konkurrenz zu dem Angebot Ihrer Laborbilder dar?

Christoph Thurner: Wir sehen FDi in keinsten Weise als Konkurrenz, sondern vielmehr als Bereicherung unseres Angebots. Wir können so für jeden Verbrauchertyp und Kundenwunsch die passende Leistung anbieten, ohne befürchten zu müssen, daß er zu anderen Anbietern wechselt. Im übrigen ist unser digitales Dienstleistungskonzept absolut flexibel. Wenn ein Kunde es möchte, verbinden wir ihm auch unsere Orderstation mit dem Digitaldrucker Pictography. Darüber hinaus ist auch unser Bestell-Terminal für echte Fotos aus dem Labor um den Fujifilm Autochrome Drucker NC 600 D erweiterbar, damit Händler auch Bilder auf die schnelle vor Ort in den Formaten 9 x13 oder 13 x18 cm anbieten können. Auch diese Funktion ist für die Selbstbedienung konzipiert.

imaging+foto-contact: Wie gewährleisten Sie, daß die Kunden nach der Ausgabe ihrer Sofortbilder nicht ohne zu bezahlen das Geschäft verlassen?

Christoph Thurner: Hier kommt un-

sere Kundenkarte ins Spiel, die der Schlüssel zu all unseren Dienstleistungen ist. Mit der Auslieferung der ersten Online-Bestellung oder der ersten Benutzung eines Terminals beim Händler erhält der Kunde seine kostenlose persönliche Kundenkarte mit seiner endgültigen, weltweit eindeutigen Kundennummer, der Fujicolor Customer ID. Entscheidende Vorteile der Kundenkarte sind, daß der Kunde nur einmal seinen Namen und seine Adresse angeben muß, die Kundennummer als Zugang zum Internet-Bestell-Service



Das Konzept der digitalen Fotofinishingdienstleistungen von Eurocolor zeichnet sich durch eine hohe Flexibilität aus, mit der individuell auf die Wünsche der Händler eingegangen werden kann. So ist etwa ohne weiteres auch eine Verbindung der Eurocolor order-it-Terminals mit dem von Fujifilm angebotenen Thermoautochrome Drucker NC 600, der auch in der D-Print-Station eingesetzt wird, möglich.

dient und sie darüber hinaus der Abholausweis für fertige Fotoarbeiten ist. Für die Erstellung von Sofortbildern ist die Kundenkarte mit einem Guthaben aufladbar, so daß ein mißbräuchlicher Gebrauch der Terminals von vornherein ausgeschlossen werden kann.

imaging+foto-contact: Vielen Dank für das Gespräch!



Go for red!

Der beste Weg zum Erwerb Ihres neuen d-lab.3: AGFA Finance



Folgen Sie dem roten Pfeil! Entscheiden Sie sich für die aktuelle Spitzentechnologie. AGFA Finance zeigt Ihnen den richtigen Weg zur neuesten Generation umsatzstarker digitaler Printsysteme. Schon jetzt können Sie vom digitalen Geschäft der Zukunft profitieren. Als einer der weltweit führenden Minilab-Spezialisten kennen wir den Markt genau und können Ihnen individuelle Finanzierungslösungen für Ihr Geschäft anbieten.

- Auf Ihre Bedürfnisse maßgeschneiderte Finanzierungspakete
- Professionelle Unterstützung bei der Auswahl der Geräte
- 100%ige Projektfinanzierung möglich (Hardware, Installation, Service, Training)
- Anpassung an den Cashflow – Zahlungen auf Grundlage der saisonbedingten Umsätze



Investieren Sie in Spitzenqualität. Mit Finanzdiensten von Agfa. Rufen Sie an und informieren Sie sich genauer über das Qualitätspaket von Agfa:

Information: 02 21/57 17-452

Zweiäugige Rolleiflex als Minimodell

Klassiker für das Nischenangebot



Bei ihrem Besuch der imaging+foto-contact-Redaktion stellten Geschäftsführer Paul Dume und Marketingleiter Dietmar Kanzer der Rollei Fototechnic GmbH eine Reihe neuer Produkte vor, mit denen das traditionsreiche Braunschweiger Unternehmen weiterhin Kurs auf das Angebot qualitativ hochwertiger Nischenprodukte nimmt. Darunter der Klassiker, die zweiäugige Rolleiflex als Miniaturmodell, die Kompaktkamera AFM 35 und eine neue Serie Überblendprojektoren.

Die legendäre zweiäugige Rolleiflex 2,8F-Mittelformatkamera aus den 60er Jahren, die mit hoher Bildqualität und einer großen Vergrößerungs- und Projektionsreserve viele Fotofreunde gewonnen hat, gibt es jetzt als vollfunktionsfähige Rolleiflex 2,8F Mini. Die Miniatur-Ausgabe wurde dem Original maßstabsgetreu nachgebaut und ist mit 49 x 73 x 45 mm (B x H x T) deutlich kleiner als eine Scheckkarte. Aufnahmen lassen sich mit ihr auf einem im Handel erhältlichen Kleinstbildfilm (8 x 11 mm) bannen.

Das Frontgehäuse ist original der zweiäugigen Vorlage nachgebildet, ebenso der Sportrahmensucher für schnelle Fotoserien aus Augenhöhe, das Verschluss-Einstellrädchen, der Auslöser und das Einstellrädchen für die gewünschte Blende.

Über den aufklappbaren Lichtschachtsucher lassen sich unbemerkt boden-

nahe Aufnahmen ablichten. Wenn auch nicht funktionsfähig, ist das Minimodell – wie das Original – mit dem charakteristischen Belichtungsmeßfenster auf der rechten Seite ausgestattet. Die kleine, widerstandsfähige Kamera, die in limitierter Stückzahl aufgelegt wurde, ist ab sofort verfügbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 998 DM.

Kompaktkamera

Mit der Rollei AFM 35 bietet das Unternehmen eine Kompaktkamera an, die die Tradition des 1966 vorgestellten ersten Kompaktkameramodells, der Rollei 35, mit modernster Elektronik und hochwertiger Mechanik fortführt. Zu den Features der AFM 35 zählen ein wertiges Metallgehäuse aus Aluminium und Magnesium, ein heller, brillanter Realbildsucher, komfortable Belichtungs- und manuelle Bedienmöglichkeiten. Ihr lichtstarkes S-Apogon 2,6/38 mm HFT-Objektiv ist mit der Ausgangsöffnung 1:2,6 ausgestattet. Die von Rollei entwickelte HFT-Mehrschichtvergütung des Objektivs sorgt für eine Reduzierung störender Reflexe, die Vermeidung von Farbsäumen und eine naturgetreue Wiedergabe der Motive. Eine optimale Bildwiedergabe gewährleistet das S-Apogon auch bei Dia-Filmen.

Das präzise, passive Autofocussystem wird bei schlechten Lichtverhältnissen durch eine integrierte AF-Belichtungselektronik unterstützt, die ein Lichtsignal aussendet. Die Schärfe kann auch manuell in vorgegeben Stufen eingestellt werden.

Die Rollei AFM 35 besitzt eine auf die jeweilige Aufnahmesituation zugeschnittene Belichtungsautomatik. Neben der manuellen Blendenvorgabe und einer Programmautomatik kann

auch eine Bevorzugung der Zeitautomatik gewählt werden.

Das Meßsystem sorgt selbst bei großem Kontrastumfang für eine ausgewogene Belichtung. Belichtungskorrekturen sind über die Bracketing-Funktion im Bereich von +/- 0,5 und +/-1,0 EV möglich. Die Rollei AFM 35 ist seit September lieferbar und kostet 1.498 DM.

Zur Herbstsaison stellt Rollei drei neue Überblendprojektoren vor. Paul Dume hält die hochwertigen Projektoren seines Unternehmens für ein typisches Produkt, mit dem Händler die Chance zum Angebot einer echten Nische haben: „Erklärungsbedürftige und serviceorientierte Produkte wie unsere Überblendprojektoren lassen sich über Großvertriebsformen nicht vermarkten“.

Rollei stellt außerdem die zwei Projektoren Rolleivision twin MSC 315, twin MSC 325 P mit je 2 x 150 Watt-Lampenleistung und den Rolleivision MSC 535 P mit 2 x 250 Watt vor. Sie bieten die Rollei-Überblendtechnik, die zwei komplette Projektionssysteme in einem einzigen Gerät vereint. Durch die Überblendprojektion werden nicht nur



Klassiker auf dem neuesten Stand der heutigen Kamertechnik: die Rollei AFM 35.

die ermüdenden Dunkelpausen zwischen den Einzelbildern vermieden, sie bietet auch zusätzliche Gestaltungsmöglichkeiten. Dazu zählen beispielsweise der schnelle Cut (0,1 Sek.), weiche Überblendungen von 3 oder 6 Sek. Länge und die Funktion zum Auf- und Abblenden der Anfang- und Enddias im Magazin bis zum Einfrieren von zwei



Paul Dume und Dietmar Kanzer möchten auch mit den neuen Produkten erreichen, daß der hohe Qualitätsanspruch der Verbraucher an Rollei-Produkte erfüllt wird.

Einzelbildern (Sandwich). Zu den weiteren Eigenschaften, die belegen, daß die drei neuen Geräte den neuesten Stand der Projektionstechnik präsentieren, zählt z. B. die MSC-Technik (Multi Sensor Control), bei der Greifer, Magazintransport, Focussierung und Transport der beiden Bildbühnen unabhängig voneinander über einen Mikroprozessor gesteuert werden. Sie sorgt für eine hohe Funktionssicherheit, Erschütterungsfreiheit und eine lange Lebensdauer. Die ebenfalls mikroprozessorgesteuerten Programme gewährleisten den präzisen Ablauf der gewählten Überblend- und Diastandzeiten. Darüber hinaus besitzt jeder Projektionskanal ein eigenes Autofocussystem, das bereits vor dem Überblendvorgang scharfstellt. Weitere gemeinsame Features sind eine Memo-Funktion, mit der bis zu 16 Dias bei der Diavorführung markiert werden und nach dem Durchlauf noch einmal projiziert werden können, feste Diastandzeiten von 4, 8 und 12 Sekunden, die für einen automatischen Projektionsablauf sorgen, und ein Beleuchtungssystem, das auf eine optimale Lichtausbeute ausgelegt ist, mit einem leistungsstarken und ausgesprochen leisen Lüfter. Die Modelle MSC 315 und MSC 325 P verfügen darüber hinaus über einen kräftigen 300-Watt-Trafo. Bereits das Einstiegsmodell der twin MSC 315 zeichnet sich durch eine einfache Bedienbarkeit aus. Mit der werkseitig eingegebenen Überblendzeit von 2 Sekunden lassen sich abwechslungsreiche Diaschauen planen, wahlweise können aber auch Zeiten zwischen 0,1 – 6 Sekunden per Knopfdruck für jedes einzelne Dia abgerufen werden. Der MSC 315 besitzt eine Lampensparschaltung, mit der die Lampenleistung

um circa zehn Prozent reduziert werden kann. Das Gerät kostet 1.998,86 DM (UVP).

Beim twin 325 P sorgt eine fortschrittliche Speichertechnik in Verbindung mit wechselbaren Programmspeicher-Chips für einen gesteigerten Projektionskomfort. Bei der Echtzeitprogrammierung wird die Diaschau einmal durchgeföhren und dabei jedem Dia eine Überblendzeit zugeordnet, so daß der Ablauf der Schau im Arbeitsspeicher des Gerätes programmiert wird. Weitere Zusatzfunktionen des Projektors sind die Programmierung der Dias in beliebiger Reihenfolge, Überblendzeiten zwischen 0,1 und 25 Sek., Diastandzeiten zwischen 4 und 600 Sek., diverse Effekte, Infrarotfernbedienung und ein PC-Anschluß für die Compu-

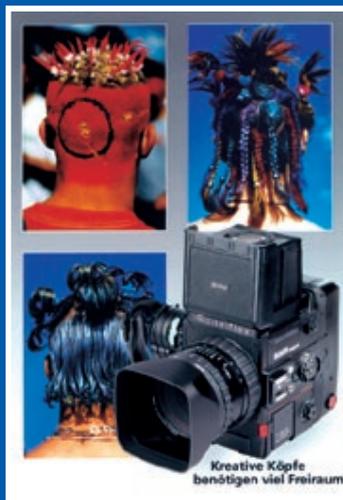


Auf dem neuesten Stand der Projektionstechnik befinden sich die drei Überblendprojektoren von Rollei.

Funktion ausgestattet, die es erlaubt, die Lampenleistung um circa zehn Prozent anzuheben. Die Lampenhelligkeit ist in Zehn-Prozent-Stufen zwischen 80 Prozent und 100 Prozent einstellbar, der Lampenschnellwechsel erfolgt über den 4fach bestückten Lampen-

Starter-Pakete für den Fotografen-Nachwuchs

Mit zwei „Starter-Paketen“ wendet sich Rollei an Fotografen-Azubis, Fotostudenten und Schüler von Fotofachschulen. Die Rolleiflex „Starter-Pakete“ sind der ideale Einstieg in ein modernes und zuverlässiges Kamerasystem, das keine Wünsche offen läßt – analog und digital. Zum Lieferumfang des Starter Pakets 1 gehört die Rolleiflex 6001 professional mit Planar 2,8/80 mm HFT EL. Darüber hinaus ist als Zubehör ein Faltlichtschacht, Handgriff 6x6/120-Magazin, High-D-Einstellscheibe, Akku, Schnell-Ladegerät, Trageriemen, Meßrückwand für Studioblitzanlagen und eine Gegenlichtblende im Paket enthalten. Der Sonderpreis für die Startausrüstung beträgt 4.990 DM inkl. MwSt. Beim Einzelbetrag würde der empfohlene Verkaufspreis für das Produkt bei 7.604 DM liegen. Zum Starter Paket 2 zählt die Rolleiflex 6008 integral mit Planar 2,8/80 mm HFT EL. Das Zubehör setzt sich zusammen aus Faltlichtschacht, Handgriff 6x6/120-Magazin, High-D-Einstellscheibe, Akku, Schnell-Ladegerät, Trageriemen und Gegenlichtblende. Das Starterpaket 2 ist zu einem Sonderpreis von 5.990 DM erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 9.323 DM. Der Verkauf der Starter-Pakete, für die Rollei umfassende Werbemaßnahmen eingeleitet hat, erfolgt ausschließlich gegen Vorlage des Studien- bzw. Schülerscheines.



terprogrammierung. Die unverbindliche Preisempfehlung für den MSC 325 P lautet 2.832,04 DM. Der twin MSC 535 P liefert 2 x 250 Watt und ist zusätzlich mit einer Boost-

einschub. Zur serienmäßigen Ausstattung des für 3.321 DM erhältlichen twin MSC 535 P zählen paarweise abgegliche Rollei AV-Apogon 2,4/90 mm HFT-Projektionsobjektive. höl

Ricoh Caplio RR1 ermöglicht Ausdrucke bis A3

4-Megapixel-Stärke in flacher Verpackung



Mit der Caplio RR1 stellte Ricoh auf der IFA in Berlin ein weiteres Produkt vor, das aus dem Image Capturing Device Concept des Unternehmens hervorgegangen ist. In dem ultraflachen Gehäuse der neuesten Ricoh-Digitalkamera steckt ein 4-Megapixel-CCD.

Der 1/1,8" CCD der Caplio RR1 ist mit 4.130.000 quadratischen Bildpunkten bestückt, von denen 3.950.000 Pixel effektiv für die Bildaufzeichnung genutzt werden. Somit wird in der höchstmöglichen Auflösung von 2.272 x 1.704 Pixeln die Ausgabe von Bildern bis zum Format A3 möglich. Je nach Anwendungszweck stehen noch zwei weitere Auflösungsmodi und verschiedene Kompressionen zur Verfügung. Unterstützt wird die hohe Auflösung der Kamera durch ein 3faches optisches Zoomobjektiv, das – verglichen mit dem Kleinbildformat – eine Brennweite von 35 bis 105 mm bietet. Ergänzt wird die hohe Objektivleistung durch ein 3,6faches Digitalzoom. Die Linsen-Architektur setzt sich zusammen aus zehn Glaselementen, darunter drei asphärische Linsen, die in sieben Gruppen aufgebaut sind. Das Ergebnis dieser Struktur ist eine Verringerung der Lichtstreuung und eine optimierte Lichtbrechung.

Ein besonderes Feature für Sammler kleiner Gegenstände oder berufliche Anwender, die kleinste Produktdetails darstellen wollen, ist die Makrofunktion

der Kamera, die Aufnahmen ab einem Abstand von einem Zentimeter ermöglicht.

Die RR1 ist wie ihre Vorgängermodelle mit einem schwenkbaren, 2 Zoll großen TFT-LCD-Monitor

ausgestattet, mit dem Aufnahmen auch aus ungewöhnlichen Aufnahme-positionen gemacht werden können und der mit 200.640 Quadratpixeln eine übersichtliche Bildervorschau bietet.

Schlankes Design

Mit eingeklapptem Monitor verfügt die RR1 über die Maße 135,4 x 74 x 26,6 mm und ist damit die flachste Kamera (Stand: 1. September) in der Klasse der 4-Megapixel-Kameras. Ihr Gewicht beträgt trotz ihres Metall-Chassis lediglich 270 Gramm.

Damit Aufnahmen bequem sowohl aus der Waagerechten als auch im Hochkantformat aufgenommen werden können, ist die Kamera mit zwei Auslösern ausgestattet. Fotos können aber auch noch nach der Aufnahme über eine entsprechende Funktion am LCD-Display gedreht werden.

Verschiedene Features, die sowohl automatisch als auch manuell beeinflusst werden können, wie der integrierte Blitz mit diversen Funktionen, Weißabgleich, ISO-Einstellung oder verschiedene Belichtungsmeß-Modi, runden das fotografische Potential der Kamera ab.

Speicherplatz

Für die Speicherung der Bilder ist die RR1 intern mit einem 8 MB-Speicher ausgestattet, der optional durch Smart-Media-Karten erweiterbar ist.

Zwei Features der neuen Digitalkamera machen sie besonders für Geschäftsleute interessant. Zum einen bietet sie

einen Text-Modus, mit dem die Kamera gestochen scharf Schriftdokumente in Schwarzweiß aufzeichnet und der darüber hinaus für eine bessere Lesbarkeit Texte stark vergrößert wiedergeben kann. Zum anderen läßt sie sich beispielsweise für Interviews oder Besprechungen als Diktiergerät einsetzen. Den im Text-Modus aufgenommenen Dokumenten sowie den Fotos lassen sich in einer Länge von bis zu 10 Sekunden auch gesprochene Kommentare hinzufügen.

Film ab!

Mit der RR1 lassen sich auch Videosequenzen im AVI-Format aufzeichnen. Solche Aufzeichnungen eignen sich hervorragend, um schnelle Bewegungsabläufe, beispielsweise den



Im bewährt schmalen Design konzipiert wurde die Caplio RR1. Die neuen multifunktionalen, designorientierten Digitalkameras von Ricoh werden seit letzten Sommer unter der Marke „Caplio“ vertrieben.

Abschlag eines Golfers, festzuhalten. Die Länge der Aufzeichnung variiert mit dem gewählten Speichermedium. So lassen sich auf einer 128 MB fassenden Speicherkarte bis zu elf Minuten Film aufnehmen. Die Energieversorgung der Kamera erfolgt über wieder- aufladbare Lithium-Ionen Akkus. höl

Digitales Belichtungssystem

Die Polytec Fotolabortechnik GmbH bietet seit kurzem ein digitales Belichtungssystem an, das an alle Printer und Labore von Polielectronica sowie an diverse Minilabs von Noritsu, Gretag und Fuji nachträglich adaptierbar ist. Mit wenigen Handgriffen läßt sich ein „analoger“ Printer in einen „digitalen Ausbelichter“ umrüsten. Belichtet wird auf alle Papierbreiten und Oberflächen. Das DPS stellt eine optimale Alternative zu „nur digitalen“ Printern dar. Geliefert wird das DPS mit PC, Monitor und dem jeweiligen Interface zum Printer (Minilab). Info: Polytec Fotolabortechnik GmbH, www.polytecfoto.de.

Stylus C70 und C60 von Epson

Für anspruchsvolle Privatanwender und für die Büronutzung wurde der Epson Stylus C70 konzipiert. Er bietet dank seiner neuen Pigmenttinten-Technologie laserscharfe Drucke bereits auf Normalpapier, die zudem äußerst wasser- und lichtbeständig sind. Der Tintenstrahldrucker arbeitet mit einer Geschwindigkeit von 16 Seiten pro Minute und einer maximalen Auflösung von 2.880 x 720 dpi (auf geeigneten Epson-Medien). Die Tinten des Druckers sind in vier Individual Ink-Patronen untergebracht. Dies gestattet bei der über-



Epson Stylus C70

wiegenden Nutzung von nur einer Farbe eine effiziente Ausnutzung der einzelnen Patronen. Der Epson Stylus C70 ist sowohl mit USB- und Parallel-Schnittstelle ausgestattet und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 399 DM. Ebenfalls neu bei Epson ist der Allround-Drucker Stylus C60, der auf geeigneten Medien eine Auflösung von bis zu 2.880 x 720 dpi bietet. Er gewährt im Schwarzweiß- und Farbtextdruck eine Geschwindigkeit von zwölf Seiten pro Minute. Quick Dry Tinten verhindern den Tintenabrieb bei Feuchtigkeit, so daß der Ausdruck handtrocken im Ausgabefach erscheint. Der C60 ist mit paralleler und USB-Schnittstelle ausgestattet und kostet 249 DM (UVP).

HP Photosmart mit 3,3 Megapixeln

Vollautomatische Bedienung, Makrofunktion, 3,3 Megapixel Auflösung – das sind die Spezifikationen der neuen Digitalkamera HP Photosmart 715 von Hewlett-Packard. Für eine optimale Bildqualität auch bei Vergrößerungen sorgt ein dreifach optisches Zoom (Brennweite im Vergleich zum Kleinbild: 34 bis 102 mm), das zweifache Digitalzoom sowie die HP Imaging Technology. Das 49 mm-Standard-Objektiv mit Gewinde ermöglicht die Verwendung von Filtern und Aufsätzen. Die aufgenommenen Bilder werden auf einer im Lieferumfang enthaltenden 16 MB CompactFlash-Karte gespeichert. Automatische Voreinstellungen von Brennweite und Verschlusszeit sichern gute Bilderergebnisse. Die Kamera ist seit diesem Monat lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung ist 1.099 DM.

Perfekte Passbilder – jetzt auch mit digitaler Kamera und erweiterten Printerfunktionen
Bewährte Sofortbildqualität – 6 verschiedene Bildformate wählbar
Automatische Synchronisation – automatischer Weißabgleich
Rationelle Arbeitsweise – gleichzeitiges Fotografieren und Drucken
Für die Passbildfotografie konzipiert – garantiert 100%ige Kundenzufriedenheit
Einzigartig – umfassendes Produktprogramm inkl. Zubehör und Verkaufssupport
Leichte Installation, einfache Bedienung – profitieren Sie vom Know-how des Marktführers

NEU

Die volldigitale SPd360

Perfekte digitale Passfotos – auf Knopfdruck!

Die ultimative Lösung für die Passbildfotografie

„Polaroid“ und „Studio Polaroid“ sind Marken der Polaroid Corporation, Cambridge, Mass., U.S.A.

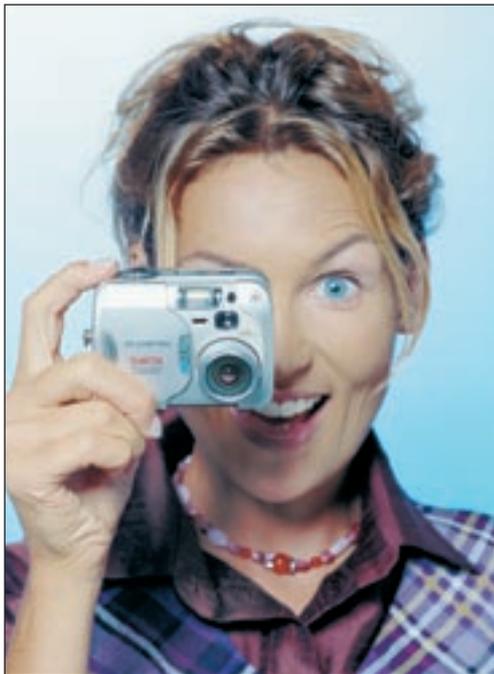
Bitte senden Sie mir umgehend Informationen über die neue Polaroid SPd360!

Herr/Frau _____
Firma _____
Straße _____
PLZ/Ort _____
Tel./Fax _____

Senden Sie den ausgefüllten Coupon an
Polaroid GmbH, 63015 Offenbach
oder faxen Sie uns: **069/84 04-333** www.polaroid.de

1726/09/01

Olympus Camedia C-40Zoom, C-2 und E-20P



Vom Modell für Einsteiger bis zur digitalen Profi-SLR

Olympus stellt mit der Camedia C-40Zoom eine Digitalkamera mit 4 Megapixeln für ambitionierte Hobby-Fotografen, mit der C-2 ein bedienerfreundliches 2-Megapixelmodell für Einsteiger und mit der E-20 das einen 5 Megapixel-CCD bietende Nachfolgemodell der Olympus E-10 vor.

Herzstück der C-40Zoom ist ein lichtempfindlicher 1/1,8 Zoll großer 4,13 Millionen-Pixel-CCD (3,98 Millionen Pixel effektiv). Die hohe Auflösung der Kamera ermöglicht problemlos Ausdrücke im DIN A4-Format.

Pixel-Mapping-Funktion

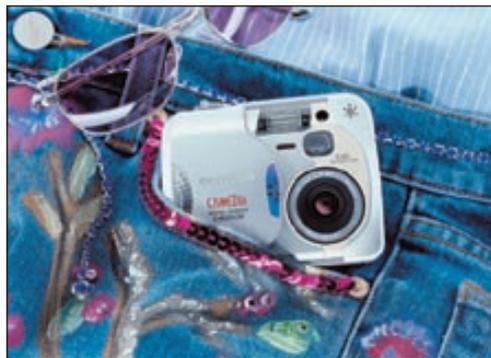
Wie schon die Olympus-Modelle E-10 und C-4040Zoom verfügt auch die neueste Digitalkamera über die Pixel-Mapping-Funktion. Eine Technik, die die automatische Kalibrierung des CCD-Chips und des ASIC-Prozessors ermöglicht. Sie bewirkt, daß sich die Bildergebnisse durch schärfere Kontraste, lebendigere Farben und weniger Bildfehler auszeichnen.

Trotz der kompakten Abmessungen von lediglich 87 (B) x 68,5 (H) x 43,5 (T) mm besitzt die Kamera ein licht- und leistungsstarkes 2,8fach Zoomobjektiv, das verglichen mit dem Kleinbildfor-

mat eine Brennweite von 35 bis 98 mm bietet. In Kombination mit dem 2,5fachen Digitaltele ermöglicht es bis zu siebenfache Vergrößerungen. Auch das Gewicht der Kamera beträgt lediglich 190 Gramm. Mit dem geringen Gewicht und der Größe läßt sich die Kamera in jeder Hemden- bzw.

Hosentasche plazieren.

Neben voreingestellten Programmautomatiken steht erfahrenen Anwendern eine Reihe von manuellen Einstellungen zur Verfügung. So lassen sich beispielsweise bei der manuellen Belichtung Blendenwerte zwischen F2,8 und 8,0 und Verschußzeiten von einer Länge von bis zu 16 Sekunden in-



Selbst in der Tasche einer Jeans-Hose findet die C-40 Zoom mit ihren Maßen 87 x 68,5 x 43,5 mm (B/H/T) Platz.

dividuell auswählen. All diese Funktionen können einfach und übersichtlich mit Hilfe des LC-Displays auf der Kamerarückseite eingestellt werden.

Noise-Reduction-Funktion

Für Aufnahmen mit Langzeitbelichtungen verfügt die Kamera über die von Olympus entwickelte Noise-Reduction-Funktion. Diese sorgt dafür, daß die bei längeren Belichtungszeiten

häufig auftretenden Farbpunkte in den extrem dunklen Bildbereichen, auch „Rauschen“ genannt, erheblich reduziert werden.

Der Weißabgleich kann vollautomatisch oder manuell über die Einstellungen Sonnen-, Wolken-, Kunst- und fluoreszierendes Licht erfolgen. Darüber hinaus ist eine „one-touch“-Kompensation möglich.

Automatikprogramme

An wählbaren Programmen existieren neben der Vollautomatik die Funktionen Selbstportrait, Nachtaufnahme- und Landschaftsmodus, Landschaftsportrait sowie Portrait. Für die Belichtungsmessung stehen dem Anwender das digitale EPS-Meßsystem mit Bildsensor und die Spotmessung zur Verfügung.

Der Aufnahmebereich beginnt in der Standard-Einstellung bei 80 Zentimetern, im Makromodus bei zehn (Weitwinkel) bzw. 25 Zentimetern (Tele). Auch die Empfindlichkeitseinstellung der C-40 Zoom kann entweder automatisch von der Kamera durchgeführt oder manuell äquivalent zu ISO 100, 200 oder 400 ausgewählt werden. Für den richtigen Durchblick

sorgen ein optischer Realbildsucher und ein LC-Display auf der Kamerarückseite.

Die passende Ausleuchtung der Motive erfolgt über einen integrierten Blitz, der verschiedene Funktionen, darunter die Reduktion des Rote-Augen-Effekts, Aufhellblitz oder Langzeitsynchronisation bietet. Über die fotografischen Features hinaus können mit dem Camedia-Modell auch verschiedene

digitale Effekte eingesetzt werden, um Bildergebnisse kreativ zu beeinflussen. So stehen Sepia-, Schwarzweiß-, Blackboard-, und Whiteboard-Modi zur Verfügung.

Für die Aufzeichnung der Bilddaten hält die Kamera verschiedene Auflösungen und neben dem JPEG-Format auch das unkomprimierte TIFF bereit, so daß für jeden Einsatzbereich der Bilder die passende Anwendung gewählt werden kann. Gespeichert werden die Bilddaten auf einer SmartMedia-Karte (eine 16 MB-Karte gehört zum Lieferumfang).

Video-Funktion

Neben der Aufnahme von Fotos können die Anwender mit der Kamera auch kurze Videosequenzen im QuickTime Motion-JPEG-Format inklusive Ton aufzeichnen. Auf einer 16 MB-SmartMedia-Karte können im High Quality Modus bis zu 41 Sekunden, im SQ-Modus bis zu 161 Sekunden Videosequenzen aufgenommen werden, bei einer Bildaufzeichnungsrate von jeweils 12,5 Bildern pro Sekunde.

Für die Übertragung der Bilddaten ist die Kamera sowohl mit einer seriellen als auch mit einer USB-Schnittstelle inklusive AutoConnect-Unterstützung ausgestattet. Letztgenanntes Feature führt dazu, daß die Kamera automatisch als externes Laufwerk erkannt und im Explorer beziehungsweise auf dem Desktop als solches angezeigt wird.

Die C-40Zoom ist ab diesem Monat lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 1.998 DM.

Zum Lieferumfang der Kamera gehören, neben der bereits erwähnten 16 MB-SmartMedia-Karte, Handschlaufe, USB-Kabel, Audio- und Video-Kabel, die Fernbedienung RM-1 sowie für die Stromversorgung eine CR-V3 Lithium-Batterie.

C-2 für Einsteiger

Olympus erweitert die Palette seiner bedienerfreundlichen Digitalkameras um ein attraktives und kompaktes 2-Megapixel-Modell. Die für Einsteiger konzipierte Camedia C-2 beeindruckt durch vielseitige Funktionen, darunter beispielsweise eine Panorama- und Movie-Option. Sie mißt lediglich 6,2 x 11 x 3,5 cm (H/B/T) und wiegt 165 g (ohne Bat-

terien). Die mit einem 2-Megapixel-CCD-Chip ausgestattete Digitalkamera hat ein leistungsstarkes 2,8/5,5 mm Objektiv (entspricht 36 mm bei einer konventionellen 35-mm-Kamera) – inklusive einer asphärischen Linse. Das digitale Zoom ermöglicht bis zu 2,5 fache Vergrößerungen (im SQ-Modus sogar bis zum Faktor fünffach).

Die einfach zu bedienende Digitalkamera von Olympus stellt nicht nur automatisch die korrekte Schärfe und Belichtung ein, sondern bietet auch einige effektvolle Ausstattungsmerkmale, wie zum Beispiel die Sepia- oder Schwarzweiß-Funktion. Der versiertere Digitalfotograf kann mit dem Panorama-Modus 360°-Aufnahmen kreieren. Die C-2 nimmt auch kurze



Ein weiteres Einstiegsmodell präsentiert Olympus mit der Camedia C-2, die eine 2-Megapixel-Auflösung und ein günstiges Preis-/Leistungsverhältnis bietet.

Video-Sequenzen auf. Die mitgelieferte 16 MB SmartMedia-Karte speichert bei einer Auflösung von 160 x 120 Pixeln etwa 60 Sekunden lange Movies im QuickTime Motion JPEG-Format.

Automatik-Funktionen

Die umfassende Kameraautomatik erlaubt es dem Fotografen, sich voll und ganz auf das Motiv zu konzentrieren. Während das TTL- (Through-The-Lens)-Autofocus-System dabei für scharfe Aufnahmen sorgt, stellt eine ESP- (Electro-Selective Pattern)-Meßfunktion die optimale Belichtung sicher, indem sie die Helligkeitswerte an verschiedenen Bildpunkten bestimmt. Bei schwierigeren Lichtverhältnissen kann zudem ein Belichtungsungleich vorgenommen werden.

Um realistische Farbwiedergaben zu gewährleisten, ist die Camedia C-2 mit einem automatischen Weißabgleich ausgestattet, der die Kamera exakt auf die jeweiligen Lichtverhältnisse ein-

stellt. Darüber hinaus kann der Nutzer zwischen vier voreingestellten Modi wählen: Tageslicht, bedeckter Himmel, Kunstlicht und Neonlicht.

Die Speicherung der Aufnahmen erfolgt auf SmartMedia-Karten. Der Fotograf kann die Ergebnisse direkt nach der Aufnahme auf dem LCD-Monitor der Kamera überprüfen und eventuell nicht mehr benötigte Bilder sofort wieder löschen. Für den sicheren und schnellen Datentransfer von der Kamera zum PC steht eine USB AutoConnect-Schnittstelle zur Verfügung. Das benötigte USB-Kabel gehört zum Lieferumfang der Kamera.

Weil die Camedia C-2 nach dem Anschluß an einen PC automatisch als externes Laufwerk erkannt und auf dem

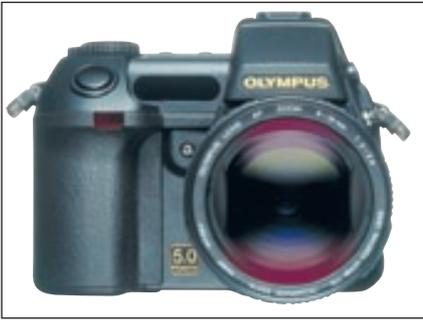
Desktop angezeigt wird, können die Bilddateien problemlos per Drag & Drop in den gewünschten Ordner kopiert werden. Die Bilder lassen sich dann auf einem Monitor betrachten oder per E-Mail verschicken. Die mitgelieferte Camedia Master-Software erleichtert darüber hinaus das Archivieren und Weiterverarbeiten der Bilddateien.

Die Camedia C-2 ist das ideale Einsteigermodell für die Digitalfotografie und ist zu einem Preis von 699 DM (UVP) ab diesem Monat verfügbar.

5-Megapixel-SLR-Modell

Seit Eintritt in den Digitalfotomarkt 1996 ist es das erklärte Ziel von Olympus, der digitalen Aufnahmetechnik immer vielfältigere und faszinierendere Einsatzmöglichkeiten zu eröffnen. Das neueste Fünf-Mega-Pixel (effektiv: 4,95 Millionen Pixel)-Spiegelreflexmodell Camedia E-20P ist hierfür ein weiterer Beleg.

Neben der hohen Auflösung zeichnet sie sich durch weitere Features wie eine extrem schnelle Verschlusszeit aus. Um beispielsweise Fotojournalisten die Möglichkeit zu geben, auch schnell ablaufende Ereignisse festzuhalten, hat Olympus die E-20P mit einem Progressive Scan-Modus ausgestattet. In diesem Modus werden durch eine Reduzierung der auszulesenden CCD-Sensoren um etwa die Hälfte extrem schnelle Verschlusszeiten von bis zu 1/18.000 Sekunden möglich. Um si-



Neben einer hohen Auflösung von 5 Megapixeln bietet das digitale SLR-Modell E-20P zahlreiche fotografische Features, die den Anwender unterstützen.

cherzustellen, daß die Farbverläufe der Aufnahmen stets fließend sind, werden die Bilddaten durch das TruePic-Bildoptimierungsverfahren automatisch verbessert.

Darüber hinaus hat Olympus in der E-20P eine weitere Innovation verwirklicht: Mit Hilfe der Rauschunterdrückung wird das Auftreten des sogenannten Bildrauschens signifikant verringert, das heißt unerwünschte Bildstörungen wie zum Beispiel Farbpunkte bei Aufnahmen in der Nacht oder mit einer langen Belichtungszeit. Um die rauschanfälligen Bereiche innerhalb eines Motivs zu ermitteln, macht die E-20P eine Aufnahme mit geschlossenem Verschluss, das heißt es

gelangt kein Licht in die Kamera. Bei der eigentlichen Aufnahme ist die Kamera dann in der Lage, das Rauschen aus den kritischen Bildbereichen herauszufiltern. Diese Funktion kommt besonders jenen Aufnahmen zugute, die im Bulb-Modus mit Belichtungszeiten von bis zu 120 Sekunden gemacht werden.

Für Bilder in bester Qualität mit größtmöglicher Datenmenge steht zudem ein RAW-Modus zur Sicherung unkomprimierter Bilddaten zur Verfügung.

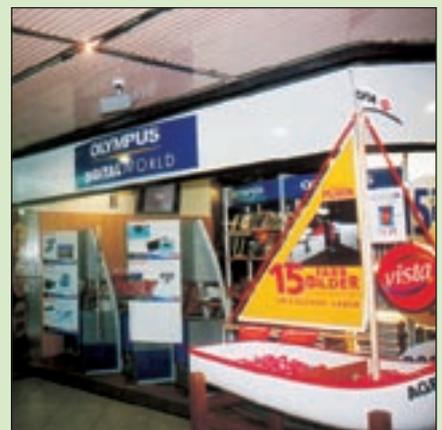
Das leistungsstarke Vierfach-Zoom 2,0-2,4/35-140 mm (entsprechend Kleinbild) besteht aus 14 mehrfach vergüteten Glaselementen in elf Gruppen. Das duale Autofocus-System gewährleistet, daß in nahezu jeder Aufnahmesituation eine präzise Scharfstellung gesichert ist. Dabei übernimmt die einstrahlige, mit einem doppelten Sensor ausgestattete aktive Infrarot-Einheit die Aufgabe, Basisinformationen für eine erste Scharfstellung zu liefern; die Feinjustierung erfolgt dann auf Grundlage der Werte, die mit dem passiven Kontrastmeß-System ermittelt werden. Bei Bedarf lassen sich Zoombereich und Schärfe mit den beiden Einstellringen des Kameraobjektivs schnell und einfach feinjustieren. Die

Belichtungsmessung erfolgt entweder durch digitales ESP, mittenbetonte Integral- oder Spotmessung. Für schwierige Lichtverhältnisse stehen zusätzlich ein Belichtungsausgleich, eine Auto-Bracketing-Funktion sowie ein eingebauter Blitz zur Verfügung. Die Blendenvorwahl (Apertur), die Verschlussvorwahl (Shutter) sowie ein manueller (Manual) Modus erlauben das manuelle Einstellen wahlweise von Blende oder Verschlusszeit beziehungsweise beider Aufnahmeparameter. Darüber hinaus steuert die Kamera beim Programm-Aufnahmemodus alle Einstellungen automatisch.

Der Bildausschnitt läßt sich wahlweise durch den SLR-Sucher oder durch den Farb-LCD-Monitor bestimmen. Letzterer kann im Winkel von 90° nach oben und 20° nach unten geneigt werden. Die E-20P bietet zwei Einschübe für unterschiedliche Speicherkarten: Neben SmartMedia-Karten mit einer Kapazität von derzeit bis zu 128 MB lassen sich auch CompactFlash-Karten (und damit auch ein Microdrive) nutzen. Die Camedia E-20P, die zu sämtlichem Zubehör der E-Serie kompatibel ist, erscheint im November und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 4.798 DM. höl

Neu im Berliner Europa-Center: Olympus Digital World

Auf rund 100 Quadratmetern wurde Ende August im Berliner Europa Center einer der modernsten Fotoshops in Deutschland eröffnet. Der Berliner Fotokaufmann Peter Huber präsentiert hier mit seinem Team in der Olympus Digital World das topaktuelle Produktsortiment von Olympus und anderen Topmarken in 1A-Citylage. Modernes Interieur, viel Glas und Transparenz bestimmen den ersten Eindruck. Doch weniger die Ladeneinrichtung als die Ware und insbesondere die digitalen Dienstleistungen stehen im Mittelpunkt des Angebotes. Für den Service „rund ums Bild“ ist die Olympus Digital World mit dem modernsten Minilab von Agfa ausgestattet. Das Minilab vom Typ „D“ – wie Digital – ist in der Lage, innerhalb kurzer Zeit herkömmliche Filme zu entwickeln und zu verarbeiten. Neben dem herkömmlichen Sortiment wie Kameras, Filme, Alben, Rahmen und jeder Menge anderem nützlichen Zubehör, darf in einem modernen Fotofachgeschäft ein Profistudio für das fachgerechte Portraitfoto nicht fehlen. Dieses ist in der Olympus Digital World mit modernstem Equipment ausgestattet. „Fotofachhändler, die sich heute nicht digital aufstellen, werden es in Zukunft sehr schwer haben, sich weiterhin erfolgreich zu behaupten“, so Martin Hubert, Bereichsleiter Consumer Products National bei Olympus und, gemeinsam mit Peter Huber, für das Olympus Digital World Konzept verantwortlich.



Die Olympus Digital World im Berliner Europa-Center kann als eines der modernsten Fotofachgeschäfte Deutschlands bezeichnet werden. Das linke Bild zeigt Peter Huber, Geschäftsführer der Olympus Digital World (l.), und Martin Hubert, Bereichsleiter Consumer Products National, bei der Eröffnung des neuen Fotofachgeschäftes.

**Tetenal bundelt spectra jet
Papier mit Bildverarbeitungs-Tools**

Mit der Einführung des spectra jet High Glossy Paper 264 g und des spectra jet Portrait Paper 240 g hat Tetenal in punkto Farbwiedergabe, Trocknungszeiten und Haptik Maßstäbe für den Inkjet-Bereich gesetzt. Jetzt bietet der Norderstedter Imaging Spezialist die beiden Premium-Papiere als umfangreiches Added value-Bundle an: Ab diesem Monat werden die 50 Blatt Packungen der genannten Papiere inklusive kostenloser CD-ROM in einer limitierten Auflage ausgeliefert. Das High Glossy Paper Special 264 g zeichnet sich durch extreme Bildweißen und eine intensive und brillante Farbwiedergabe aus. Dank seiner echten Fotopapierstärke und einer speziellen PE-Beschichtung läßt es sich haptisch wie optisch nicht mehr von klassischem Fotopapier unterscheiden. Das Portrait Paper 240 g verfügt über eine Seidenglanz-Oberfläche sowie hervorragende Bildweißen und wurde speziell für die Wiedergabe hochwertiger Portraits und professioneller Proofs konzipiert.

Die nik spectra jet Edition umfaßt die zentralen Funktionen der Filter-Software nik Color Efex Pro und der Bildschär-



Tetenal bundelt die Papiere High Glossy Paper 264 g und Portrait Paper 240 g mit einer Bildbearbeitungssoftware.

fungs-Software nik Sharpener Pro. Der Sharpener Pro überzeugt gerade bei der Erstellung von Inkjet Prints durch seine unkomplizierte Benutzeroberfläche. Anders als bei herkömmlichen Schärfverfahren ist die Eingabe abstrakter Parameter wie „Stärke“, „Radius“ oder „Schwellenwert“ nicht erforderlich, so daß Anwender auch ohne Spezialwissen präzise Schärfungsergebnisse erzielen. Die Filtersoftware Color Efex Pro trumpft vor allem durch ihre umfangreichen Bildbearbeitungsmöglichkeiten auf. Da gibt es den Solarization-Filter, der die naturgetreue Simulation einer Dunkelkammer-Solarisation ermöglicht, den Zweifarb-Filter BiColor Violet/Pink für spannungsgeladene, atmosphärisch dichte Bildergebnisse, den Filter 32h (Orange) für eine typisch warme „Abendstimmung“ sowie den Sunshine quick Filter, mit dem sich originäre und originelle Sonnenlichteffekte in das Bild einarbeiten lassen: Wichtig: Sowohl die Filter- als auch die Schärfungssoftware lassen sich als Plug-In in die wichtigsten EBV-Programme der Mac- und Windows-Welt integrieren. Als exklusiver Zusatznutzen findet sich auf der CD-ROM ein Upgrade-Gutschein über 20 Euro, den sich registrierte Kunden beim Kauf einer Vollversion aus dem nik multimedia Sortiment (Übersicht unter www.nikmultimedia.com) gutschreiben lassen können. Das Bundle aus Premium Papieren und Premium Software ist seit diesem Monat über die autorisierten Tetenal Fachhändler erhältlich.

Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

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

Batavia Multimedia AG

94113 Tiefenbach, Niedernhart 1
☎ 0 85 46 / 9 19 - 0 • Fax 0 85 46 / 9 19 - 144

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
e-mail: bremaphot@t-online.de • 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
e-mail: info@hansephot.de • www.hansephot.de

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
e-mail: info@Kleffel-Aye.de • 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 Fachberater für den Einkauf in 2001

Digitale Version der EOS 1V mit 4,16 Megapixeln und 21 Bildern in Serie

Profi-Werkzeug Canon EOS 1D

Mit der EOS 1D stellt Canon ein Profi-Digitalkameramodell vor, das die präzise EOS-Spiegelreflextechnologie mit modernster digitaler Aufnahmetechnik verbindet. Mit Eigenschaften wie einem äußerst robusten Gehäuse, Schnelligkeit und einer hohen digitalen Abbildungsleistung ist sie präzise auf die Anforderungen professioneller Anwender abgestimmt.

Das digitale Pendant zur EOS 1V steckt in einem massiven Gehäuse aus einer Magnesiumlegierung, verfügt über abgedichtete Bedienknöpfe und ist auch



Eine übersichtliche Anordnung der Bedienelemente findet sich auf der Kamerarückseite.

im Zusammenspiel mit dem jeweils gewählten Objektiv absolut spritzwasser- und staubgeschützt, so daß die Kamera selbst Extremsituationen bewältigt.

Digitales Herzstück der EOS 1D ist ein 4,16 Megapixel-CCD (effektiv), der mit einer Größe von 28,7 x 19,1 mm den Umrechnungsfaktor 1,3 zum Kleinbild bietet. Die Kamera baut die drei RGB-Farben mit separaten Filtern auf und verfügt aus diesem Grund über eine

Farbtiefe von 36 Bit. „Die Anordnung der Bedienelemente und auch der Gehäusaufbau folgen der EOS-Tradition, so daß sich Profis, die bereits mit dem Canon-System gearbeitet haben, nicht umgewöhnen müssen. Darüber hinaus können bereits vorhandenes Equipment der EOS 1V und das gesamte Canon EF-Objektiv-Sortiment auch mit der Profi-Digitalkamera verwendet werden“, betont der Canon-Produkt Manager für Sucherkameras und SLRs, Hendrik Döringer.

Für Durchblick sorgt ein SLR-Pentaprismensucher mit Dioptrieneinstellung, der das Bildfeld hundertprozentig wiedergibt. Ein Zwei-Zoll-TFT-Monitor mit 120.000 Pixeln dient zur Kontrolle der gewählten Kameraeinstellungen.

Geschwindigkeit

In punkto Geschwindigkeit hat die Kamera einiges zu bieten. So hat sie wie schon die 1V eine extrem kurze Auslöseverzögerung (55 Millisekunden) und ist mit einer Serienbildfunktion von 8 Bildern in der Sekunde bei bis zu 21 Aufnahmen am Stück laut Canon die schnellste digitale SLR-Kamera. Unterstützt wird die hohe Geschwindigkeit der EOS 1D wie bei der analogen EOS 1V durch ein hochpräzises Nachführ-Autofocus-System (mit Möglichkeiten der individuellen Programmierung) mit 45 Meßfeldern und die mit dem aktiven Meßfeld verknüpfte Mehrfeldmessung über 21 Sektoren. Ebenfalls rasant arbeitet der Verschuß, der bis zu 1/16.000 Sekunde erreicht. Um seine Zuverlässigkeit zu gewährleisten,



wurde er auf 150.000 Auslösezyklen getestet.

Bildqualität

Die Kamera verfügt über eine Reihe von fotografischen Features, um eine professionelle Bildqualität bieten zu können. „Ein neuer JPEG-Treiber sorgt für eine Farb- und Detailwiedergabe, die der Qualität von professionellen Diafilmen ähnelt“, betont in diesem Zusammenhang Hendrik Döringer. Ein weiterer Vorteil digitaler Aufnahmeverfahren zeigt sich bei der Farbaussteuerung, die durch den Fotografen per Kamerasoftware beeinflusst werden kann. Der Weißabgleich kann entweder



Hendrik Döringer, Produktmanager LS und SLR bei Canon, präsentierte das neue digitale Profi-Modell, das speziell auf die Bedürfnisse von Profifotografen zugeschnitten wurde.



Eine flexible und präzise Ausleuchtung kleinster Gegenstände ermöglicht das Zwillingsblitzgerät Macro Twin Lite MT – 24EX. Canon vervollständigt damit die umfassende Produktpalette, die das Unternehmen speziell für die Makrofotografie anbietet.

automatisch oder individuell über neun verschiedene Einstellungen angepaßt werden. Für die ISO-Einstellung stehen Werte zwischen 200 und 1.600 zur Verfügung, die in 1/3 Stufen wählbar sind. Darüber hinaus bietet die 1D 21 individuell programmierbare Custom- und 25 Personal-Functions, mit denen Fotografen ihre persönlich bevorzugten Einstellungen bei der Fotografie programmieren können. Über die Custom-Funktion läßt sich beispielsweise die ISO-Einstellung auf den Wert 100 vornehmen oder auch auf ISO 3200 pushen. Belichtungsreihen ermöglichen Testserien mit verschiedenen Farbtemperaturen.



Starke Weitwinkelzooms sind bei Anwendern der Digitalfotografie aufgrund des Umrechnungsfaktors sehr beliebt. Deshalb bringt Canon passend zur 1D das neue EF 16 - 35 1:2,8 L USM auf den Markt.

Für die Speicherung der Bilddaten stehen verschiedene Auflösungen zur Verfügung. Neben der Aufzeichnung der Bilddaten im JPEG-Format steht auch die verlustfreie Speicherung der

Bilddaten im canon-eigenen RAW-Format zur Disposition. RAW-Daten können nach der Übertragung der Bilddaten zum Computer mit Hilfe der mitgelieferten Software geöffnet werden. Die EOS 1D speichert die Bilddaten auf CompactFlash-Speicherkarten (Typ I und II) und ist somit für den Einsatz von IBM-Microdrives geeignet. Für die schnelle Übertragung der Bilddaten wurde die Profi-Kamera mit einer FireWire-Schnittstelle (IEEE 1394) ausgestattet. Die EOS 1D ist ab November dieses Jahres lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 7.999 Euro.

Zubehör

Canons Zubehörpalette für die Makrofotografie, zu der unter anderem allein vier Makroobjektive zählen, wird um das Makro Twin Lite MT – 24EX



Alle nach außen hin beweglichen Teile der Kamera wurden gegen Staub und Spritzwasser abgedichtet.

ergänzt. Das professionelle Zwillingsblitzgerät bietet eine maximale Leitzahl von 22 mit beiden Blitzen beziehungsweise Leitzahl 24 mit einem Blitz. Das speziell für die Makro- und Studiofotografie konzipierte Gerät bringt bei der Ausleuchtung im Nahbereich durch die Positionierung der einzelnen Blitze und des Lichtwinkels mehr Flexibilität als ein Ringblitz. Es ist mit einem 58 mm-Filtergewinde ausgestattet und läßt sich somit mit den gängigsten 50er und 100er Makroobjektiven einsetzen. Die E-TTL Blitzautomatik ermöglicht die Fotografie mit High Speed Synchronisation. In Verbindung mit den Speedlite-Blitzgeräten 550EX, 420EX sowie dem MR-14EX ist auch ein kabelloses Blitzen möglich. Modellierblitze, die in einem zeitlichen Abstand von 70 Hz/1 Sekunde gesendet werden, ermöglichen eine kreative Ausleuchtung der Motive, das Auslösen schneller



Der Kartensteckplatz der EOS 1D kann auch den Microdrive von IBM aufnehmen, so daß der Fotograf seinen Speicherplatz je nach Bedarf ausbauen kann.

Blitzfolgen eine rasche Arbeitsweise. Die unverbindliche Preisempfehlung für das MT – 24EX beträgt 999 Euro. Speziell für die Reportagefotografie bei wenig Licht stellt Canon das Weitwinkel-Zoom EF 16-35 2,8L USM vor. „Durch den Umrechnungsfaktor bei digitalen Spiegelreflexkameras bietet sich das starke Weitwinkel auch gut für den Einsatz in der digitalen Profifotografie an“, erklärt Döringer. Das „16-35“ löst das „17-35“ in Canons Objektivsortiment ab und zeichnet sich durch drei Hauptverbesserungen aus. So arbeitet es als einziges EF-Objektiv mit fünf Speziallinsen – drei asphärische und 2 UD-Glas-Linsen – und gewährt so eine hohe Abbildungsleistung. Darüber hinaus wurden die Naheinstellgrenze auf 28 cm herabgesetzt und der Staub- und Spritzwasserschutz weiter verbessert. Die Scharfstellung erfolgt schnell und präzise über die Innenfocussierung mit Ultraschall-Motor.

Das Objektiv mit 77 mm-Filterdurch-



Über das große Wählrad auf der Kamerarückseite lassen sich schnell Kameraeinstellungen vornehmen.

messer hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 2.099 Euro. Blitz und Objektiv sind ebenfalls ab November lieferbar. höl

Digitale Paßbilder regen zu Nachbestellungen an

„topfoto“ setzt auf Sofort- Paßbildsystem von Sony



topfoto, ein Verbund von Foto-fachgeschäften mit drei Stand-orten in Düsseldorf, setzt für Paß- und Bewerbungsfotos das Sofort-Paßbildsystem UPX-C21 von Sony ein. imaging+foto-contact sprach mit Guido Schüffelgen, Sohn des topfoto-Gründers und Inhaber einer der Düsseldorfer Filialen, sowie dem topfoto-Fotografen Dietmar Tonagel über ihre Erfahrungen mit dem System.

Mit dem digitalen Sofortfoto-System UPX-C21 von Sony können drei topfoto-Geschäfte ihren Paßbildkunden den Service anbieten, den diese sich schon immer gewünscht haben: qualitativ hochwertige Sofortbilder, die sie

Aus jahrelanger Erfahrung weiß Guido Schüffelgen, daß Paß- und Bewerbungsbilder oft innerhalb weniger Stunden benötigt werden. Die Sofortbilder, die er früher anbieten konnte, entsprachen jedoch weder seinen eigenen Qualitätsansprüchen noch denen seiner Kunden. Das hat sich grundlegend geändert, seit er sich vor etwa einem Jahr für das digitale Paßbildsystem UPX-C21 von Sony entschieden hat. „Früher mußte ich einige Leute geradezu überreden, die Sofortbilder zu nehmen. Heute sind sie von der Qualität begeistert“, schwärmt er.

Gestiegener Umsatz

Seiner Aussage nach hat sich die Investition für ihn bereits in vielerlei Hinsicht gelohnt: Je nach Filiale sind die Verkäufe von Paß- und Bewerbungsbildern um 30 bis 50 Prozent gestiegen.

Häufig kommt ein Motiv so gut an, daß es direkt in mehreren Formaten genommen wird. „Bei einem guten Paßbild verkauft man leicht größere Formate mit“, so Schüffelgen. Zudem spreche sich die hohe Qualität der Bilder herum, so daß es bereits eine „Stammkundschaft“ für die digitalen Aufnahmen gebe, darunter das nahegelegene jugoslawische Konsulat, das Ausweissbewerber regelmäßig zu topfoto schickt. Für das

wichtig, daß die Paßfotos auch mit ganz normaler Stempelfarbe dauerhaft gestempelt werden können – mit den Farbsublimations-Prints der UPX-C21 kein Problem.

Mehrheit der Kunden für Sofortbilder

Die Kunden können bei topfoto zwischen digitalen und herkömmlichen Negativaufnahmen wählen. Wer die digitalen Bilder noch nicht kennt, erhält zur Ansicht eine Präsentationsmappe mit Musterbildern. Laut Dietmar Tonagel, Fotograf im topfoto-Hauptgeschäft, entscheiden sich etwa 90 Prozent der Kunden für die digitalen Sofortbilder, da sie „qualitativ an die Negativaufnahmen herankommen“, sofort mitgenommen werden können und zudem deutlich günstiger sind als die analogen Bilder – zumindest bei den geringen Stückzahlen, um die es meistens geht.

Typischerweise macht er vier bis fünf Aufnahmen, die der Kunde dann auf einem Monitor betrachten kann.

Nur das Bild, das ihm gefällt, wird letztlich in gewünschter Stückzahl auf dem Drucker ausgegeben. „Für den Fotografierten ist es sehr entspannend zu wissen, daß er die Bilder sehen und auswählen kann, bevor die Prints gemacht werden“, erklärt Tonagel. „Denn theoretisch können wir beliebig viele zusätzliche Aufnahmen machen, bis ihm ein Bild gefällt. Das ist dann aber meistens gar nicht nötig. Und für uns ist es ein Riesengewinn, daß wir keinerlei Ausschuß mehr haben.“



In den drei topfoto-Geschäften, an die ein Fotostudio angeschlossen ist, wurde das System in eine komplette Blitzanlage integriert, die auch für die konventionelle Fotografie verwendet wird.

vor der Vervielfältigung am Bildschirm auswählen können. Entsprechend groß ist die Nachfrage.

Konsulat, das Ausweissbewerber regelmäßig zu topfoto schickt. Für das Konsulat ist neben der guten Qualität



Für die Kalibrierung des Paßbild-Systems gehören zwei Testprints zum Lieferumfang. Mit ihnen können ganz einfach Helligkeit und Farben der Ausdrücke eingestellt werden.

Paßbildsystem UPX-C21

Das Paßbildsystem UPX-C21 umfaßt eine einfach zu bedienende, schnurlose Digitalkamera mit Autofocus-Zoom-Objektiv und integriertem Blitzgerät, den Thermosublimations-Drucker UP-D2600S und eine Dockingstation, über die Kamera und Ausdrücke gesteuert werden. Zu den verschiedenen Einstellungen, die direkt an der Station vorgenommen werden können, zählen die Anzahl der Ausdrücke, die Wahl zwischen Schwarzweiß und Farbe und die Anzahl der Bilder pro Ausdruck. Darüber hinaus dient sie als Akku-Ladegerät der Kamera.

In den drei topfoto-Geschäften, an die ein Fotostudio angeschlossen ist, wurde das System in eine komplette Blitzanlage integriert, die auch für die konventionelle Fotografie verwendet wird. „Das Paßbildsystem funktioniert zwar auch mit dem eingebauten Blitz erstaunlich gut, aber natürlich schöpfen wir die Möglichkeiten aus, die uns zur Verfügung stehen“, so Guido Schüffelgen. „Darüber hinaus ist die Sony UPX-Kamera eine der wenigen Digitalkameras, die mit der Blitzanlage zusammenarbeiten können. Man kann die Blende sehr schön abriegeln“, so Guido Schüffelgen.

Da die Paßbildanlage viel im Einsatz ist und es oft schnell gehen muß, betreibt topfoto die Digitalkameras zusätzlich zum integrierten Akku über ein Netzteil und stationär auf einem Stativ.

Ein weiterer Vorteil des Systems ist, daß der Kunde wählen kann, ob er von einer Aufnahme 1, 2, 4, 6, 9 oder 16 identische Bilder haben möchte. Darüber hinaus lassen sich zusätzliche Umsätze mit speziellen Ausgabemedien, beispielsweise mit Ausdrucken auf Postkarte oder Stickerpapier, generieren.

Einfache Bedienung

Sowohl Guido Schüffelgen als auch Dietmar Tonagel beschreiben die Bedienung der Digitalkamera sowie der Dockingstation als unkompliziert. „Nach einer kurzen Einarbeitungszeit kommt man auch dann gut damit klar, wenn man nicht viel Erfahrung im Umgang mit Computern hat“, erzählt Tonagel. „Ich arbeite zwar schon seit 30 Jahren als Fotograf, aber digitale Technologien sind neu für mich. Letztlich ist die Handhabung der Anlage jedoch nicht schwieriger als bei einer TV-Fernbedienung. Selbst die Fachverkäuferinnen, die keine fotografische Ausbildung haben, können die Paßbilder problemlos erstellen.“

Kalibrierung

Auch die Kalibrierung der Anlage beschreibt Guido Schüffelgen als einfach: „Innerhalb kurzer Zeit haben wir das System jeweils auf unsere Studios und die Blitzanlagen eingestellt“, berichtet er. „Und da das Material nicht temperaturabhängig ist, bleiben uns auch auf Dauer Überraschungen erspart.“ Sehr hilfreich bei der Kalibrierung der UPX-C21 sind zwei Testprints, die über die Dockingstation ausgedruckt werden können. Der erste stellt unterschiedliche Farbwerte, der zweite Helligkeitswerte zur Auswahl, die einfach über das Menü angesteuert und ausgewählt werden können. Mit Hilfe dieser Testprints sind die Werte für eine optimale Grundeinstellung schnell gefunden.

Paßbilder aus dem PC

In nächster Zeit will Guido Schüffelgen die Paßbild-Anlagen um ein weiteres Feature erweitern, das Sony seit kurzem als UPX-C21-Zubehör anbietet: das PC-Anschlußkit UPA-PCK21, das es erlaubt, die Digitalbilder auf dem Rechner zu archivieren und so zu einem beliebigen Zeitpunkt Nachbestellungen der Bilder anzubieten.

TV. VIDEO. AUDIO. MECABLITZ



analog
digital
leistungs-
stark

Zukunftssicher.
Bedienfreundlich.
Individuell.

Erleben Sie Fotografieren mit Metz. Digital oder Analog. Vom preisbewußten Einsteiger- bis hin zum Profi-Stab-Blitzgerät. Ihr Vorteil: durch das intelligente SCA-Adapter-System bleibt Metz Blitz und Zubehör – auch wenn Ihre Kamera wechselt.

Mehr Informationen von Metz-Werke, Postfach 1267, 90506 Zirndorf.

www.metz.de

Metz. Immer erster Klasse.

Extra-Einnahmen durch Zubehör für das Topmodell **Casio bundelt QV-4000 mit 1 GB Microdrive**

Seit September bietet Casio das neue Digitalkamera-Flaggschiff QV-4000 zusammen im Bundle mit dem 1 GB Microdrive von IBM an. Darüber hinaus hat das Unternehmen auch eine umfangreiche Zubehörpalette zu dem Modell im Angebot, die den Händlern Möglichkeiten für zusätzliche Einnahmen bietet.



Mit dem neuen 4,13 Millionen Pixel-Modell möchte Casio an den Verkaufserfolg der QV-3500EX anknüpfen, die sich nach Aussage von Ricky L. Stewart, Senior Sales Manager für Deutschland und Österreich, als „Bombenerfolg“ erwiesen hat. Die QV-4000 bietet verschiedene Auflösungen (maximal 2.240 x 1.680 Pixel), ein 3fach optisches Zoomobjektiv von Canon, das Brennweiten, verglichen mit dem Kleinbildformat, von 34–102 mm zur Verfügung stellt, sowie die bereits bewährte Bestshot-Funktion. Weitere Features sind ein 5-Funktions-Blitz, drei verschiedene Belichtungsmeßmethoden und ein Kamera-Gehäuse im edlen Metallfinish, das der Kamera durch Gewicht und Aussehen eine besondere Wertigkeit verleiht. Professionellere Anwender werden sich über die Möglichkeit der Verschluss-Blitzsynchronisation auf den ersten und zweiten Vorhang freuen. Das Angebot der QV-4000 im Bundle mit dem 1 GB Microdrive sorgt dafür,



Michael Langbehn, Assistent Marketing Manager, Ricky L. Stewart, Senior Sales Manager für Deutschland und Österreich, und Sigbert Laakmann, Product Manager Digital Cameras von Casio (v. l.), brachten bei ihrem Besuch in der imaging+foto-contact-Redaktion nicht nur die aktuelle Kamera-Range mit, sondern auch die dazu gehörenden Zubehörprodukte.

daß Anwender Speicherplatzprobleme endgültig vergessen können. Selbst bei der Speicherung der Bilder im unkomprimierten TIFF-Format in der höchsten Auflösung bietet die Minifestplatte Platz für 87 Bilder. Zudem ist das mit einem Endverbraucherpreis von 2.405,67 DM angegebene Bundle ausgesprochen günstig, wenn

man bedenkt, daß eine 1 GB Microdrive-Festplatte im Geschäft zwischen 850 und 1000 DM kostet und zusätzlich eine 16 MB fassende Compact-Flashkarte zum Lieferumfang des Pakets gehört. Für eine ausreichende Energieversorgung wird die QV-4000 zusammen mit einem Ladegerät inklusive NiMH-Akkus ausgeliefert. Darüber hinaus bietet Casio eine Reihe von weiteren Zubehörprodukten an, mit denen Händler zusätzliche Einnahmen generieren können. Dazu zählen eine attraktive Tasche für Aufbewahrung und Transport der Kamera oder der am Objektiv ansetzbare Adapter (LU-35A), der den modularen Ausbau des Kamerasystems mit Filtern oder Konvertern ermöglicht. Zusätzlich bietet Casio CompactFlash Cards, Ersatzakkus oder auch das Batterienladegerät optional an. Für die alternative Stromversorgung steht der Netzadapter AD-C620 zur Verfügung. höl



Damit der Handel Gelegenheit erhält, mit Zubehörprodukten zusätzliche Margen zu erzielen, bietet Casio die Tasche zur QV-4000 bewußt als Zubehör an.



Die QV-4000 wird zusammen mit einem Ladegerät und NiMH-Akkus ausgeliefert.



Wer beim Fotografieren nicht mobil sein muß, beispielsweise bei Archivierungsaufnahmen, kann die Kamera mit dem optional erhältlichen Netzteil von Casio einsetzen.

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

www.cat-verlag.de



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

Sony-InfoNet bietet Elemente für die Händler-Homepage

Verkaufsförderung über das Netz

Seit einem halben Jahr bietet Sony unter www.sony-infonet.de einen Webauftritt an, der speziell auf die Bedürfnisse der Handelspartner des Unternehmens ausgerichtet ist. Neben zahlreichen Informationen zu den Produktgruppen bieten die Seiten umfangreiche Unterstützung beispielsweise für die Integration von Sony-Buttons auf den Internetseiten der Händler.

Mit der Schaltung einer speziellen Seite für die Handelspartner Sonys möchte das Unternehmen dem erhöhten Informationsbedürfnis dieser Kundengruppe entgegenkommen. So bietet das InfoNet über das Informationsangebot hinaus, das sich beispielsweise auf den sony.de-Seiten findet, weiter-

gewählten Modells und Treiber, die zum Download bereitstehen. Darüber hinaus sind in einer Liste alle zu der jeweiligen Kamera erhältlichen Zubehörprodukte (inklusive Einkaufspreise und unverbindlich empfohlene Verkaufspreise) aufgeführt, die Bedienungsanleitung steht im Netz zum Download bereit und, was vor allem für die Vertreter der Presse von Bedeutung ist, die ebenfalls Zugriff auf die Seiten haben, finden sich hier alle Pressemitteilungen zu dem Produkt.

Homepage der Händler. Den schnellen und sicheren Zugang zum Sony Internet-Auftritt erhalten die Händler über ein Kennwort und eine Kundennummer. Dazu müssen sie einfach die Startseite aufrufen, die erforderlichen Daten in das Orderformular eintragen und erhalten kurze Zeit später ihr persönliches Kennwort per E-Mail zugeschickt.



Sogenannte Flashbanner, Werbemotive, bei denen das Motiv in Sekundenschnelle zwischen Bild und Werbeschriftzug hin- und herschaltet, können sich die Händler für die Integration in ihren eigenen Web-Auftritt vom Sony InfoNet herunterladen.

Drei Produktgruppen im Fokus

Im Mittelpunkt des Sony InfoNets stehen die Bereiche digitale Kameras, Camcorder und digitale Fotodrucker. Auf der Startseite jeder dieser Rubriken werden alle der zu dieser Produktgruppe gehörenden Modelle mit Foto abgebildet, so daß ein Händler, der beispielsweise nach einem bestimmten Kameramodell sucht, dieses auf einen Blick finden kann. Nach der Auswahl einer Kamera per Mausklick erhält der Internetbesucher Zugriff auf eine Reihe weiterer Informationen. So findet er Datenblätter mit allen technischen Daten, verschiedene Produktfotos des aus-



Alle Kameramodelle auf einen Blick inklusive Foto und Produktbezeichnung zeigt die Startseite für den Bereich digitale Fotografie.

reichende Unterstützung für den Handel, wie beispielsweise PoS-Materialien, die übers Netz geordert werden können, oder Bausteine für die Gestaltung der

Internet-Baukasten

Ein besonderer Service des InfoNets ist der Internetbaukasten. Hier kann sich jeder Händler attraktive Elemente zur Aufwertung des eigenen Händlerauftritts herunterladen. Zu den einzelnen Produkten stehen sowohl Werbe-Banner, interaktive Flash-Banner als auch sogenannte MicroSites zur Verfügung. Letztere lassen sich als in sich abgeschlossene Informationsinseln in das



Für die Camcorder von Sony wurde auf den Webseiten ebenfalls ein eigener Bereich inklusive Datenblätter, Produktfotos und Werbemittel reserviert.



Der Mediaplan zeigt, wann Sony für welche Produkte und in welchen Zeitschriften Anzeigen schaltet. Händler können sich daran orientieren, um beispielsweise zeitgleich die Werbung in ihrem eigenen Geschäft für diese Produkte zu forcieren.

Online-Angebot des jeweiligen Händlers integrieren. Die MicroSite zu dem gewählten Produkt erscheint in einem eigenen Fenster, so daß der Kunde die Seite des Händlers nicht verläßt. Die aufwendig gestalteten Seiten, die die aktuellen Produkte interaktiv und informativ vorstellen, sind ein echter Blickfang.

Unter der Rubrik „Testberichte“ können sich Händler durch die den Fachzeitschriften entnommenen Testberichte über die Qualität der Sony-Produkte informieren.

Neben dem hier ausführlich beschriebenen Unterpunkt Digital Foto gehören zum Hauptmenü die ähnlich strukturierten Produktkategorien Video und digitale Fotodrucker.



Anzeigenmotive können über ein Online-Orderformular direkt über die Internetseite von den Händlern bezogen werden.

Zubehör & Treiber

Wie schon in den einzelnen Produktbereichen, ist auch im Hauptmenü der Unterpunkt „Zubehör & Treiber“ aufgelistet, unter dem sich die Anwender Kompatibilitäts- und Treiberlisten für die einzelnen Produktparten herunterladen können.

In Planung befindet sich der Menüpunkt „Marktinfos“, unter dem zu einem späteren Zeitpunkt aktuelle Marktinformationen und interessantes Hintergrundmaterial rund um die Themen Digitalfotografie und Video zu finden sein werden.

Kommunikation

Der Hauptmenüpunkt Kommunikation liefert den Händlern umfassendes Material, das sie für die Vermarktung der Sony-Produkte einsetzen können. Neben den Buttons und Microsites zum Herunterladen sind hier alle vorstellbaren Logos sowohl für Sony Produkte als auch für einzelne Produkteigenschaften (z. B. USB-Anschluß, Memory Stick-Kompatibilität), die per Logo hervorgehoben werden sollen, aufgelistet. Händler, denen noch das passende Werbemotiv für ihre Promotionaktion fehlt, werden im Bereich Anzeigenbaukasten fündig. Hier können aktuelle Anzeigenmotive als druckfähige Daten per E-Mail direkt bestellt werden.



Auf der Sony-InfoNet-Seite sind PoS-Materialien wie Standdisplays, Dekopakete oder Warenträger für Foto und Video aufgeführt, die die Händler direkt über den Internetauftritt bestellen können.

Mediaplan

Ein detaillierter Mediaplan zeigt genau an, wann Sony für welche Produkte Anzeigen schaltet und in welchen Fachzeitschriften bestimmte Zielgruppen damit angesprochen werden sollen. So kann der Händler auf einen Blick erkennen, ob er die verstärkte Werbung in den Printmedien für spezifische Promotionaktionen in seinem Geschäft aufgreifen möchte.

In absehbarer Zeit wird sich unter dem Hauptmenüpunkt Kommunikation auch ein mit „Promotion“ betitelter Bereich finden, unter dem die Anwender über geplante Werbemaßnahmen Sonys im Promotionbereich informiert werden.



Die Supportseite hält alle wichtigen Ruf- und Faxnummern bereit, falls Besucher des Webauftritts auf weiterreichende Informationen angewiesen sind.

Zu der Kategorie Kommunikation zählt auch der Unterpunkt Messen, wo zuletzt ausführliche Informationen und News der Internationalen Funkausstellung in Berlin inklusive einer Aufzeichnung der dortigen Pressekonferenz abzurufen waren.

Unter der Überschrift „PoS-Material“ finden die Anwender Werbematerialien wie Standdisplays, Dekopakete oder Warenträger mit Sony-Logo für Foto und Video, neben einem Online-Bestellformular, über das Händler direkt die Werbematerialien anfordern können.

Sony-Team

Unter dem Hauptmenüpunkt „Ihr Sony-Team“ werden auf einen Blick alle wichtigen Adressen wie die Sony-Infoline-Telefonnummer, die Sony-Faxline Nummer oder für dringliche Anfragen die Nummer der Hotline aufgeführt.

Der Bereich Sony Academy bietet Informationen zu Sonys Schulungsangebot. Zum einen werden hier die Schulungen aufgeführt, die Sony im eigenen Schulungszentrum in Köln anbietet, zum anderen wird das Angebot regional gebündelter Seminare dargestellt.

Inzwischen sind über 1.000 Händler für die Nutzung der Webseiten des Sony-InfoNets angemeldet, das aufgrund der hohen Informationsvielfalt des Auftritts regelmäßig von autorisierten Vertretern der Presse genutzt wird.



Die DSC-P5 von Sony in der Praxis

3,2 Megapixel in schicker Optik

Noch vor ihrer Premiere auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin hatte die Redaktion von **imaging+foto-contact** Gelegenheit, die neue Digitalkamera von Sony, die CyberShot DSC-P5, in der Praxis zu testen.

Grund zur Freude liefert bereits das Äußere des neuen Mini-Digitalkameramodells von Sony. Mit den Maßen 11,3 cm x 5,4 cm x 3,6 cm (Breite x Höhe x Tiefe) ist sie fast 20 Prozent kleiner als das Vorgängermodell DSC-P1 und steckt darüber hinaus in einem edlen Metall-Chassis.

In ihrem Inneren verfügt sie über einen mit 3,2 Megapixeln ausgestatteten Super-HAD-CCD, der im Zusammenspiel mit dem 3fach optischen Zoom zu guten Bildergebnissen beiträgt.

Die wichtigsten Funktionen wie Automatik, Nachtaufnahme, Wiedergabe, Film oder Set up lassen sich über ein griffiges Einstellrad an der Oberseite der Kamera einstellen. Weitere Features können per Wheelrad über das Menü ausgewählt werden. Neben der Makrofunktion, mit der Aufnahmen ab einer Entfernung von 10 cm gemacht



Detailreiche Makroaufnahmen sind mit der dafür vorgesehenen Funktion ab einem Abstand von 10 cm möglich.



Noch feinere Details und einen höheren Dynamikumfang liefert eine verbesserte Signalverarbeitung durch einen neuen 14-bit-A/D-Wandler der Kamera.



Die natürliche Wiedergabe von Hauttönen ist für die DSC-P5 kein Problem. Und das witzige Design der Kamera hält selbst der kleine Henk im Kopf nicht aus.

werden können, erhält man hier auch Zugriff auf verschiedene Einstellungen des integrierten Blitzes. Beispielsweise kann man die Vorblitzfunktion wählen, mit der sich die gefürchteten Rote-Augen-Effekte auf den Fotos verhindern lassen. Der Autofocus der Kamera wird durch ein orangeleuchtendes Hilfslicht unterstützt, so daß sie selbst ungünstige Lichtbedingungen problemlos meistert.



Das Untermenü eröffnet den Zugriff auf eine Reihe von weiteren kreativen Einstellungen. So kann zum Beispiel zwischen verschiedenen Auflösungsgrößen gewählt werden. Das ist praktisch, da lange nicht für alle Aufnahmewecke die höchste Auflösung von 2.048 x 1.536 Pixeln benötigt wird und es darüber hinaus dabei hilft, Speicherplatz auf dem 8 MB fassenden Memory Stick zu sparen. In dem Menü kann außerdem festgelegt werden, ob die Aufnahme als unkomprimierte Tiff-Datei, Text-, Voice-, E-Mail- oder als Normalaufnahme erfolgen soll. Der ISO-Wert ist zwischen 100 und 400 wählbar. Je nach vorherrschender Umgebungsbedingung stehen verschiedene Einstellungen für den Weißabgleich zur Verfügung. Neben der individuellen Beeinflussung können Funktionen wie die Blendensteuerung, Weißabgleich oder Verschlusszeiten auch der automatischen Kameraleistung überlassen werden. Interessante Effekte lassen sich mit den digitalen Verfremdungsfunktionen (Solarisation, Sepia, Negativ) erzielen. Die Übertragung der Bilddaten zum Computer verläuft dank der integrierten USB-Schnittstelle und der einfachen und schnellen Installation der mitgelieferten MGI Photo Suite und MGI VideoWaveSE völlig problemlos, alternativ kann der Memory Stick natürlich auch unter Zuhilfenahme eines Adapters für die Datenübertragung eingesetzt werden. Fazit: Die CyberShot DSC-P5 ist eine schön gestaltete Digitalkamera, bei der sich die Anwender nicht nur aufgrund der hohen Auflösungsleistung um eine gute Bildqualität nicht sorgen müssen. Videofunktion, verschiedene Wiedergabefunktionen und digitale Effekte sorgen darüber hinaus dafür, daß der Spaßfaktor nicht zu kurz kommt. höl

Fünf neue Kodak Inkjet Fotopapiere

Kodak hat fünf neue Inkjet Fotopapiere ins Sortiment aufgenommen, die nach Angaben des Herstellers beim Ausdruck digitaler Fotos, Grafiken und Präsentationen qualitativ hochwertige Ergebnisse erzielen.

Das Kodak Ultima Picture Paper gibt es jetzt auch mit Mikroperforierung. Mit diesem Material kann der Anwender pro Seite zwei randlose, hochglänzende Foto-Ausdrucke im Format 13 x 18 cm in hoher Qualität herstellen. Das Kodak Picture Paper ist ab sofort in einer



zweiten Ausführung mit matter Oberfläche erhältlich. Für die Erstellung von geschäftlichen Dokumenten, die Fotos und Grafiken enthalten, eignet sich das neue, beidseitig bedruckbare Kodak Presentation Paper. Mit einer verbesserten Oberfläche, die für eine gleichbleibend gute Druckqualität sorgt, präsentiert sich das Kodak Bright White Inkjet Paper. Mit den Kodak Premium Inkjet Glossy Grußkarten können Anwender ihre digitalen Fotos auf kreative und persönliche Weise verschicken.

- **Kodak Presentation Paper:** Mit dem neuen beidseitig bedruckbaren Kodak Presentation Paper lassen sich geschäftliche Dokumente mit Grafiken und Fotos in hoher Qualität erstellen. Dank eines Gewichts von 105 g/m² und einer speziellen, matten Oberfläche

zeichnen sich die Ausdrücke durch Detailreichtum und leuchtende Farben aus. Das Kodak Presentation Paper steht im Format DIN A4 mit 150 Blatt pro Packung zur Verfügung.

- **Kodak Ultima Picture Paper** für randlose Inkjet-Drucke: Das Kodak Ultima Picture Paper besitzt dieselbe Papierbasis wie das Kodak Royal Fotopapier. In Verbindung mit der außergewöhnlichen Stärke von 270 g/m² sehen die Ausdrücke auf dem neuen Kodak Inkjet Top-Papier nicht nur wie Fotos aus, sondern fühlen sich auch so an. Ein besonderes Qualitätsmerkmal des Kodak Ultima Picture Papers ist die von Kodak erwartete lange Haltbarkeit von 20–25 Jahren. Die Mikroperforierung der neuen Fotopapiere ermöglicht es, zwei Bilder im Format 13 x 18 cm auf einer Seite auszudrucken und danach leicht herauszutrennen. Dieses Papier liefert Kodak in Packungen mit jeweils zwölf Blatt.

- **Kodak Picture Paper:** Eine preisgünstige Lösung für alltägliche Foto-Drucke soll das Kodak Picture Paper bieten. Es ist 190 g/m² schwer und beidseitig bedruckbar. Deshalb muß der Anwender nicht auf eine bestimmte Seite achten. Die Ausdrücke zeichnen sich nach Kodak Angaben durch scharfe und genaue Detailwiedergabe sowie naturgetreue, leuchtende Farben aus. Das Kodak Picture Paper ist jetzt auch mit matter Oberfläche verfügbar. Es steht im DIN A4-Format mit 25 Blatt pro Packung zur Verfügung.

- **Kodak Bright White Inkjet Paper:** Das neue Kodak Bright White Inkjet Papier besitzt eine verbesserte helle, weiße Oberfläche. Ausdrücke auf dem neuen Kodak Papier zeichnen sich durch eine ausgezeichnete Farbwiedergabe und scharfen Text aus. Das Papier eignet sich für Tintenstrahl- und Laserdrucker sowie Kopierer. Das Kodak Bright White Inkjet Papier (Hochweiß) ist zu 500 Blatt im DIN A4-Format erhältlich.

- **Kodak Premium Inkjet Glossy Gree-**



Karsten Eggert, Leiter Kodak Digital + Applied Imaging, sieht in den neuen Inkjet Papieren die perfekte Ergänzung zu den Kodak Digitalkameras, die durch das Easy Share System eine besonders einfache Übertragung der Bilder zum Computer ermöglichen.

ting Cards: Mit den Kodak Premium Inkjet Glossy Grußkarten können Anwender ihre digitalen Aufnahmen auf kreative und persönliche Weise an Familie und Freunde verschicken – ob als offizielle Einladung, Geburtstagswünsche oder als Gruß aus dem Urlaub. Das 190 g/m² schwere Papier ist schnelltrocknend und sorgt mit seiner speziellen Oberfläche für Inkjet-Ausdrücke in Top-Qualität. Die Außenseite ist hochglänzend, während die Innenseite über eine matte Oberfläche verfügt. Geliefert wird das Papier in Packungen mit zehn Karten plus zehn Briefumschlägen.

Eigene Speicherkarten im Kodak Programm

Kodak bietet ab sofort eigene Compact Flash- und MultiMedia-Speicherkarten als Zubehör an. Damit reagiert das Unternehmen auf die steigende Nachfrage nach Speichermedien für digitale Aufnahmegeräte. Die neuen Kodak Speicher werden in einem Verpackungsdesign angeboten, das dem Verbraucher einfach und übersichtlich die Vorzüge des jeweiligen Formats aufzeigt.

Konica Digital Revio KD-300Z und KD-200Z

Leichtgewicht und Digitale mit kreativem Zoom



Konica
Digital Revio
KD-300Z

Konica stellt mit der Digital Revio KD-300Z und der Digital Revio KD-200Z zwei Modelle einer neuen Reihe Digitalkameras vor, die die Konica Corporation, Tokio, im Juli dieses Jahres auf den deutschen Markt gebracht hat.

Die Konica Digital Revio KD-300Z ist mit einem Gehäuse aus legiertem Edelstahl ausgestattet und bietet eine Auflösung von 3,34 Megapixeln sowie ein Zweifach-Zoomobjektiv, das entsprechend dem Kleinbildformat über einen Brennweitenbereich von 38 – 76 mm verfügt. Sie ist laut Aussage von Konica (Stand Pressemitteilung August) die kleinste und leichteste Kamera ihrer Klasse (87 x 55 x 30 mm / 165 g). Zusätzlich zum optischen Zoom ist ein 1,3facher, 1,6facher oder 2facher Digitalzoom einsetzbar. Ihr Objektiv ist mit sieben Linsen in sechs Gruppen aufgebaut. Die Lichtstärke beträgt F 2.8 in der Weitwinklereinstellung und F 3.5 in der Teleeinstellung.

Die Bilder können in drei verschiedenen Auflösungen und im unkomprimierten TIFF-RGB-Format aufgezeichnet werden. Für die optimale Belichtung der mit der Digital Revio KD-300Z aufgenommenen Bilder sorgt eine Programm-Belichtungs- sowie eine Blendenaomatik. Für die Belichtungsmessung stehen dem Anwender mit der Mehrzonen-CCD-Bildmessung, mittenbetonter Messung und der Spotmessung drei verschiedene Methoden zur Auswahl. Der mechanische Verschluss der Kamera arbeitet in Verbindung mit dem elektronischen CCD-Verschluss und erreicht so Zeiten zwischen 1 und 1/2000 Sekunde. Verschiedene

Weißabgleichseinstellungen (automatisch, Tageslicht, Kunstlicht, bedeckter Himmel, Beleuchtung durch Leuchtstoffröhren) sowie digitale Effekte wie Sepia oder Schwarzweiß runden das fotografische Potential ab.

Für eine präzise Erfassung der Motive ist die Digitalkamera mit einem optischen Realbildsucher und für die Bildwiedergabe mit einem 1,5" großen TFT-Farbmonitor ausgestattet. Ein integrierter Blitz mit verschiedenen



Die Konica Digital Revio KD-200Z ist mit einem optischen Dreifachzoom und einem digitalen Zweifachzoom ausgestattet, so daß sie dem Anwender einen großen kreativen Freiraum zugesteht.

Funktionen sorgt für eine optimale Ausleuchtung der Motive. Für die Bildübertragung zum Fernseher ist ein Videoausgang Fernsehnorm NTSC/PAL vorhanden. Zum Lieferumfang zählt eine 16 MB Multimedia-Karte, ein Satz Lithium-Ion-Batterien, ein AC-Adapter, Videokabel sowie ein externes USB-Kartenlesegerät für die problemlose Übertragung der Bilddaten zum Computer. Die unverbindliche Preisempfehlung für die Digital Revio KD-300Z beträgt 1.498 DM.

Konica Revio KD-200Z

Die Konica Digital Revio KD-200Z ist mit einem 2,1 Megapixel-CCD und einem optischen Dreifach-Zoom (entsprechend der Brennweite von 35 – 105 mm bei einer 35 mm-Kamera) aus-

gestattet. In Verbindung mit dem digitalen Zweifach-Zoom kann hier sogar maximal ein Sechsfach-Zoom erreicht werden. Die Verschlusszeiten reichen von 1/8 Sekunde bis 1/2000 Sekunde, beziehungsweise 2 bis 1/2000 Sekunde bei Langzeitbelichtungen. Die Digitalkamera bietet drei verschiedene Auflösungen (maximal 1.600 x 1.200 Pixel), in der die Bilder im JPEG-Format aufgezeichnet werden können. Die

Belichtung der Aufnahmen übernimmt eine Programm-Belichtungsautomatik; für die Lichtmessung stehen mittenbetonte Messung und Spotmessung zur Verfügung. Wie ihr Schwestermodell verfügt auch die Digital Revio KD-200Z über einen optischen Realbildsucher und einen 1,5"-TFT-Farbmonitor. Weitere Features sind diverse Weißabgleichseinstellungen, ein eingebautes Automatik-Blitzgerät und eine

USB-Schnittstelle für die Übertragung der Bilddaten zum Computer. Die Konica Digital Revio KD-200Z wird zusammen mit einer 8 MB SD Memory Card, Lithium-Batterie, Trageriemen, CD-ROM und USB-Kabel ausgeliefert. Die Digital Revio KD-200Z hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 1.099 DM.

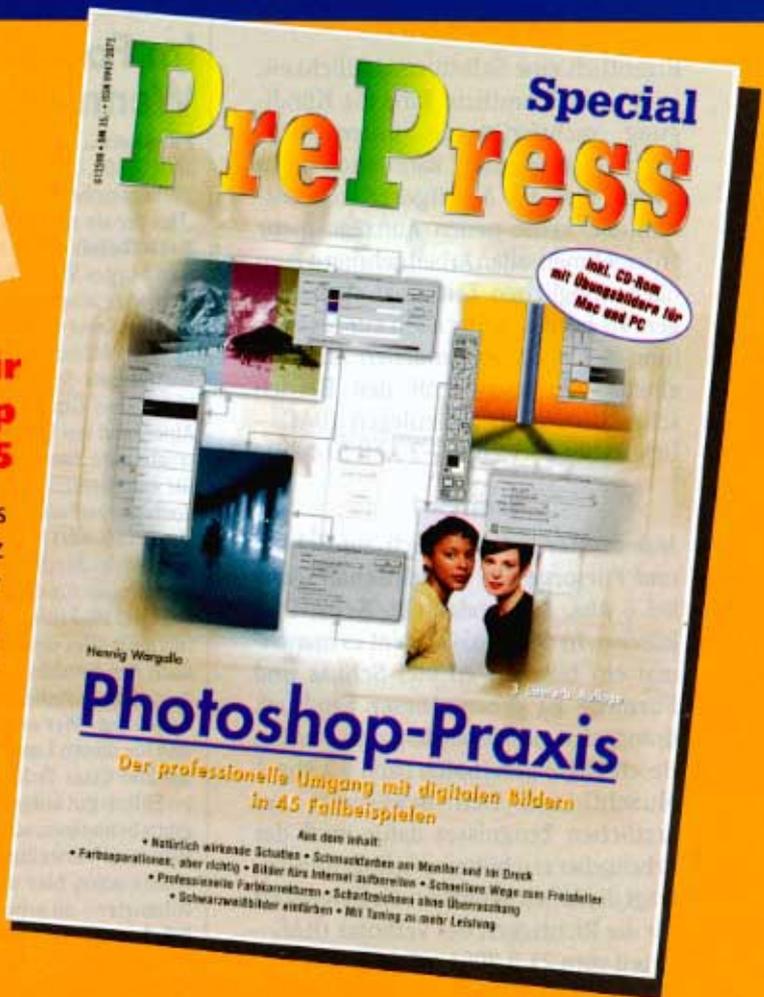
Neben der Möglichkeit zur digitalen Aufnahme von Fotos bieten beide Kameras auch eine Movie-Funktion (maximal 15 Sekunden pro Aufnahme). Sie zeichnen dabei die Bilder in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln auf. Auch für die Bildwiedergabe stehen diverse Funktionen wie Bild für Bild, vergrößerte Wiedergabe, Filmwiedergabe, Index-Wiedergabe oder Diaschau zur Verfügung. höl

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,-**

Name/Firma:

Straße/Nr.:

Plz/Ort:

Telefon/Fax:

Unterschrift

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

Fax: 0 21 02 / 20 27 90



Neue Pentax Digitalkamera im Edelstahl-Gehäuse **Optio 430 mit Vier-Megapixel-CCD**

Mit der neuen Optio 430 Digitalkamera will Pentax die Erfolgsstory fortsetzen, die im August mit der Einführung des kleineren Schwestermodells Optio 330 begann. Die Kamera, deren Abmessungen in etwa denen einer Zigarettenschachtel entsprechen, ist äußerlich baugleich mit der Optio 330. Als wesentlichen Unterschied besitzt sie jedoch einen Vier-Megapixel-Aufnahmechip, der noch hochwertigere Digitalaufnahmen verspricht.

Optisch unterscheidet sich die Optio 430 von den anderen Mitgliedern dieser Modellfamilie durch die Nennung der Pixelanzahl auf der Frontplatte und die Farbe des Ringes am Zoomobjektiv:

Die Lösung für die Pentax Ingenieure dar. Gelöst wurde die Aufgabe schließlich durch die Kombination aus zwei innovativen Besonderheiten, die das kompakte Design der Optio Reihe



Die neue Pentax Optio 430 ist am purpurfarbenen Ring um das Zoomobjektiv zu erkennen.

Die Optio 430 ist am purpurfarbenen Ring zu erkennen, während die Optio 330 einen blauen Ring besitzt. Mit ihrem hochauflösenden Vier-Megapixel-Chip und ihrem optischen Dreifach-Zoomobjektiv 37–111 mm (entsprechend Kleinbildformat) versetzt die Kamera den Fotografen in die Lage, Fotos aufzunehmen, die sich auch bei großen Vergrößerungen nicht mehr von analogen Fotos unterscheiden lassen. Die kleine Kamera (Maße: 92 x 59 x 31 mm; Gewicht inklusive Akku und Speichermedium: 240 g) zeichnet sich zudem durch den bereits von der Optio 330 bekannten, extravaganten Chic aus.

Die Integration modernster Technik auf kleinem Raum stellte nach Unternehmensangaben eine große Herausforderung

ermöglicht: Zum einen wurde ein ultrakompaktes Zoomobjektiv entwickelt, das trotz seiner minimalen Größe durch eine hohe Bildauflösung und extrem verzeichnungsfreie Abbildungsleistung charakterisiert wird. Die hohe Qualität der Optik beruht auf der Verwendung zweier doppelseitiger asphärischer Elemente und eines neu entwickelten Einzugsmechanismus für den Objektivtubus. Zum anderen brachte Pentax CPU-, ASIC- und Speicher-Chip auf einem einzigen MCM (Multi-Chip-Modul) unter. Das führte zu einer signifikanten Platzersparnis im Kamerainneren.

Die Optio 430 bietet eine Reihe anwenderfreundlicher Funktionen für nahezu jede Aufnahmesituation. Autofocus,

manuelle Focussierung, Automatikblitz, Programmautomatik, Makrofunktion und viele weitere Möglichkeiten kennzeichnen das kreative fotografische Potential der Kamera. Die Optio 430 besitzt fünf Aufnahmeprogramme: Standard, Nachtaufnahme, Manuell, Video und Mehrfachbelichtung. Gespeichert werden die Bilder auf einer CompactFlash I Karte. Die Bedienung der Kamera erfolgt mittels eines Einstellrads auf der Kopfseite.

USB-Port, 1,6-Zoll-Präzisionsmonitor, neueste Preview-Funktion und fünf Weißabgleichfunktionen ergänzen die Ausstattung. Weitere digitale Funktionen der Optio 430 sind die Unterstützung des DPOF-Druckformats, die neue „Print Image Matching“ Technologie von Epson für optimale Printergebnisse auf dem Homeprinter, Weckruf und, für diejenigen, die mit der Kamera im Ausland unterwegs sind, die Angabe der Weltzeit.

Die Pentax Digital-Philosophie

Pentax begründet seine Produktstrategie im digitalen Markt auf der großen Kompetenz aus dem analogen Geschäft. Die Pentax Digitalkameras unterscheiden sich in Gestalt und Komfort nicht von den analogen Pentax Kompaktkameras. Klassische Formen auf höchstem Qualitäts- und Ästhetikniveau bestimmen nach Aussage des Herstellers das Designkonzept. Dabei legt Pentax neben Chic und Funktionalität großen Wert auf anwenderorientierten Komfort. Features aus dem Bereich der analogen Fotografie mit Kompaktkameras sollen die Verbraucher auch in der digitalen Welt überzeugen und vor allem zu optimalen Bildergebnissen führen. Die Pentax Optio 430 emotionalisiert wie kaum eine andere Digitalkamera. Obschon ein technisches Produkt, zählt die Kamera zu den elegantesten Produkten im Digitalkameramarkt. Damit wird sie zum idealen Geschenk für trendorientierte und luxusliebende Schöngelüste mit hoher Technikaffinität.

Informationen in acht Städten Nikon lud seine Händler zur Roadshow 2001

In acht Städten zwischen Düsseldorf, Hamburg, Leipzig und München hat die Nikon GmbH mit ihrer diesjährigen Roadshow Station gemacht. Die Nikon Handelspartner erfuhren dort Neues über Produkte, aktuelle Marktzahlen, Nikons Auftritt auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin sowie über die Zukunftserwartungen des Unternehmens hinsichtlich neu entstehender Märkte.

Nikon Geschäftsführer Hayato Kamijo und Michael Stepien, Nikon General Manager Consumer Products, ließen es sich nicht nehmen, auf den meisten Veranstaltungen die Gäste persönlich zu begrüßen. Kamijo wies in seiner

Die Mitglieder der Künstlertruppe „Rue Pietonne“ fungierten auf der Roadshow als Modelle.



Begrüßungsansprache darauf hin, daß die Nikon GmbH in diesem Jahr ihr 30jähriges Bestehen feiert und dankte den Handelspartnern für „30 Jahre gute und vor allem vertrauensvolle Zusammenarbeit“.



Nikon Geschäftsführer Hayato Kamijo begrüßte die Gäste.

Jetzt blicke man mit dem Handel in eine Zukunft, deren Handelslandschaft maßgeblich von der digitalen Fotografie geprägt sei, führte Kamijo weiter aus. „Vertrauenswürdig-

keit und Kreativität“, mit dieser Philosophie stehe Nikon seinen Partnern aus Handel und Medien auch in Zukunft



Michael Stepien, Nikon General Manager Consumer Products

aktiv und zuverlässig zur Seite. Stepien führte den Besuchern der Roadshow anschließend die derzeitige wirtschaftliche Situation des Unternehmens vor Augen: Im abgelaufenen Geschäftsjahr (April 2000 bis März 2001) konnte die Nikon GmbH (inkl. Österreich) ihren Umsatz von 187,2 Mio. DM auf 229,8 Mio. DM steigern (plus 22,8 Prozent). Für den Zeitraum April bis August 2001 liegt das Unternehmen bei 96,56 Mio. DM (plus 16,07 Prozent gegenüber dem Vorjahr). Die aktuelle Marktsituation bestärke ihn in seinem Optimismus, daß Nikon das Jahresziel erreichen werde, führte Stepien aus.

Er forderte die Besucher auf, offen über die Probleme zu diskutieren, die sie berührten, und lenkte deren Aufmerksamkeit auf die sich verändernden Märkte. Stepien: „Auf der Internationalen Funkausstellung war zu sehen, wo sich die multimediale Gegenwart bereits befindet und mit welcher rasanten Geschwindigkeit die Digitalisierung unserer Welt voranschreitet.“ Digitales Fernsehen, DVD, UMTS und Teleshopping seien nur einige Vokabeln der Neuzeit.

Im Anschluß an die kurzen Reden hatten die Gäste Gelegenheit zum zwanglosen Meinungsaustausch. Außerdem bestand die Möglichkeit, die neuen



Internationaler Nikon-Fotowettbewerb entschieden

Der Nikon Photo Contest International (NPCI), der alle zwei Jahre von Nikon ausgeschrieben wird, ist entschieden. Weltweit nahmen daran 6.361 Fotografen aus 73 Ländern mit 34.187 Arbeiten teil. Sie lagen damit im Wettstreit um wertvolle Sach- und Ehrenpreise. Der „Grand Prize“ mit dem Titel „Wedding at Nursing Home“ ging an Yao Fang Cai aus China. Mit diesem Bild siegte er in der Gesamtwertung.

Coolpix-Modelle im Praxiseinsatz zu testen. In Zusammenarbeit mit Agfa und der französischen Künstlertruppe „Rue Pietonne“ hatte Nikon einen Rahmen geschaffen, in dem der gesamte Workflow von der Bildaufnahme bis zur Ausgabe demonstriert werden konnte.

Neue Nikon Coolpix mit 5-Megapixel-Chip und Dreifach-Zoom

Nikon hat die neue Digitalkamera Coolpix 5000 vorgestellt. Sie ist mit einem 2/3-Zoll Aufnahme-CCD mit fünf Megapixeln ausgestattet, der Bilder mit einer Größe bis zu 2.560 x 1.290 Pixeln ermöglicht. In dieser Auflösung lassen



sich nach Angaben des Herstellers Bilder in hoher Qualität bis zum Format DIN A3 drucken. Die Bilddaten können im unkomprimierten TIFF- oder im komprimierten JPEG-Format gespeichert werden. Im Mittelpunkt des optischen Systems steht bei der Coolpix 5000 ein neues Nikkor-Zoomobjektiv 2,8–4,8/7,1–21,4 mm (entspricht 28–65 mm bei Kleinbild) mit drei asphärischen Linsen. Die Kamera arbeitet im Normalmodus ab einer Motiventfernung von 50 cm, im Makromodus ab zwei Zentimetern. Als weiteren Pluspunkt nennt Nikon die Schnelligkeit, die sich durch sofortige Betriebsbereitschaft, schnellen Autofocus, schnelles Zoomen und minimale Auslöseverzögerung sowie Serienbildfunktion mit drei Bildern pro Sekunde und High-Speed-Funktion mit 30 Bildern pro Sekunde (mit 320 x 240 Pixeln) ausdrückt. Weitere Ausstattungsmerkmale sind die kürzeste Verschlusszeit von 1/4.000 Sek., Vollautomatik und das integrierte Blitzgerät.

Foto-Strauß in Altötting feiert das 100jährige

In diesen Tagen feiert die Altöttinger Institution Foto-Strauß ihr 100jähriges Bestehen. Das Unternehmen wird derzeit von Johannes Strauß geleitet, der die Führung in diesem Jahr von Ingeborg und Hans-Joachim Strauß übernahm. Die beiden wiederum hatten seit 1958 die Geschicke von Foto-Strauß gelenkt.

Seine Wurzeln hat das Unternehmen in einem fotografischen Betrieb, den Hans und Rosa Strauß 1901 in Mühlendorf am Inn gegründet und 1903 nach Altötting verlegt hatten. Dort eröffneten sie ihr Atelier an der Schlotthamerstraße, die damals die Zufahrt zum Bahnhof war und eine wichtige Verbindung zu den Orten im südlichen Landkreis darstellte. Hans Strauß, Urgroßvater des heutigen Mitinhabers Johannes Strauß, war nicht nur Fotografenmeister, sondern auch Kunstverleger. 1930 übernahmen Hans und Julie das Atelier und erweiterten es durch Hinzunahme des Fotohandels. Nachdem Hans Strauß früh gestorben war, führte seine Frau Julie das Geschäft von 1952 bis 1958 allein. 1960 verlegt das Unternehmen seinen Sitz in die Bahnhofstraße 2, wo es auch heute noch residiert.

In ihrer Funktion als „Altöttinger Stadtfotografen“ haben die vier Generationen Fotografenmeister aus der Familie Strauß die Geschichte der Stadt begleitet und im Bild festgehalten. In diesen hundert Jahren arbeiteten die Fotografen in insgesamt 116 Orten in der Umgebung.

Photo+Medienforum aktualisiert seine Webseite

Das Photo+Medienforum Kiel hat seine Webseite überarbeitet. Die aktuelle Version, die im Design der neuen Imagebroschüre und dem Jahresprogramm angepaßt wurde, das im Oktober in gedruckter Form vorliegen wird, hat die Adresse www.photomedienforum.de. Auf der Homepage sind im Überblick die wichtigsten Informationen in Kürze angeordnet. Eine überschaubare und logische Navigation leitet zu weiterführenden Infos. Der Zurück-Button führt unmittelbar an den Ausgangspunkt zurück. Die Seiten



bauen sich schnell auf und garantieren so das Finden der gesuchten Informationen in kurzer Zeit. Zusätzlich ergänzen viele Links das Online-Angebot des Photo+Medienforums, weitere Ergänzungen sollen kontinuierlich mit einfließen.

Ferrania bietet dem Handel ein „Euro-Paket“

Im Zusammenhang mit der Einführung des Euro als offiziellem Zahlungsmittel hat die Ferrania Deutschland GmbH ein spezielles „Euro-Paket“ für den Handel entwickelt. Es enthält 100 Solaris Doppelpacks (ISO 200/24°, 36 Aufnahmen)



mit jeweils einem Euroschuber, der eine Euro-Umrechnungstabelle für den Endverbraucher enthält. Darüber hinaus beinhaltet das Kit die Broschüre „Der Euro – eine stabile Währung“. Sie wird vom Bundesfinanzministerium herausgegeben und bietet wichtige Informationen für jeden Händler. Des Weiteren hat sich Ferrania Gedanken über die Sicherheit bei der Währungs-umstellung gemacht. Als Ergebnis dieser Überlegungen legt Ferrania jedem Euro-Paket auch noch einen Geldschein-Tester bei, mit dem der Händler den Mikroschriftbereich der neuen Banknoten sichtbar machen kann.



Centralverband
Deutscher
Berufsphotographen



sponsored by Kodak

ARBEITSKREIS PORTRAIT
PHOTOGRAPHIE INTERNATIONAL



AKADEMIE FÜR PHOTOGRAPHIE HAMBURG

10/2001

Inhalt:

Editorial

Seite 2

Impressum

Seite 2

Termine

Seite 3

Hochzeitsfotos leicht gemacht

Seite 4

News

Seite 6

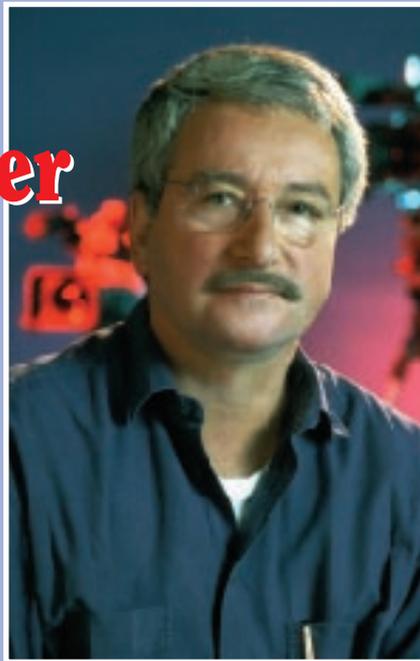
GEMA jagt Telefonsünder

Liebe Kolleginnen,
liebe Kollegen,

der Anruf kam unerwartet und überraschend gegen 11 Uhr: „Guten Tag, mein Name ist xyz. Bitte verbinden Sie mich doch einmal mit Ihrer Geschäftsleitung“. Vorgänge dieser Art riechen nach Aktien-Verträgen, Termingeschäften oder sonstigen unsinnigen Werbe-Angeboten, die inzwischen jeder Mitarbeiter entweder sofort beendet oder aber mit einer Rückfrage beim Chef sicher, aber bestimmt beantwortet. Und genau auf diese Rückfrage hatte es mein Anrufer abgesehen, er wollte wissen, was zwischen den Pausen passiert!

Es passierte auch genau das, was überall passiert: Mein Auszubildender drückte die Pausentaste und kündigte mir einen potentiellen, selten gewordenen Kunden an, der möglicherweise mit einem größeren Auftrag drohen könnte. Dazwischen dudelte die Verbindungsmusik.

Weiter: „Guten Tag, ich rufe im Auftrag der GEMA an, um zu überprüfen, ob Sie eine GEMA-pflichtige Musik weiterverbreiten“ (so oder so ähnlich drückte sich der unbekannte Musik-Kenner aus).



Natürlich habe ich diese Musikuntermalung nicht selbst eingespielt, sondern von meinem Lieferanten (Siemens) gemeinsam mit der sündhaft teuren Telefonanlage erhalten. Daher war ich sicher, keinerlei unrechtmäßiges Tun oder Treiben begangen zu haben – zumal ich als Video-Produzent von Videos mit Musik-Untermalung die Machenschaften der nahezu mafiös handelnden GEMA ganz genau kenne.

„Ich höre schon... Sie verwenden keine GEMA-Musik!“, tönte es aus meiner Telefonmuschel. Mir fiel ein Stein vom Herzen. Aber es kam trotzdem alles ganz anders! „Nun beweisen Sie uns dies auch mit einer Bestätigung des Komponisten, des Musik-Verlages oder des Verkäufers“. Da war ich baff!

Eine Rückfrage bei Siemens ergab, daß man dort keine Ahnung hatte, wer die acht Töne irgendwann einmal komponiert oder an wen auch immer verschertelt hatte. Eine Bescheinigung gab es daher nicht.

Und so endet die Geschichte damit, daß meine Kunden nun beim Verbinden eine hessisch gefärbte, weibliche Stimme hören (GEMA-frei), die in bester Call-Center-Manier säuselt „Sie werden sofort verbunden“.

Ich habe diese kostenfreie Variante gewählt, weil ich fest daran glaube, daß meine Kunden und manchmal auch Lieferanten und CV-Mitglieder vor allem meine Stimme hören wollen. Musikberieselung hat heute ja jeder bessere Fahrstuhl!

Was folgere ich daraus? Die GEMA weiß um die Möglichkeit, mit der Nutzung und Verbreitung von geistigem Eigentum Geld zu machen. Sie setzt alle Kniffe und Tricks ein, um diese Forderungen gnadenlos einzutreiben.

Die GEMA hat das Recht auf ihrer Seite, denn sie darf davon ausgehen, daß jede öffentlich vorgeführte Tonleiter einen Urheber hat.

Erst wenn der Nutzer nachweist, daß der Komponist bereits seit 70 Jahren verstorben ist (Auszug aus dem Sterberegister reicht aus), kann von einer GEMA-Rechnung ausnahmsweise abgesehen werden. Damit hat die GEMA das gleiche – auch für Fotografen geltende – Urheberrecht in eine Form gebracht, die man als beispiellos bezeichnen muß.

Da sind wir Fotografen arme Würstchen! Wir haben keine Schüffler, keine bezahlten Agenten, die bei jdem veröffentlichten Foto sofort und ungefragt eine Rechnung schicken. Aber davon darf ich doch bitteschön einmal laut träumen, oder?

Übrigens: Welche Pausen-Musik benutzen Sie eigentlich?

Ich wünsche Ihnen einen schönen Start in den Herbst

Ihr

Tom Pochert

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 040/357446-0, Telefax: 040/357446-50
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: Bundes-
innungsmeister Tom Pochert, DGPh; Rolf Hartenfels.

Grafik und Herstellung: Detlef Gruss; **Anzeigen:**
Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich); Ralf Gruna.
Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 28. **Vertrieb:** Karin
Engemann. profi-contact erscheint im imaging+foto-
contact, 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 über-
nommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und
Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH.

Porträts in Hamburg

Auf einer Vernissage am 6. Oktober zeigt Brigitte Dorrinck ihre Sieger-



Foto: Brigitte Dorrinck

Porträts des APP-Cups 2000 sowie weitere Arbeiten des Studios. Die Ausstellung findet im Porträt-Studio, Eppendorfer Weg 85 in Hamburg statt.

Fotos gegen Aids

Der BFF veranstaltet am 5. Oktober in der Galerie Beethovenstraße in Düsseldorf-Oberkassel eine Ausstellung und Versteigerung von Fotografien zugunsten der Deutschen Aids-Stiftung.



Foto: Robert Häusser

Über 80 BFF-Mitglieder, unter ihnen so renommierte Fotografen wie Sarah Moon, Robert Häusser, Christian von Alvensleben, Olivieri Toscani etc., haben ihre fotografischen Werke für diese Versteigerung gespendet. Der Erlös kommt uneingeschränkt der Deutschen Aids-Stiftung zugute. Zur Ausstellung erscheint ein Katalog. Einladungskarten können per E-Mail (BFF@Holzapfel-VO.de) oder Fax (0211/6913516) angefordert werden.

Fachtagung in Heidelberg

Vom 19. bis 20. Oktober 2001 findet im Werk der Heidelberger Druckmaschinen eine gemeinsame Fachtagung der Arbeitsgemeinschaft Grafischer Hand-

werksbetriebe (AGH), des Bund Deutscher Buchbinder-Innungen (BDBI) und des Centralverbandes Deutscher Berufsfotografen (CV) statt. Für Kurzentschlossene stehen noch einige Plätze zur Verfügung.

Themenplan und Anmeldungen unter 0221/2070466 (CV Geschäftsstelle).

Sachaufnahmen in Essen

Vom 30. September bis 2. Dezember zeigt das Fotografische Kabinett im Museum Folkwang, Goethestraße 41 in Essen, Sachaufnahmen des Hamburger Fotografen Hans Hansen.

Die Ausstellung ist dienstags bis sonntags von 10 bis 18 Uhr und freitags bis 24 Uhr geöffnet.

PPC-Treffen im Allgäu

Vom 24. bis 25. Oktober treffen sich die Mitglieder des Profi-Portrait-Clubs zum 14. Mal; diesmal im AllgäuSternHotel in Sonthofen. Als Hauptreferent gibt der bekannte Verkaufs- und Motivations-trainer Joachim Bullermann viele nützliche und kreative Tips. Außerdem sind die Industriepartner des PPC wieder mit einer kleinen Hausmesse vertreten. Weitere Informationen unter www.profi-portrait-club.de.

Porträt Kompakt in Ludwigsburg

In Zusammenarbeit mit der FotoWerkstatt Belz veranstaltet Kodak vom 16. bis 18. Oktober die Porträt Kompakt Seminare. Veranstaltungsort ist das Schloßhotel Monrepos in Ludwigsburg. An den drei Tagen dreht sich alles um analoge und digitale Porträtfotografie. Dabei lernen die Teilnehmer die Arbeitsweise der Referenten kennen und erhalten wertvolle Tips und Anregungen. Gestartet werden die Seminartage von Elfriede M. Twardy, die seit Jahren ausschließlich digital fotografiert. Am zweiten Tag demonstriert der Modefotograf Stefan Eckstein Mode- und Beautyfotografie unter dem Einsatz der unterschiedlichsten Lichtquellen. Der dritte Tag steht ganz unter dem Thema Porträt- und Hochzeitsfotografie und wird von Sabine Neumann und Olaf Schwickerath geleitet. Parallel dazu gibt es eine kleine Hausmesse, auf der zehn Firmen ihr professionelles Equipment vorstellen. Anmeldungen und weitere Informationen unter 02232/47399.

Schwarzweiß mit Kaster

In Zusammenarbeit mit Roswitha Kaster veranstaltet Kodak Professional einen Workshop mit dem Thema „Menschen schwarz-weiß gesehen“. Ziel der Veranstaltung ist es, die faszinierenden Möglichkeiten zu entdecken, die die SW-Porträtfotografie unter freiem Himmel bietet.

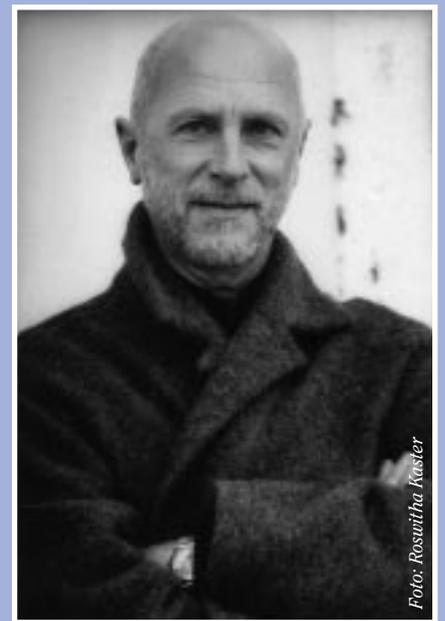


Foto: Roswitha Kaster

Das Seminar findet am 21. Oktober in München statt und kostet 210 DM, darin enthalten sind eine Kühltasche mit den neuen Portra 400BW Filmen sowie ein Lunchpaket. Die Teilnehmer sollten eine Mittelformatkamera mitbringen.

Informationen von Lars Fiedler, Kodak Professional, Telefon 0711/4065171.

Perfekte Lichtführung trotz Licht und Schatten

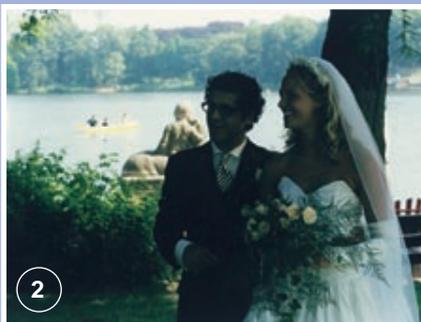
Hochzeitsfotos leicht gemacht

1

Die alte Volksweisheit „Wo Licht ist, ist auch Schatten“ bekommt durch das Equipment von California Sunbounce eine doppelte Bedeutung: Der Sun-Swatter bietet auch dort Schatten, wo Licht ist, und für die Sunbounce Reflektoren gilt dies in umgekehrter Weise: Sie sorgen auch im Schatten für optimales Licht.

Jeder, der sich mit professioneller Fotografie beschäftigt, weiß bereits ab dem ersten Lehrjahr, wie entscheidend das richtige Licht zum Gelingen einer guten Fotografie ist. Und trotzdem wird speziell bei der Hochzeitsfotografie dieses wichtige Thema vielfach ignoriert – oftmals aus Bequemlichkeit. Daß man ohne großen Aufwand zu herausragenden Ergebnissen kommen

kann, beweist California Sunbounce mit seinem professionellen Equipment. Hochzeitsfotografen haben es nicht leicht. Zum einen müssen sie ihre Kunden durch außergewöhnliche Bilder überzeugen, zum anderen stehen sie in Wettbewerb zu den Amateurfotografen im Bekanntenkreis des Brautpaares. Außerdem bekommen die Fotografen immer mehr Konkurrenz



2

(1) Der Reflektor schaufelt das Licht auch über eine große Distanz zum Motiv und macht aus einem unbrauchbaren (2) ein perfektes Bild (3). Harte Schatten und blendende Sonne machen das Fotografieren nahezu unmöglich (4). Der Einsatz des Sun-Swatters liefert herrlich weiches Licht (5). So sollte ein perfektes Hochzeitsporträt aussehen (7). Bei der Aufnahme wurde neben einem Sun-Swatter zusätzlich ein Reflektor mit Zebraespannung benutzt. Das Sunbounce Equipment ist so konzipiert, daß selbst bei Wind und mit geringem personellen Aufwand eine optimale Lichtführung gewährleistet ist (6).



3



von ausländischen Kollegen als Folge der Öffnung der Wirtschaftsgrenzen der Europäischen Union. Speziell die Erweiterung in Richtung Osten ebnet den Weg für immer mehr Billiganbieter. Erschwert wird die Situation auf dem Hochzeitsmarkt zusätzlich durch die Tatsache, daß die Zahl der Trauungen stagniert.

Was kann der Hochzeitsfotograf also tun, um seine Pfründe zu sichern? Das Wichtigste ist natürlich das Abliefern absoluter Qualitätsarbeit, die sich deutlich vom Niveau einer Amateuraufnahme absetzt. Das, was so selbstverständlich klingt, sieht in der Praxis oftmals leider ganz anders aus. Da werden Brautpaare in der grellen Mittagssonne fotografiert und harte Schatten in Kauf genommen, die auch mit einem Aufhellblitz kaum zu eliminieren sind. Oder die Paare werden irgendwo im Schatten eines Baumes fotografiert und das fehlende Licht durch den Einsatz eines Blitzgerätes ausgeglichen – vielfach sogar mit einem Blitzgerät, das mit der Kamera verbunden ist. Wen wundert's, daß

solche Bilder kaum von Amateurfotos zu unterscheiden sind? Wie will man den Preis für solche Aufnahmen rechtfertigen?

Zugegeben, die Bedingungen, unter denen eine Hochzeitsreportage erstellt werden muß, sind häufig extrem schlecht: Da kommt ein Brautpaar, von der Sonne geblendet, um die Mittagszeit aus der Kirche und möchte einfach nur gute, traumhafte Erinnerungsfotos haben. Zugekniffene Augen und harte Schatten machen dem Fotografen das Arbeiten nahezu unmöglich. Aus dieser Zwangslage heraus wird oftmals einfach drauflos geblitzt. Abhilfe schafft der Sun-Swatter von California Sunbounce, der ein traumhaft weiches Licht liefert. Beim Sun-Swatter handelt es sich um einen federleichten Diffusor, der von jedermann leicht zu handhaben ist, wenn nötig sogar ganz spontan von einem Mitglied der Hochzeitsgesellschaft. Der Sun-Swatter läßt sich ohne großen Aufwand auf- und abbauen und bei Bedarf mit einem Boomstick (eine Art Galgen, der dann wie eine überdimensionale Fliegenklatsche aussieht) außerhalb des Motivs plazieren. Wer jetzt statt des Blitzlichts mit den Reflektoren von California Sunbounce arbeitet, setzt der Professionalität noch die Krone auf.

Die Reflektoren sind in fünf Größen und vier unterschiedlichen Farben erhältlich. Für Hochzeits- und Porträtfotos empfiehlt sich besonders der Farbton „Zebra“, der dem Licht das

gewisse Etwas beschert und zu Ergebnissen wie bei großen Modeproduktionen führt. Und noch etwas machen die Reflektoren mit der Zebra-Bespannung: Sie korrigieren die Farbtemperatur des hohen UV-Anteils des Lichts um rund 400 Kelvin. Wer einmal mit diesem Equipment gearbeitet hat, ist von den natürlich wirkenden Resultaten begeistert.

Da es sich bei den meisten Hochzeitsfotografen um „Einzelkämpfer“ handelt, die höchstens mit einem Azubi oder dem Ehepartner als Assistenten arbeiten, hat California Sunbounce ein System entwickelt, das auch mit geringem personellen Aufwand auskommt. Sowohl der Sun-Swatter als auch die Reflektoren lassen sich auf Lampenstativen befestigen, schnell auf- und abbauen sowie bequem ausrichten. Selbst bei starkem Wind, bei dem die herkömmlichen instabilen Pop-up-Reflektoren versagen, bieten die professionellen Sunbounce Reflektoren eine optimale Lichtführung. Zusammengelegt nehmen der Sun-Swatter und die Reflektoren nur wenig Platz ein; sie lassen sich komfortabel in einer mitgelieferten Tragetasche verstauen und transportieren.

Wer sich von seinen Mitbewerbern abheben will, kann sein Angebot entweder über den Preis oder über eine professionelle Qualität definieren, wobei die zweite Möglichkeit mit Sicherheit auch ein längerfristiges Überleben des Studios sicherstellt.



Freisprechung in Chemnitz

Sieben Lehrlinge des Fotografenhandwerks im Bezirk Chemnitz konnten im Juli nicht nur einen Strauß Sonnenblumen, sondern auch ihren Gesellenbrief mit nach Hause nehmen. In der hinteren Reihe die Fachlehrer aus Gera, Mitglieder der Prüfungskommission und eine Vertreterin der Handwerkskammer.

Fujifilm Euro Press Photo Award 2002

Auch in diesem Jahr schreibt Fujifilm wieder den begehrten Fotowettbewerb für Pressefotografen in ganz Europa aus, an dem sich im vergangenen Jahr Fotografen aus 19 Ländern beteiligt haben.

In diesem Jahr werden die besten Fotos aus den Bereichen News, Features, Sports und Travel gesucht. Zu jeder Kategorie können maximal zehn Dias oder Prints (15 x 20 cm bis 70 x 70 cm) eingereicht werden. In der ersten Runde werden die nationalen Sieger ermittelt. Pro Kategorie sind 5.000,- DM zu gewinnen; die Besten nehmen außerdem an der europäischen Endausscheidung teil. Einsendeschluß ist der 11.1.2002. Die genauen Unterlagen können telefonisch (0211/5089214) oder per E-Mail (awards2002@fujifilm.de) angefordert werden.

Startschuß in Hamburg

Der zweite Meistervorbereitungskurs an der aph hat begonnen. Erstmals in der 15jährigen Geschichte der Akademie für Photographie in Hamburg wurde ein weiterer Kursus für weiterbildungswillige Fotografen eingerichtet.

Was das Besondere an dem zweiten Kurs ist, erklärt die Leiterin der aph, Susann Hauschildt: „Der Sommerkurs ist auf wenige Teilnehmer beschränkt, so können wir in einer sehr kurzen Zeit ganz intensiv Kreativität fördern und Wissen vermitteln. Wie immer werden Workshops mit namhaften Fotografen neue Anregungen und Ideen liefern und Fertigkeiten optimieren.“
Übrigens: Der nächste Meistervorbereitungskurs findet im April 2002 statt. Eine rechtzeitige Anmeldung sichert einen der begehrten Plätze.

Ehrennadeln in Koblenz

Herbert Gauls, Obermeister der Innung Koblenz, hat auf der Jahreshauptversammlung ein wahres Füllhorn an Ehrennadeln und Urkunden über verdiente Mitglieder der Innung ausgeschüttet. Aus diesem besonderen Anlaß hat er die Mitglieder seiner Innung zu einer Fahrt zu holländischen Kollegen eingeladen. Es wurde nicht nur gefachsimpelt, sondern auch ein buntes Programm geboten.

Mit der goldenen Ehrennadel ausgezeichnet wurden Friedel Schmengler (Diez), Toni Koch (Foto Vogt, Asbach), Manfred Riege (Foto Jörg, Nassau),

Klara Prämassing (Winningen) und Klaus Schmidt (Foto Sawatzki, Bad Kreuznach).

Silber gab es für Sabine Greber-Maier (Idar-Oberstein), Harald Goebel und Renny Achim Schwarz (Landesmedienzentrum Koblenz), Gerd Michaelis (Fachlehrer), Anne Riege (Foto Jörg, Nassau), Michael Jarmusch (Koblenz), Markus Schmidt (Foto Sawatzki, Bad Kreuznach), Michael Jordan (Landesmuseum Rheinland-Pfalz) und Norbert Schneider (FDS Neuwied).

Kaster gegen Schumi!

Am Sonntag, dem 19. August, fand im Studio und Garten des Fotostudios Kaster in Riol eine Vernissage mit 200 Kinderbildern der Extraklasse statt.

Roswitha Kaster ist Regionalleiterin Südwest des APPI und durch ihre herausragenden Schwarzweiß-Fotos bekannt. Diese Aktion zum Thema „Kinderfotografie“ hatte Roswitha Kaster zusammen mit einem Kindermodengeschäft initiiert.

Die hervorragenden Ergebnisse wur-



den von den „Modellen“ und ihren Eltern bei wunderschönem Wetter und Moselwein den ganzen Tag bewundert. Selbst Michael Schumacher, der am gleichen Tag zum vierten Mal Weltmeister wurde, tat dem Interesse an dieser Aktion keinen Abbruch.

Lesen Sie hierzu auch die Ankündigung des Kodak SW-Workshops mit Roswitha Kaster auf Seite 3.

APS Kamera-Tauschaktion wird fortgesetzt Kodak startet Winterpromotion

Mit ungebremsstem Tempo setzt Kodak sein Engagement für das Film- und Bildergeschäft fort. Bei der Winterpromotion, die in diesen Tagen unter dem Motto „Jetzt noch besser im Geschäft mit Kodak“ startet, stellt das Stuttgarter Unternehmen KB-, APS- und Diafilme sowie die Kameras der Kodak Advantix Reihe in den Mittelpunkt.

Kodak konzentriert die Werbe- und Verkaufsförderungsaktivitäten dabei auf mittel- und hochempfindliche Filme sowie die APS Kameras mit dem Kodak typischen, ausklappbaren Top Flash. Außerdem wird die erfolgreiche APS Kamera-Tauschaktion fortgesetzt.

Hohe Aufmerksamkeit durch den Farbwelt 400 Film

Für Aufmerksamkeit beim Kunden soll der neue Kodak Farbwelt 400 Film für alle Fälle sorgen. Dieser verfügt nach Angaben Kodaks über ein neuartiges Emulsionsdesign und liefert dank der verbesserten T-Grain Technologie hervorragende Bildergebnisse. Darüber hinaus bietet er einen extrem großen Belichtungsspielraum und damit Sicherheit für ausgewogen belichtete Fotos auch unter schwierigen Auf-

nahmebedingungen. Für die Winterpromotion steht der Kodak Farbwelt 400 Film mit wintergerechtem Verpackungsdesign als Doppelpack zur Verfügung.

Unabhängig von der Aktion bleibt der Vorteilspack im Angebot, der neben zwei Kodak Farbwelt 400 Filmen noch einen Extrafilm mit zwölf Aufnahmen enthält.

Kodak Farbwelt 200 Film in zwei Doppelpack-Varianten

Ebenfalls im Winter-Doppelpack bietet Kodak seinen Handelspartnern den Kodak Farbwelt 200 Klassik Film an. Er steht im ISO 200 Segment an der Spitze der Verbrauchergunst (Quelle: GfK Handelspanel Oktober 2000 bis Januar 2001, Basis Menge) und soll im Wintergeschäft zum Volumenbringer avancieren. Angeboten werden zwei Doppelpackvarianten, mit 2 x 24 oder 2 x 36 Aufnahmen. Für den Volumenbringer gibt es einen Thekendispenser mit 30 Winterpacks mit jeweils 2 x 36 Fotos.

Elite Chrome ExtraColour 100 kommt im Zehnerpack

Im Zehnerpack steht der Elite Chrome ExtraColour 100 Diafilm zur Verfügung. Und da nach Untersuchungen der GfK (Quelle: Individualpanel 2000)

78 Prozent der Verwender von Kodak Diafilmen auch mit Farbnegativfilmen fotografieren, packt Kodak in den kommenden Wochen in den Diafilm-Zehnerpack einen zusätzlichen Kodak Farbwelt 400 Film mit 36 Aufnahmen



zum Testen dazu. Das Aktionsangebot wird in einer aufmerksamkeitsstarken, dreieckigen Packung geliefert. Ein weiteres Angebot für Diafotografen ist der Elite Chrome 200, der sich nach Kodak Angaben besonders durch seine naturgetreue Hauttonwiedergabe auszeichnet.

Umsatzplus auch durch APS Filme und Kameras

Weitere Aufmerksamkeit schenkt Kodak dem Advanced Photo System: Hier hat das Unternehmen mit den

Im Rahmen der Winterpromotion 2001 stehen die Kodak Farbwelt 400 und Kodak Farbwelt 200 Filme in Doppelpacks im Winterdesign zur Verfügung.

Fortsetzung auf S. 59



Lutz Brüning, Direktor Marketing Kodak Consumer Imaging: „Kodak Bilder Aktion war Riesenerfolg“

In drei Stufen hat Kodak in den vergangenen Monaten die größte Kodak Bilder Aktion aller Zeiten durchgeführt. Nachdem die dritte Runde zu Ende gegangen ist und eine Konsumentenbefragung durch das Leipziger Institut für Marktforschung ausgewertet wurde, unterhielt sich **imaging+foto-contact** mit Lutz Brüning, Direktor Marketing Kodak Consumer Imaging, über den Verlauf und die Ergebnisse der Bilder Aktion.

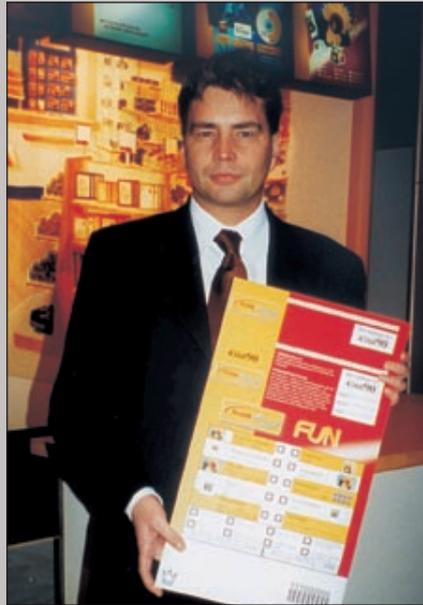
imaging+foto-contact: Herr Brüning, Sie wollten mit Ihrer großangelegten Aktion im Sommer Schwung in den deutschen Bildermarkt bringen sowie die Bekanntheit und das Image der Kodak Bilder Händler stärken. Sind diese Erwartungen in Erfüllung gegangen?

Lutz Brüning: In jeder Hinsicht. Nachdem wir die Zahlen der Marktbefragung gesehen haben, können wir ohne Übertreibung feststellen, daß die größte Kodak Bilder Aktion aller Zeiten ein Erfolg war. Sowohl Kodak als auch die Händler, die sich an der Aktion beteiligt haben, sind ausgesprochen zufrieden.

imaging+foto-contact: Können Sie uns einen Einblick in diese Zahlen geben? Woran machen Sie den Erfolg fest?

Lutz Brüning: Lassen Sie mich zunächst einmal die Grundlage erläutern, auf der die Marktuntersuchung erfolgte: Wir haben in den drei Runden der Aktion jeweils rund sieben Millionen Haushalte durch Hauswurfsendungen auf unser Kodak Bildergeschäft aufmerksam gemacht. Da in jedem deutschen Haushalt statistisch gesehen im Schnitt zwischen 2,5 und drei Personen leben, können wir davon ausgehen, daß in jeder Aktionsrunde bis zu 21 Millionen Menschen mit dem Mailing erreicht wurden.

Die repräsentativen Ergebnisse des Marktforschungsinstituts sagen, daß 62 Prozent der Befragten überhaupt irgendeine Hauswurfsendung bewußt wahrgenommen haben, aber 42 Pro-



Lutz Brüning, Direktor Marketing Kodak Consumer Imaging

zent erinnerten sich sogar an die Bildertaschen von Kodak bzw. an eine Information im Zusammenhang mit Fotografie. Ein Drittel der befragten Personen gab an, sich an die Kodak Mailing Aktion erinnern zu können. Diese Zahlen haben unsere Erwartung bei weitem übertroffen.

imaging+foto-contact: In der Tat sind das beeindruckende Ergebnisse für eine Direct Mailing Aktion. Aber ein Händler hat zunächst einmal wenig davon, wenn ein Verbraucher sich lediglich an irgendetwas erinnert. Positive Ergebnisse einer solchen Aktion sollten sich auch in der Kasse bemerkbar machen. Gibt es auch hierzu Erkenntnisse?

Lutz Brüning: Selbstverständlich hat die Befragung auch Antworten auf diese Frage gebracht. Allgemein formuliert, war die Resonanz auf die Aktion beim Handel sehr groß. Als Zahl bedeutet das, daß annähernd die Hälfte aller Befragten aussagte, wegen der in der Bilder Aktion enthaltenen Angebote im Zeitraum der Befragung bereits ein Fotogeschäft aufgesucht zu haben oder dies noch beabsichtige. Und da, auch dies hat die Befragung festgestellt, neun von zehn Adressaten einen oder mehrere der auf den Bildertaschen aufgedruckten Fotohändler kennen, sind wir sicher, daß die Ladenkassen genau dort

geklingelt haben, wo sie es sollten – nämlich in den Geschäften der Kodak Händler.

imaging+foto-contact: Die breite Streuung des Mailings hat sicherlich zum Erfolg beigetragen. Sehen Sie außer in der Quantität der Aktion auch noch qualitative Erfolgsfaktoren?

Lutz Brüning: Die gibt es zweifellos. Zum einen war die optische Gestaltung richtig gewählt. Das Mailing sah aus wie eine Bildertasche, die in Kombination mit dem Markennamen Kodak und den drei Bilderlinien First Service, Premier Service und Fun Service für hohe Aufmerksamkeit beim Konsumenten sorgte. Auch das läßt sich durch die Umfrageergebnisse belegen: Fast 40 Prozent der Befragten konnten sich bei der dritten Hauswurfsendung auch im einzelnen an die Angebote aus den vorangegangenen beiden Aussendungen erinnern.

Zweitens stimmten die Zeitpunkte für die Verteilung der Mailings. Wir haben die Hauswurfsendungen auf die Ferientermine in den einzelnen Bundesländern abgestimmt. So kamen Informationen zum Thema Fotografie genau zum richtigen Zeitpunkt, denn nach wie vor gehört die Urlaubszeit zu den wichtigsten Fotografieranlässen überhaupt. Der Erhalt mehrerer Hauswurfsendungen sorgte dafür, daß das Interesse an der Fotografie immer wieder neu geweckt wurde.

Und drittens waren die Aussendungen auch inhaltlich sehr attraktiv gestaltet. So gab es generell in allen drei Mailings Gutscheine, für Fototassen, T-Shirts oder Poster, für die 25 schnellsten Konsumenten beim Händler. Weiterhin haben wir mit den originellen Angeboten des Kodak Fun Service eindringlich demonstriert, welche tollen Ideen es rund um das Bild beim Kodak Händler gibt. Und schließlich hat auch das große Gewinnspiel die Aufmerksamkeit auf sich gezogen. Immerhin gab es neben einer Weltreise für zwei Personen im Wert von 20.000 DM auch vier Wochenend-Kurzurlaube für zwei Personen nach Paris sowie 1.000 Kodak Advantix C 300 Auto Cameras im Wert von insgesamt

80.000 DM zu gewinnen. In der dritten Runde hatten wir zudem ein Smart Cabrio im Wert von 25.000 DM und elf Benzingutscheine im Wert von jeweils 1.000 DM als Preise ausgesetzt. Da wundert es nicht, daß 70 Prozent der befragten Konsumenten angaben, vor allem die Verlosung von Reisen und Kameras besonders interessant zu finden.

imaging+foto-contact: Ein Ziel der Kodak Bilder Aktion war es, die Kodak Bilder Händler ins Bewußtsein des Konsumenten zu rücken. Haben Sie auch dieses Ziel erreicht?

Lutz Brüning: Ich habe bereits die Umfrageergebnisse hinsichtlich der Resonanz auf die Aussendung und der Bekanntheit der Kodak Händler genannt. Diese überaus zufriedenstellenden Ergebnisse haben ihre Ursache einerseits darin, daß wir die Hauswurfsendung gezielt im unmittelbaren Einzugsgebiet des Händlers verteilt haben. Dort erhielten jeweils rund 15.000 Haushalte ein Mailing mit dem Namen des Händlers; haben sich mehrere Kodak Händler in einer Stadt an der Aktion beteiligt, erhöhte sich die Zahl dementsprechend. Zum anderen trugen natürlich die verschiedenen Mitmachaktionen und die Treuepunkte dazu bei, daß die Konsumenten „ihren“ Kodak Bilder Händler aufsuchten. Mit jedem Kodak Bilder Auftrag der Bilderlinien First Service und Premier Service, jedem Classic Service Auftrag in Verbindung mit einem zweiten Bildersatz sowie jedem Picture CD Auftrag erhält der Kunde Treuepunkte, die er beim Händler einlösen kann. Durch die verschiedenen Angebote der Mailings fühlte sich fast jeder zweite Befragte motiviert, auf die Angebote unserer Hauswurfsendung zu reagieren und einen Fotohändler aufzusuchen. Als die wichtigsten Gründe wurden das Interesse an den verschiedenen Angeboten, die Möglichkeit, sich vor Ort zu informieren und natürlich die Tatsache genannt, daß man schon Kunde des Handels sei. Dies zeigt, daß wir den Fotohandel in Sachen Bildergeschäft massiv unterstützt und einen wichtigen Beitrag zur Kundenbindung geleistet haben.

imaging+foto-contact: Herr Brüning, vielen Dank für dieses Gespräch.

Fortsetzung von S. 57

APS-Erlebnis Filmen ebenfalls die Top-seller des APS-Marktes im Programm (Quelle: GfK Handelspanel). Umsatzplus kann der Handel mit der Kodak Advantix Preview Camera erzielen, die bereits mehrfach im Mittelpunkt von Verkaufsförderungsaktionen gestanden hat. Darüber hinaus kann der Handel während der Winter-PR die beiden APS-Kameramodelle Kodak Advantix C350 Auto Camera und Kodak Advantix C450 AF Camera anbieten.

APS Kamera-Tauschaktion bis Ende des Jahres

Im Rahmen der Tauschaktion kann der Handel vom 1. Oktober bis 31. Dezember Verbrauchern, die eine neue Kodak Advantix C350 oder C450 Camera kaufen, bis zu 25 Mark für ihre alte Kamera vergüten; für die Kodak Advantix Preview Camera sogar 50 Mark. Der Handel kann bis zum 14. Dezember seinen Aktionsvorrat an Kodak Advantix Cameras ordern. Eingetauscht werden können vom Verbraucher alle Kameras, ausgenommen Einwegkameras, funktionsunfähige Kameras und Kameras, deren Neupreis unter 25 bzw. 50 Mark liegt. Neben Handzetteln, Broschüren und Plakaten steht ein spezielles Werbemittelpaket für die bereits seit Jahren erfolgreich eingesetzte APS Kamera-Tauschaktion bereit.

Kodak Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien

Für den Kodak Farbwelt Film für alle Fälle und für die APS-Erlebnis Filme hält Kodak Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien bereit. Dazu gehören Aktionsplakate ebenso wie flexible Displaymodule. Deren Rückwände und Einsteckplakate unterstreichen die Botschaft der Kampagne und ermöglichen eine bedarfsgerechte Zweitplatzierungsgestaltung.

Kodak schaltet ganzseitige Farbanzeigen in allen großen Fach- und Publikumszeitschriften, und die SAT1-Wettervorhersage vor der Sendung „täglich ran“ wird weiterhin durch Kodak gesponsert. Zusätzlich sind die Motive der APS Preview Camera auf allen Reiseverbindungen der Deutschen Bahn zu sehen. Alles in allem erreicht Kodak mit diesem Medienauftritt rund 310 Millionen Kontakte in der Zielgruppe.

Dieser stumme Verkäufer verdient 900 Mark für Sie!

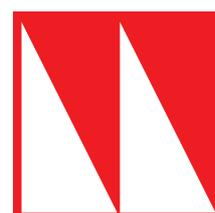


10 verschiedene Maxi-, Memo-, und Spiral-Alben in 20 unterschiedlichen Designs.

Das WALTHER Alben-Mixdisplay

gibt es für alle Kooperationen, Franchisesysteme, Filialisten und freie Händler mit jeweils exclusivem Design-Mix.

- Verkaufsfertiges Display
- Attraktive EK- +VK-Preise
- Mehr Alben-Auswahl für Ihre Kunden
- Super Marge
- Frei-Haus-Lieferung



WALTHER
Alben & Rahmen

Innovation und Partnerschaft

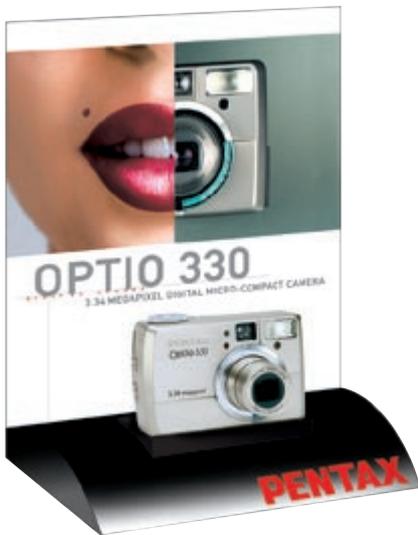
Bestell-Hotline: 02157/81860
service@waltherDesign.de

PoS-Material begleitet Einführung der neuen Pentax-Digitalkamera

Pentax unterstützt die Einführung und den Abverkauf der neuen 3,34-Megapixel-Digitalkamera Optio 330 durch ein umfangreiches Marketingpaket. Passend zu der aktuellen Werbekampagne unter dem Motto „Mensch & Technik“ bietet das Unternehmen dem deutschen Fotofachhandel seit September entsprechendes Material zur Verkaufsraumgestaltung an.



Optio 330 – Mensch & Technik



Ein attraktiver Blickfang im Geschäft ist die im Kameradisplay arrangierte Optio 330.

Zentraler Mittelpunkt der Werbekampagne ist ein attraktiver Kußmund, der sich eine Bildhälfte mit dem Dreifach-Zoomobjektiv des neuen Digitalkameramodells von Pentax im Mikrokompakt-Design teilt. Die Kombination aus Kußmund und Kamera findet sich auf allen Werbeobjekten der Aktion wieder. Als optischer Blickfang im Verkaufsraum dient ein Deckenhänger mit den Maßen 50 x 70 cm (B x H). Für die Befestigung verfügt er über einen Kordelaufhänger und zwei Aluschielen zum Beschweren. Ein weiterer Blickfang ist die Thekenmatte, die aus widerstandsfähigem Kunststoffmaterial besteht.

Aufsteller

Informationen rund um das neue Digitalkameramodell, das mit einem empfohlenen Endverbraucherpreis von 1.499 DM ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis bietet, stehen in Faltblättern bereit. Sie werden in dem dazu passenden Aufsteller positioniert und stehen so für die Kunden zur Mitnahme bereit. Für eine dekorative Platzierung der Digitalkamera bietet Pentax ein Display mit einer transparenten Rückwand aus Plexiglas mit auswechselbaren Einschüben an.

Der Sockel des Displays wurde so konstruiert, daß außer der Optio 330 auch andere Pentax-Kameras darauf positioniert werden können. Die Backing Cards bestehen aus robuster Pappe und können je nach präsentierter Kamera entsprechend ausgetauscht werden.

Gesamtkampagne

Das PoS-Material für die Optio 330 rundet das Kommunikationskonzept zur Einführung der neuen Digitalkamera von Pentax ab. Es erscheint im einheitlichen Bild mit der bereits gestarteten Werbekampagne und greift deren Motive wieder auf.

Weitere Instrumente wie die neue Internetseite www.pentaxdigitalworld.de, flankierende PR-Maßnahmen und eine Helpline zum Thema Digitalfotografie für Händler und Endverbraucher sind eng miteinander verzahnt. Damit die

Endverbraucher sich von den guten Aufnahmeergebnissen der Optio 330 ein Bild machen können, liegt der Kamera ein Gutschein über zwölf kostenlose Prints auf echtem Fotopapier im Format 10 x 15 cm bei.

Zu dem Marketingkonzept erklärte Stefan Thode, Vertriebs- und Marketingleiter Pentax Deutschland: „Um eine hohe Wiedererkennung bei den Konsumenten von Marke und Produkt zu gewährleisten, informieren wir optisch einheitlich über alle Kommunikationskanäle.“ höl



Stefan Thode hält die attraktive Optio 330 mit ihrem ausgewogenen Preis-/Leistungsverhältnis für das passende Produkt, um die Marketingaktivitäten von Pentax im digitalen Bereich zu verstärken.

**Vorprogrammierter
Verkaufs-Erfolg.
Mit Zweitplatzierung
1000 DM verdienen!**



Irmgard Stohmann, Kundin der Foto Quadbeck GmbH in Köln, startete in Essen als Gewinnerin des vierten Preises zu einer Fahrt im Fujifilm Zeppelin über Ruhrgebiet und Rheinland.

APS-Gewinne übergeben

Rechtzeitig zur Urlaubssaison 2000 hatte der C.A.T.-Verlag in Zusammenarbeit mit der Industrie eine große APS Gemeinschaftsaktion gestartet. In einem im Rahmen der Aktion in Millionenaufgabe verbreiteten 16seitigen Prospekt fanden die Kunden des Fotohandels nicht nur nützliche Infos zum Advanced Photo System sowie zu APS Filmen und Kameras, sondern auch ein

Gewinnspiel, bei dem es attraktive Preise zu gewinnen gab. Der Hauptpreis, eine Städtereise nach Lissabon, ging an Wilma Bräunl aus Darmstadt, die den APS Prospekt und jetzt auch den Reise-gutschein in ihrem Heimatort bei Foto+Video Hauschildt erhielt. Inzwischen sind sämtliche Preise, darunter Weinproben und eine Luftschiff-Rundfahrt, an die Gewinner übergeben worden. Der C.A.T.-Verlag sagt allen Händlern, die sich an der Aktion beteiligt haben, herzlichen Dank.

Richtige Antwort – prima Reise



Im APS-Gewinnspiel 2000 der Branchenzeitschrift „Imaging-Intercontact“ des C.A.T. Verlags gewann Egon Lorenz (Ass.) den 3. Preis, eine Reise. Da er sie aus gesundheitlichen Gründen nicht antreten konnte, überreichten ihm im Fotohaus Inhaber Rudolf Martin (r.) und Fachverkäufer Klaus Ullmann (l.) einen 500 Mark-Scheck. Glückwunsch! Foto: Fotohaus Martin

Bild links unten: Rudolf Martin (r.), Inhaber des gleichnamigen Fotohauses in Aue, und Mitarbeiter Klaus Ullmann (l.) überreichten einen Scheck über 500 DM an ihren Kunden Egon Lorenz. Er hatte als Gewinner des dritten Preises eine Reise zu einer Weinprobe im Rheingau gewonnen, die er aber aus gesundheitlichen Gründen nicht antreten konnte. Dem „Wochenpiegel für das Erzgebirge“ war die Preisübergabe eine Meldung wert (Bild links). Bild unten: Auch beim Foto Shop Udo Boegel in Essen gab es Grund zur Freude, hatte Kunde Eckhard Eichholz doch eine Reise zu einer Weinprobe auf einem Chateau gewonnen. Geschäftsinhaber Udo Boegel und Frau Gerti übergaben den Gewinn an ihren Kunden.



Die 3 meistgekauften Formate und Farben in 5 attraktiven Profilen!

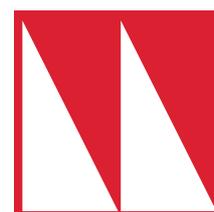
Das WALTHER Mix-Display

Echtholz-Rahmen in GOLD, SILBER und BLAU.

Display-Inhalt:

90 Stck. 13 x 18 cm
45 Stck. 20x30 cm
45 Stck. 30x45 cm

- Verkaufsfertiges Display
- Attraktive EK- +VK-Preise
- Mehr Rahmen-Auswahl
- Super Marge für Ihre Kunden
- Frei-Haus-Lieferung



**Innovation und
Partnerschaft**

Bestell-Hotline: 02157/81860
service@waltherDesign.de

WALTHER
Alben & Rahmen

Zahlungsmoral

Das waren noch Zeiten, als man Schuldner an den Pranger stellte... Gibt es übrigens wieder: Fortschritt oder Rückschritt? Nun, wenn jemand einen Unternehmer in seiner privaten Internet-„Schuldnerliste“ mit vollem Namen nennt, ist das nicht okay. Das OLG Rostock sieht darin einen unzulässigen Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb (Urteil vom 21.3.2001 – 2 U 55/00).

Verkehrersproblem

Seit Februar 2001 gilt das Handyverbot am Steuer, § 23 Abs. 1a StVO. Wenn man seine Gegenüber durch die Windschutzscheibe beobachtet, scheinen sich nicht viele daran zu halten. Sollten sie aber. Wer als Fahrer ohne Freisprecheinrichtung telefoniert, nimmt dabei in Kauf, so abgelenkt zu sein, daß es zu Verkehrsverstößen kommt. Mißachtet er dann noch ein Rotlicht, kann ihm das sogar strafverschärfend als Vorsatz angekreidet werden (OLG Celle – Beschluß vom 30.5.2001 – 3 Ss 38/01).

Steuerfalle

Bei geringfügig Beschäftigten wird die Vergütung entweder „auf Karte“, pauschal mit 20 oder 25 Prozent oder wegen einer Freistellungsbescheinigung gar nicht versteuert. Wer mit seinem 630-Mark-Jobber vor der Gesetzesänderung vereinbart hatte, daß er die Pauschalsteuer trägt, ist daran auch nach Eintritt der Sozialversicherungspflicht gebunden. Eine Vertragsanpassung läßt sich nicht mal mit dem Wegfall der Geschäftsgrundlage rechtfertigen (LAG Köln, Urteil vom 25.1.2001 – 10 Sa 1040/00).

Garantieleistung

Nun ist die Vollkasko-Mentalität ja eine in der Republik weit verbreitete Erscheinung. Alles muß gesichert sein. Und das am besten auch noch so, daß man am Ende mehr rausbekommt, als man vorher eingesetzt hat. Wer in seiner Werbung „5 Jahre Vollgarantie“ ankündigt, dabei allerdings verschweigt, daß nur ein Teil dieser fünf Jahre durch eine Herstellergarantie gedeckt, der andere

Im Focus: Wenn die Prozente mal nicht dabei sind...

Ärgerlich: Da macht man Überstunden ohne Ende, und dann zahlt der Chef im Urlaub nur den blanken Stundenlohn. Wofür kloppt man denn die ganze Mehrarbeit? Weil's Spaß macht oder weil's Geld bringt? Gucken wir doch mal, was Recht ist.

Amlich: Das Bundesurlaubsgesetz gewährt Arbeitnehmern bezahlten Erholungsurlaub (§ 1 BuUrlG). Das Urlaubsentgelt, d.h. die für den Urlaub zu zahlende Vergütung, bemißt sich nach dem durchschnittlichen Arbeitsverdienst, den der Arbeitnehmer in den letzten 13 Wochen vor Urlaubsbeginn erhalten hat (§ 11 Abs. 1 Satz 1 BuUrlG).

Anständig: Früher waren die Mehrarbeitszuschläge mal Teil des Urlaubsentgelts. Schwer zu verstehen, fällt doch die Prozente rechtfertigende zeitliche Belastung im Urlaub gar nicht an. Das sah selbst der Gesetzgeber vor kurzem ein. Er hält zwar am 13-wöchigen Durchschnittsverdienst fest, ergänzte aber: „mit Ausnahme des zusätzlich für Überstunden gezahlten Arbeitsverdienstes (§ 1 Abs. 1 Satz 1 a.E. BuUrlG).“

Abgefahren: Ganz Clevere meinten sofort, die Mehrarbeit falle jetzt komplett aus der Berechnung. Zu früh gefreut. Wenn sie ständig geleistet wird, muß sie auch beim Urlaubsentgelt berücksichtigt werden. Das BAG dazu: „Der Arbeitnehmer hat Anspruch auf Fortzahlung des Entgelts für die Zeit, die er gearbeitet hätte, wenn er nicht urlaubsbedingt von der Arbeit freigestellt wäre (Urteil vom 9.11.1999 – 9 AZR 771/98).“ Das sieht wie das Lohnausfallprinzip bei Krankheit und Feiertagen aus.

Angenehm: Zur Begründung sagt das BAG: „Die Höhe des Urlaubsentgelts kann jedoch nicht allein anhand des durchschnittlichen Arbeitsverdienstes im Bezugszeitraum, auf den § 11 Abs. 1 BuUrlG abstellt, berechnet werden. Denn nach § 1 BuUrlG ist das Entgelt nicht für die im Bezugszeitraum geleistete Arbeitszeit, sondern für die im Urlaubszeitraum ausfallende Arbeitszeit fortzuzahlen. Das Urlaubsentgelt ist folglich hinsichtlich der Anzahl der am jeweiligen Urlaubstag infolge der Freistellung ausfallenden Arbeitsstunden, dem sogenannten Zeitfaktor, und nach der in § 11 Abs. 1...“

Anhänglich: „... BuUrlG geregelten Wertbemessung anhand des im Bezugszeitraums erzielten Durchschnittsarbeitsverdienstes, dem sogenannten Geldfaktor, zu berechnen. Das Urlaubsentgelt ist somit das Produkt aus Zeit- und Geldfaktor (BAG, a.a.O.)“ Beispiel: Verkäufer Erich hätte in zwei Wochen Urlaub 45 Stunden, d.h. 37,5 Stunden Regelarbeitszeit und 7,5 Mehrarbeit geleistet. Wenn sein Stundenlohn in den letzten 13 Wochen im Schnitt 28 Mark betrug, bekommt er für den Urlaub nun 90 mal 28 Mark. Nur die Überstundenzuschläge kriegt er dafür nicht (§ 11 Abs. 1 Satz 1 a.E. BuUrlG). Aber Vorsicht: Es gibt Branchentarifverträge, die das total anders sehen.

Teil mit einem besonderen Servicevertrag vom Kunden zu finanzieren ist, handelt irreführend (LG Bochum – Beschluß vom 24.4.2001 – 13 O 91/01).

(LG Oldenburg – Beschluß vom 9.4.2001 – 5 O 1023/01).

Solnummer

Kein Grund zum Jubeln. Da sagt das UWG, daß Sonderveranstaltungen für die Dauer von zwölf Werktagen zulässig sind „zur Feier des Bestehens eines Unternehmens im selben Geschäftszweig nach Ablauf von jeweils 25 Jahren (Jubiläumsverkäufe, § 7 Abs. 3 Nr. 2). Es dürfen bloß nicht alle mitmachen, wenn die anderen feiern: Denn wenn das Unternehmen des Franchisenehmers selbst noch keine 25 Jahre besteht, ist seine Teilnahme am Jubiläumssale des Franchise-Gebers unzulässig

Aberglaube

Versprochen ist schnell, gekürzt weniger flott. Worum es geht? Um das 13. Monatsgehalt. Bringt die Dreizehn wirklich Unglück? Nun, einem Arbeitgeber in letzter Instanz offensichtlich nicht. Das BAG: „Wird ein 13. Monatsgehalt als arbeitsleistungsbezogene Sonderzahlung vereinbart, so entsteht für Zeiten, in denen bei Arbeitsunfähigkeit infolge Krankheit kein Entgeltfortzahlungsanspruch mehr besteht, auch kein anteiliger Anspruch (...). Einer gesonderten arbeitsvertraglichen Kürzungsvereinbarung bedarf es in diesem Fall nicht (Urteil vom 21.3.2001 – 10 AZR 28/00).

Business und Golfspiel wird immer beliebter

Auch die gbb handels GmbH hat eingeladen

In der vorigen Ausgabe haben wir über das von Konica gesponserte 4. Golfturnier in Reit im Winkl berichtet. Am 20. August gingen in Willich, auf dem Platz des Golfclubs Duvenhof, die Gäste der gbb handels Gesellschaft auf die Runde zum sogenannten Einzelwettbewerb nach Stableford.

Auch an diesem Tag zeigte sich der Sommer von seiner besten Seite, bei angenehmen Temperaturen, so daß niemand das Wetter für einen schlechten „Score“ verantwortlich machen konnte. Der Score drückt die Anzahl der Schläge aus, die ein Spieler auf der Runde benötigt. Für alle, die den Platz nicht genau kannten und ihn zum ersten Mal bespielten, war es jedenfalls äußerst schwierig, mit einem besonders guten Ergebnis die Runde abzuschließen.

Der Platz ist nicht nur, wie die Golfer sagen, lang, sondern es gibt auch eine Anzahl eingebauter Hemm- und Hindernisse, die den Spielern das Golfen nicht gerade einfach machen. In die typische Niederrheinlandschaft ist ein schöner Golfcourse integriert worden, der von den Clubmitgliedern sehr geschätzt wird.

Das Ehepaar Müller von der gbb handels GmbH hatte keinen Aufwand und keine Mühe gescheut, den Gästen aus der Fotobranche, wie aber auch aus dem Freundeskreis, einen in vielerlei Hinsicht angenehmen Tag zu bieten, mit der Möglichkeit, einmal nicht über das Geschäft reden zu müssen, sondern persönliche Kontakte zu pflegen, die eben auch wichtig sind, wenn es ums Geschäft geht. Und jeder Golfer weiß,



Bevor es auf die Runde ging, entstand noch dieses Erinnerungsfoto, das erwartungsvolle Spieler aus der Fotobranche zeigt. Von links nach rechts: Jules Degreef (Lowepro- und Rollei-Importeur Niederlande), Norbert Boshüsen (früher Canon), Peter Huber (Inhaber Photo Huber Berlin und jetzt in Kooperation mit der Firma Olympus und Agfa für den Olympus Digital World Shop im Europa-Center), Hans Deenik (Einkaufsleitung Euro-Activ), Dietrich Müller (gbb Geschäftsführer), Volker Graf (Inhaber der Firma Photronik GmbH (Foto Treff), Frankfurt).

wie er seine Partner einzuschätzen hat, wenn er einmal mit ihnen auf der Golfrunde war; denn beim Golfspiel zeigt es sich, wie kaum bei einem anderen Sport, ob jemand fair ist und seine Schlagzahl auch richtig angibt. So fand schließlich der gbb Golftag

noch einen besonders schönen Ausklang, mit einer sehr differenzierten Siegerehrung und vor allem gutem Essen, so daß es jedem Teilnehmer leicht fiel, den Gastgebern seinen herzlichen Dank für ihre Einladung zu sagen.

H. J. Blömer

Auch die PMA hatte zum Golf eingeladen



In diesem Jahr fand das PMA Golfturnier in der Nähe von Paris statt. Unser Foto zeigt in der ersten Reihe Heidemarie Uhlenhuth, die, wie schon so oft, im „Silber“ war, und Karin Dittmer (Fotohaus Bilderfürst in Nürnberg). Zu den Siegern gehörte auch noch Keiichi Inuzuka, früher Mitglied der Geschäftsleitung der Fuji Photo Film (Europe) GmbH, heute Geschäftsführer der französischen Fujifilm Niederlassung. Rechts unten Claude Blech, Direktor des französischen PMA-Büros.



Ulrich Vielmuth

DVD als Renner

Nach den eher ruhigen vergangenen Funkausstellungen der Jahre '97 und '99 hatte die IFA diesmal wieder eine Vielzahl von Neuigkeiten zu präsentieren, deren praktischer Nutzwert für den Anwender glaubhaft einzuschätzen ist und einen gewissen Fortschritt bedeutet. Ein wahres Schaufenster der Consumer Electronic.

Nirgendwo sonst wird die ganze Welt der Konsumelektronik so konzentriert präsentiert wie alle zwei Jahre unter dem „langen Lulatsch“ (Funkturn).

Digitaltechnik trumpft auf

Zwar spielt die Digitaltechnik seit geraumer Zeit eine wesentliche Rolle, doch in diesem Jahr erreicht die digitale Evolution einen neuen Höhepunkt. Das betrifft das digitale Fernsehen und den Hörfunk ebenso wie die neuen digitalen Aufzeichnungsmedien, das Fotografieren, die Telekommunikation genauso wie die Informationstechnologie und natürlich auch die neuen Dienste und Inhalte, die erst durch die Digitaltechnik möglich werden. So fallen sukzessive die letzten analogen Bastionen. Die Fernsehgeräte sind meist flach und Internet-tauglich, in Autos können E-Mails empfangen werden, und auf dem Handy erscheinen die Urlaubsvideos.

Aber eines ist nun kein Geheimnis mehr: Die DVD wächst schneller als jedes andere Medium jemals zuvor.

Alle großen Firmen der Branche waren zumeist sehr repräsentativ vertreten, hatten zumeist eine ganze Halle belegt. Da ist es besonders bewundernswert, wenn kleinere Traditionsunternehmen wie die Firma Metz grundsollide und innovativ über Jahrzehnte ihre Position behaupten und selbstbewußt im überschaubaren Rahmen ihre Produkte zeigen. Ganz aktuell: Nun wird das Metz-Sortiment auch um TFT- und Plasma-Fernsehgeräte erweitert.

DVD und S-VHS

Ein Aspekt ist jedoch bemerkenswert und zeigt, daß der Übergang vom Band zur Disc im richtigen Leben doch sicherlich nicht ganz so dynamisch vonstatten gehen wird: Trotz aller DVD-Euphorie konnte ich auf der IFA so manch neue S-VHS-Recorder bemerken. Da scheint der Fortschrittsglaube selbst bei den ganz Großen doch nicht so sehr ausgeprägt zu sein oder weiß man selbst am besten, daß 4000,- Mark für einen Recorder noch keine hohen Stückzahlen erwarten lassen.

Nicht nur Panasonic und JVC glauben weiterhin an eine Nachfrage bei S-VHS-Videorecordern mit Expansion Technologie (ET), die das Aufzeichnen auf preiswerten VHS-HG-Kassetten in nahezu S-VHS-Qualität erlauben. Die moderaten Verkaufspreise tendieren weiter nach unten, so daß die neuen S-VHS-Recorder mit zahlreichen Komfortfunktionen und umfassenden Editing-Möglichkeiten schon für ungefähr 800,- Mark verkauft werden. Selbst das alte Problem mit langen Umspielzeiten existiert bei diesen Recordern nicht

mehr so kraß. Mit dem 35xJet Search steht ein äußerst schneller Bildsuchlauf in Farbe zur Verfügung, bei dem die Bilder ausgesprochen gut zu erkennen sind.

Neue DVD-Recorder

Doch nun zu den wirklichen Neuigkeiten, den DVD-Recordern von Philips, Panasonic und Pioneer.

Pioneer war in Japan der erste auf dem Markt und hat nun in Berlin den DVR-7000 DVD-R/RW Recorder für den europäischen Markt vorgestellt. Nachdem bereits zwei Modelle erfolgreich in Japan verkauft werden, steht jetzt der Marktstart der dritten Generation bevor. Erhältlich wird das Gerät ab Anfang nächsten Jahres sein. Auf der Basis des DVD-R/DVD-RW-Formats soll Pioneers DVD-Recorder kompatibel mit gängigen DVD-Video-Playern, dem in PCs integrierten DVD-ROM-Format und anderen DVD-Wiedergabesystemen sein. Überhaupt die Kompatibilität. Mitbewerber Panasonic mit seinem neuen DVD-Recorder DMR-E20 kann DVD-RAM und DVD-R verarbeiten und ist das Universaltalent unter den DVD-Recordern. Denn er ist, oh Wunder, mit einem Preis von 2931,79 Mark nun tausend Mark billiger, als es Panasonic ursprünglich in der Planung hatte. Dafür ist das neue Gerät gleichzeitig Schnittrecorder, Videorecorder und auch DVD-R-Brenner in einem. Nachteil: Die DVD-RAM läuft nicht auf den Standard-Playern, und die DVD-R läßt sich nicht nachbearbeiten.

Bei aller Begeisterung auch für den schon auf der CeBIT vorgestellten Philips DVD-Recorder namens DVDR 1000, übrigens der Dritte im Bunde, darf der Systemstreit zwischen Sony/Philips einerseits und Panasonic/Hitachi andererseits nicht außer acht gelassen werden. Ein wichtiger Aspekt jedoch wird meines Erachtens den Marketingleuten noch Kopferbrechen bereiten: Wer möchte schon mit einem frühen Kauf eventuell auf ein System setzen, das sich am Markt nicht durchsetzen kann. In schlechter Erinnerung ist uns da noch recht gut die Betamax- und Video 2000-Tragödie in den 80ern. Das sollte sich möglichst nicht wiederholen. Denn eine Forderung der Anwender ist klar definiert: Die Aufzeichnungen des Recorders müssen auf den meisten DVD-Playern auch wiedergegeben werden können. Das wäre doch wirklich nicht zuviel verlangt!

Schön zu hören, daß die neuen DVD-Recorder die volle Funktionalität der uns seit Jahren vertrauten Videorecorder bieten. Einfach zu benutzende Bildschirmmenüs beschleunigen die Voreinstellungen bei Timer-Aufnahmen und machen diesen Vorgang einfacher als jemals zuvor. So können Aufzeichnungen jeder Zeit ergänzt, gelöscht oder überschrieben werden.

Zu guter Letzt

ein kleiner Schlenker in Berlins Kulturleben, weil es sich gelohnt hat. Disney's „Der Glöckner von Notre Dame“, ein Musical mit videotechnischer Unterstützung und spektakulären Bühnenbildern, feierte während der IFA den einmillionsten Besucher, eine junge Dame. Die Bühnentechnik und der rasche Wechsel der Szenenbilder sind atemberaubend, die Regie überaus einfallsreich. Prädikat: Besuch lohnt sich!

Misera contribuens plebs

Das arme steuerzahlende Volk!

Seit meinem letzten Kommentar in der vorigen Ausgabe hat sich die Welt, wie wir alle wissen, verändert. Wir haben eine neue Art von „Krieg“, der heißt „Terrorismus“. Mit dem Wort „Krieg“ ist aber auch unser Verteidigungsminister Rudolf Scharping gefragt, dessen Fehlverhalten durch die aktuellen Ereignisse in den Hintergrund geraten ist.

Hier geht es um das wirtschaftliche Verhalten des Herrn Verteidigungsministers. In den Richtlinien zur Nutzung der Flugbereitschaft der Bundeswehr von 1998 sind drei Kriterien aufgeführt:

1. Es muß ein dienstlicher bzw. amtlicher Anlaß vorliegen.
2. Es muß ein vertretbares Verhältnis zwischen Aufwand und den Bundesinteressen bestehen.
3. Es muß eine zivile Alternative fehlen.

Wenn ich nun über die Medien zur Kenntnis nehmen mußte, daß Herr Scharping z. B. für nur acht Stunden zu seiner „Gräfin“ geflogen ist, reicht meine Phantasie nicht aus, daß dafür ein dienstlicher bzw. amtlicher Anlaß vorgelegen haben sollte. Es sei denn, daß Herr Scharping mit all dem, was er tut, immer im Dienst ist. Was mich besonders beeindruckt hat, ist seine dümmliche Kritiklosigkeit, wenn er selbstgefällig sagt, er habe gegen kein Gesetz verstoßen! Obwohl er in der Presse hätte nachlesen können, daß er mindestens gegen die Gesetze von Anstand und Sitte verstoßen hat, weil er als Minister ein besonderes Vorbild zu sein hat. Begriffe wie „Ehre“ scheinen ihm alleine schon für seine eigene Familie verlorengegangen zu sein. Mit seiner Pseudo-Gräfin tritt er als Politiker jetzt schon offiziell auf, obwohl er noch nicht einmal geschieden ist und offensichtlich seelenruhig mit ansieht, wie seine Frau nach eigenem Bekunden jetzt als graue Maus angesehen wird. Die Mutter seiner drei Töchter hat ihm offensichtlich als „graue Maus“ für seine Karriere sicher jahrelang den Rücken freigehalten; auf sie kann er jetzt zugunsten amouröser Reisen mit einer suspekten „Gräfin“ gut verzichten.

Und dieser egozentrische Verteidigungsminister verjuxt leichtfertig unser Steuergeld, das „das arme steuerzahlende Volk“ sauer erarbeitet hat, damit er unbedenklich die teure Flugbereitschaft der Bundeswehr nutzen kann, ohne groß nach den Kosten zu fragen, obwohl Geld ja in seinem Etat mehr als knapp ist. Nehmen wir unseren Außenminister noch dazu, der für 800.000 DM nach Durban in Südafrika geflogen ist und wozu der „Spiegel“ zur Wirtschaftlichkeit dieser Reise schreibt: Der Verzicht, für 80.000 DM mit einer Linienmaschine zu fliegen, wurde damit begründet, daß Fischer ja dort die Übernachtungskosten für sich und seine Mannschaft gespart hätte.

Auch unser Sparkommissar, der scheinbar so integre Finanzminister Eichel, nutzt reichlich die Flugbereitschaft der Bundeswehr. Nachdem auch er neben seiner angetrauten Frau, wie er selbst bekanntgab, eine Freundin hat, wundert es einen nicht, wenn es in dem Bericht Nr. 13/2001 der CDU-CSU Fraktion im Deutschen Bundestag heißt: „Im Dezember 2000 hat Eichel eine Liste mit der Überschrift „Nutzung der Flugbereitschaft der Bundeswehr in Jahr 2000 durch Bundesfinanzminister Eichel“ vorgelegt. In der begleitenden Presseerklärung hieß es, die Liste mache deutlich, wann und warum Eichel die Flugbereitschaft auch an Wochenenden benutzt habe. Diese Liste enthielt allerdings nicht nur Wochenendtermine und war zudem unvollständig. Sparen sollen wohl immer „die anderen“: Und so wird das Drama „Amerika“ noch schnell zum Anlaß genommen, um das „arme steuerzahlende Volk“ noch mehr auszunutzen. Und das soll unsere Konjunktur anheizen und Arbeitsplätze schaffen?

quickpoint

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

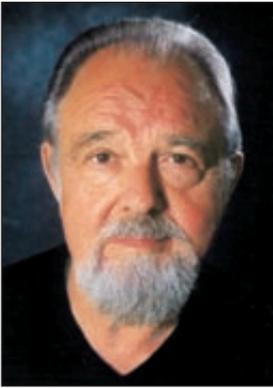
47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Wenn ich mir weiter noch überlege, welche Rückendeckung unser Verteidigungsminister von den Herren Schröder, Struck und Müntefering bekommen hat, die ebenfalls keinen Verstoß von Scharping gegen ein Gesetz feststellen konnten, dann frage ich mich im 49. Jahr meiner Ehe, wo bin ich in Deutschland nur hingekommen? Muß ich mich schämen, daß ich immer noch mit der 1. Frau verheiratet bin? Sollten wir nicht alle jetzt nach Amerika blicken, wo man national zusammensteht und offensichtlich den lieben Gott noch nicht vergessen hat?

Ich komme zu dem Schluß, solange wir es uns leisten, alle brav unsere Steuern zu bezahlen, weil wir fleißig waren und etwas verdient haben und dieses viele Geld solchen Leuten, wie Scharping & Co. unkontrolliert zur Verfügung stellen, wird sich in Zukunft nichts ändern. Auch die Vertreter der Bundeswehr haben ganz deutlich gesagt, daß das Vertrauen in ihren obersten Vorgesetzten verlorengegangen ist. Darum kann Herr Scharping nicht weiter im Amt bleiben! Ich kann mir nicht vorstellen, daß Leute wie Scharping in Amerika im Amt geblieben wären, nachdem was wir mit ihm erlebt haben.

Mein Resümee heute: Nach dem 11.09. und allen Scharpings zum Trotz werde ich auch weiterhin frei nach Kant bei meinem „kategorischen Imperativ“ bleiben: „Mitarbeit am Guten in dieser Welt“ und „Anstand muß man sich leisten können“!

H. J. Blömer

**Horst Dieter Lehmann**

Das letzte Blatt

Schon fallen wieder die ersten Blätter, der Herbstwind treibt sie vor sich her. „Auch der Herbst hat seine schönen Tage“, heißt es ja so schön, und das stimmt in fast jeder Beziehung. So wartet der „Goldene Oktober“ immer mit wunderbaren Stimmungen auf – und das nicht nur für den Fotografen. Selbst im November

hatten wir in den letzten Jahren bestes „Fotografierwetter“ und nicht nur Regen, Sturm und Nebel.

Genießen wir also den Herbst als schönste Zeit zum Wandern. Freuen wir uns auf eine ruhige Vorweihnachtszeit, die dann schlagartig in ein (hoffentlich) hektisches und ertragreiches Weihnachtsgeschäft mündet.

Handwerk und Handel

Gehören wir nun zu den „Zwitterwesen“, die in unserer Branche als Atelierhändler mit Handwerk und Handel zu tun haben, dann plagen uns sicher Freud und Leid auf beiden Schultern, wackeln beide Standbeine mitunter nicht nur im Herbstwind.

„Daß sich Ihre Eltern auch mit Amateurbildern abgeben, verstehe ich nicht!“, sagte vor vielen Jahren eine renommierte Porträtistin zu ihrem Lehrling. Sie selbst hatte, wie auch die Mutter besagten Lehrlings, bei der Porträt-Ikone der damaligen Zeit, Rudolf Lichtenberg, Osnabrück, gearbeitet.

Warum aber entstand mit dem Siegeszug der Amateurfotografie und dem langsamen Verblässen der Glanzzeit für die Porträtisten das Gewerbe des Atelierhändlers?

Aus dem einfachen Grunde, um überleben zu können. Von der Kunst, sei es auch „nur“ die Porträtkunst, ließen sich selten in der Vorkriegs-, Kriegs- und Nachkriegszeit gewaltige Gewinne erwirtschaften. Vor allem, das muß eingeräumt werden, weil die Porträtfotografie in diesen Jahren nicht gerade auf dem höchsten Stand war, die wenigsten Fotografen als wahre Künstler in die Geschichte der Fotografie eingehen konnten. Dazu kam, auch das darf nicht vergessen werden, der Materialmangel!

Das Blatt schien sich zu wenden, als nicht mehr gespart werden mußte, Kleinbild- und Rollfilme Platten und Planfilme ablösten, der Blitz das Kunstlicht verdrängte, die Massenproduktion begann.

Die Großlabore wurden immer größer, die Kleinen immer kleiner, die Bilder immer billiger. Der Billigbilderhaufen wuchs immer mehr, vergleichbar mit den herbstlichen Blättern.

Bevor das letzte Blatt fällt,

kann viel geschehen. Für einen Jahresrückblick ist es noch zu früh, nicht aber für eine kleine Zwischenbilanz. Zusätz-

lich sei eine Prognose für die weitere Entwicklung der Amateur- und Fachfotografie erlaubt.

Zweifellos befindet sich die Fotografie in einem Umwandlungsprozeß, der nicht überbewertet, aber keineswegs unbeachtet sein sollte.

Rolf Hartenfels hat Recht mit der Meinung, daß der gute Porträtist seine Bilder von A bis Z selbst ausarbeitet. Das gilt für alle anderen Gebiete bald ebenfalls – und auch für die Ausarbeitung der Amateurbilder!

Wir werden also – wenn auch unter ganz anderen technischen Voraussetzungen – früher oder später zu dem zurückkommen, was viele Jahrzehnte für alle Fotografen und Händler selbstverständlich war, dem eigenen „Labor“, wie immer das auch aussehen wird.

Zum Thema „Auftragspauschale“

bleibt festzuhalten, daß diese ein Schuß in den Ofen war und ist. Diese Aktion geht mal wieder zu Lasten der kleinen Händler, die offensichtlich zu wenig Initiative zeigen.

Daß Preisanhebungen unerlässlich sind, leuchtet jedem ein, nur müßte diese dann auch jeder tragen, und nicht nur der kleine Händler von nebenan.

So sind bei Nachfragen im Labor nur bedauernde Worte zu hören, die aber nichts darüber aussagen, weshalb beim Drogeriemarkt die Pauschale kein Thema ist. Als Fotofachhändler geniert man sich, die Mehrkosten einem Kunden unterzujubeln und verzichtet auf eigene Kosten darauf, um ihn nicht zu verlieren.

Das letzte Blatt ist noch nicht gefallen, das letzte Wort sicher aber auch noch nicht gesprochen!

Der Ausweg Schwarzweißfotografie

ist gerade angesichts der bunten Herbstblätter nicht die ideale Lösung. Wie bei der Digitalität sollte auch hier nicht das Allheilmittel gesehen werden. Die Schwarzweißfotografie war der Normalfall, solange die Fotografie noch „farblos“ war. Die Welt an sich ist farbig. Schwarzweiß war ein Kompromiß. Viele Fotografen und Händler der „Alten Schule“ hätten sich nur zu gerne auf ewige Zeiten mit dem Eigenlabor auf Schwarzweiß beschränkt. Es wurde weniger fotografiert, aber mehr verdient. Der Porträtist mit ausgefeilter Labortechnik konnte ansehnliche (und haltbare!) Resultate erzielen; Bildkompositionen und Ausschnitte nach seinen Vorstellungen, die nicht einmal immer seine Laboranten erfüllen konnten.

Die Resultate, die heute auf dem Schwarzweißsektor zu sehen sind, jagen manchem „Altmeister“ die Schamröte ins Gesicht. Schwarzweiß ist noch lange nicht deshalb eine Kunst, nur weil die Farbe fehlt! Ein buntes Blatt kann auch in Schwarzweiß sehr wirkungsvoll sein. Es kommt eben immer auf den Fotografen (und Laboranten) an. Ebenso wichtig aber für beide und für alle Profis ist der Profit – leider!



Herma Postkartenetiketten für das Format 10 x 15 cm

Herma hat neue Postkartenetiketten im Programm. Sie haben die Größe 9,5 x 14,5 cm und dienen dazu, eigene Fotos im Format 10 x 15 cm zu Post-

karten umzufunktionieren. Die Etiketten lassen sich, im Gegensatz zu den Rückseiten der Fotos, problemlos beschriften. Sie sind auf der Unterseite schwarz beschichtet und daher blickdicht. Der von Herma verwendete Haftkleber wurde speziell auf das Fotomaterial abgestimmt. Die Postkartenetiketten sind in Packungen mit je zehn Stück im Fotohandel zu haben.

Cullmann erweitert das Sortiment an Ministativen

Moskito und Kobold heißen zwei Ministative, die Cullmann vorgestellt hat. Moskito wiegt 91 Gramm, ist 19,6 cm lang und besitzt eine Schnellkuppelungsplatte und einen Zwei-Wege-Panoramakopf für horizontale und vertikale Schwenks. Preis: ca. zehn Euro. Das Profi-Tischstativ Kobold ist mit einer Mittelsäule ausgestattet, die sich bis zu einer Auszugshöhe von 36,5 cm stufenlos verstellen und mit einem ergonomisch geformten Drehverschluß arretieren läßt. Das Modell verfügt weiterhin über einen Drei-Wege-Panoramakopf und ein Schnellkuppelungssystem. Es ist 265 g schwer und trägt Lasten bis zu einem Gewicht von drei Kilogramm. Für den Transport ist es zudem mit einem Trageriemen ausgestattet. Preis: ca 50 Euro.

Metz Blitzgerät für Digitalkameras

Metz hat unter der Typenbezeichnung mecablitz 34 CS-2 digital ein neues, leistungsstarkes Blitzgerät (Leitzahl 34 bei ISO 100/21°) ins Programm genommen. Es bietet eine spezielle Auslöseverzögerung und eignet sich deshalb vor allem für den Einsatz mit Digital-



kameras – sogar für Modelle ohne spezielle Blitzanschlußmöglichkeiten, die mit einem Meßvorblitz ausgestattet sind. Im Lieferumfang enthalten sind ein Slave-Standfuß für entfesseltes Blitzen, eine kleine Kameraschiene, die das Fixieren des Blitzes an der Kamera ermöglicht, und ein Synchronkabel für Kameras mit Synchronanschluß.

B+W bringt kompakte Filtergeneration heraus

F-Pro nennt B+W seine neue kompakte Filtergeneration, die die bisherigen Basisfassungen für Standardfilter und Polfilter ablöst. Die neuen B+W F-Pro Standard Filterhalter sind kompakter und nach Angaben des Herstellers vielseitiger. Zusätzliche Filter, Schnapp-



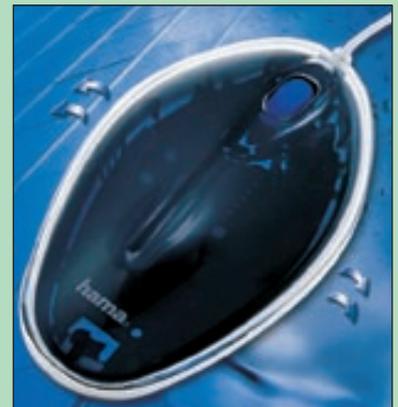
deckel oder Sonnenblenden lassen sich im Frontgewinde leicht befestigen. Die neuen Filterhalter sind aus Messing gefertigt und sehr robust. Die Filtergläser



werden durch Anschraubringe spielfrei gehalten. Die neuen Filterhalter gibt es in den Größen 37, 43 46, 49, 52, 55, 58, 60, 62, 67, 72, 77, 82, 86, 95 und 105. Die früheren Bezeichnungen E und ES fallen weg.

Tastenlose Maus von Hama heißt „Sideclick“

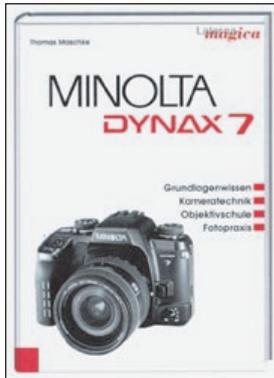
Mehr Bedienungskomfort als Modelle mit Tasten soll die neue WheelMouse „Sideclick“ von Hama bieten. Bei ihr wird nicht mit Tasten geklickt, sondern durch Neigen des Gehäuses nach links oder rechts. Die Maus hat eine ergono-



mische Form und besitzt einen optischen Sensor und ein Scrollrad, die sich während des Betriebes durch rote bzw. blaue Beleuchtung vom transluzent-schwarzen Gehäuse abheben. Sideclick eignet sich für Links- und Rechtshänder und kann mit Windows- und Macintosh-Rechnern benutzt werden. Das 1,5 m lange Kabel wird wahlweise mit einer USB-Schnittstelle oder über einen Adapter mit dem PS/2-Anschluß verbunden. Die benötigte Software ist im Lieferumfang enthalten, aktuelle Treiber stehen außerdem unter www.hama.de im Internet bereit.

**Thomas Maschke:
Minolta Dynax 7**

Die Minolta Dynax 7 ist eine der am besten ausgestatteten Kameras des Marktes zu einem fairen Preis. Die technische Ausstattung läßt keine Wünsche offen und zeichnet sich durch innovative Details wie z. B. das große Navigationsdisplay aus. Mit dem notwendigen Know-how kann der Fotograf in jeder Situation perfekte Fotos gestalten.



Thomas Maschke, DGPh, der seit vielen Jahren als erfolgreicher Buchautor in den Bereichen Fotografie und Computer bekannt ist, hat das Buch als einen Leitfaden für einen optimierten Einsatz der Dynax 7 und des umfangreichen Systemzubehörs konzipiert.

Es liefert Informationen zu den folgenden Themen:

- Der motivspezifische Einsatz von Programm-, Blenden- und Zeitautomatik
- Meßmethoden (Wabenfeld, Integral, Spot) gezielt zur Stärkung der Bildaussage einsetzen
- Fotos durch bewußte Filmauswahl aufwerten
- Blitzlichtfotografie – perfekte Ausleuchtung und drahtloser Blitzeinsatz
- Übersicht der Wechselobjektive mit Bewertung und Kaufberatung
- Nützliches und praktisches Zubehör, nicht nur von Minolta.

Thomas Maschke, Minolta Dynax 7, 176 Seiten, 15 farbige und 103 schwarz-weiße Abbildungen, 15 Zeichnungen, Format 15 x 21 cm, broschiert, Verlag Laterna magica, München 2001, ISBN 3-87467-778-8, DM 29,80.

**Franz Janka:
Wirkungsvoll präsentieren**

Der Mensch behält 20 Prozent an Informationen durch Hören, 50 Prozent durch Sehen und 80 Prozent durch Hören und Sehen. Die audiovisuelle Aufbereitung von Inhalten ist also entscheidend für die Wirkung und damit für den Erinnerungswert einer Präsentation.

Im Berufsleben gehört es zur alltäglichen Aufgabe, Inhalte zu präsentieren, um im Unternehmen Arbeitsergebnisse vorzustellen oder Kunden Produkte zu präsentieren.

Franz Janka zeigt in seinem Buch „Wirkungsvoll präsentieren, wie eine Präsentation zielgruppengerecht, professionell und mit einer anschaulichen Visualisierung aufgebaut wird. Auch auf besonders heikle Fragen, z. B. das Thema Lampenfieber und den souveränen Umgang mit dem Publikum in Konfliktsituationen, geht der Autor ein.

Mit vielen Praxisbeispielen, Checklisten, Übungen und Expertentips wird das Know-how für eine erfolgreiche Präsentation vermittelt. Darüber hinaus liefert das Buch einen Erfolgsplan am Ende jedes Kapitels, mit dem man den eigenen Weg zum erfolgreichen Präsentieren findet.

Zum Autor: Dr. Franz Janka arbeitet seit vielen Jahren als Seminarleiter für



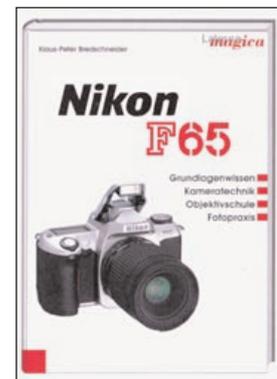
nationale und internationale Unternehmen. Das Präsentieren gehört dabei zu den am meisten nachgefragten Themen. Franz Janka, Wirkungsvoll präsentieren, 190 Seiten, Falken Verlag, Niedernhausen 2001, Band 2825, ISBN 3-8068-2825-3, DM 24,90.

**Klaus-Peter Bredschneider:
Nikon F65**

Die Nikon F65 ist eine kompakte und komfortable Autofocus-Spiegelreflexkamera. Einsteiger können auf unkompliziertem Weg zu gelungenen Fotos kommen. Dabei ist die Kamera gleichzeitig so vielseitig, daß auch erfahrene Fotografen mit ihr nahezu jede kreative Herausforderung annehmen können. Wer sich die Möglichkeiten der Nikon F65 und des umfangreichen Nikon-Systems erschließen möchte, dem sei das Buch von Klaus-Peter Bredschneider empfohlen, das das notwendige Know-how vermittelt.

Und hier die Themen des Buches:

- Einfaches Fotografieren mit Autofocus und Motivprogrammen
- Motivgerechter Einsatz von Programm-, Blenden- und Zeitautomatik



- Kreativ fotografieren mit manueller Scharfeinstellung und Belichtung
- Richtig blitzen bei jedem Licht
- Kleine Dinge ganz groß: Nahaufnahme-Praxis mit der Nikon F65
- Systemausbau mit Wechselobjektiven und Zubehör.

Und bei all dem sorgt das Laterna magica Buchkonzept für einen klaren, übersichtlichen und praxisgerechten Buchaufbau.

Zum Autor: Klaus-Peter Bredschneider war Chefredakteur einer Fotozeitschrift und ist Autor zahlreicher Kamerasystembücher. Als passionierter Nikon-Fotograf ist er mit dem Nikon-System und dessen umfassenden Möglichkeiten bestens vertraut.

Klaus-Peter Bredschneider, Nikon F65, 176 Seiten, 24 farbige und 153 schwarz-weiße Abbildungen sowie drei Strichzeichnungen, 15 x 21 cm, broschiert, Verlag Laterna magica, ISBN 3-87467-776-1, DM 29,80.

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

Aus Alt mach Neu!



vorher

Ihr Fachbetrieb für
**Reproduktionen,
 Retuschen und
 Colorierungsarbeiten**



nachher

Foto- und Bilderklinik Altenburg
 D-54592 Prüm/Eifel, Postfach 11 26, Tel. 0 65 51/24 93, Fax 0 65 51/73 09

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

STADLER

Wir reparieren für Sie **PENTAX**
Konica
MINOX
GERMANY

Fotoreparatur-Service
 Otto Stadler
 Max-Eyth-Str. 7
 D-73733 Esslingen

Telefon 0711 - 32 60 999
 Telefax 0711 - 32 60 909
 internet www.fotoservice-stadler.de
 e-mail fotoservice-stadler@t-online.de

Gute und preiswerte Color-Chrom-

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-Farb-Druckträger, WPK	Auflagendruck
Einbildkarte nach Dia 195,- DM	1.500er 99,- DM per 1000
2-4 Bildkarte nach Dia 295,- DM	3.000er 77,- DM per 1000
- Incl. Probeandruck -	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

Camera Reparatur Service

CRS

Camera Reparatur Service GmbH
 Vogelsrather Weg 25
 41366 Schwalmatal - Waldniel

Telefon (0 21 63) 46 46
 Telefax (0 21 63) 4 52 88

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren
 autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica **Metz** **Rollei**

Kameras • Objektive
 Dia-Projektoren
 Blitzgeräte

Das Leica-Team Rollei-Profi
 für Sucherkameras Service & Rent-Center
 und Projektoren

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
 e-Mail's bitte an: paepke-fotogeräte-service@t-online.de
 Mehr Info's über uns: www.paepke-fototechnik.de

*Digitale
 Retusche
 von alten
 Fotos zu fest
 definierten
 Preisen.*

G. Schweizer
 Fotografie
 Bildveredelungen
 Kaschierungen

Fordern Sie Ihren
 Testgutschein an!

Fabriciusstr. 35
 40764 Langenfeld
 Tel.: 02173-17233
 Fax.: 02173-23396



LICHT AN!

**HALOGENLICHT
 + STUDIUBLITZE**

vom Professional-Ausrüster.

QUARTZ IMAGER - HALO IMAGER
 500-1000 Watt, dimmbar, extrem preiswert.

MEFO - Halogen-Dauerlicht
 1250-2000 Watt für Foto, Video, Digital.

Studio Blitzanlagen 250 + 500 W/s
 Der Primus in Preis und Leistung.

CHAMÄLEON REFLEKTOREN,
 5 in Einem, Silber, Weiss, Sunflame, Schwarz, Diffusor.

Bevor Sie lange suchen, einfach gratis
 Unterlagen und Händlernachweis anfordern:

CF
 Photo-Video
 Technik

Amselstr. 23, 51149 Köln
 Tel. 02203/16262, Fax 13567,
 e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

Kleinanzeigen • Angebote

www.fotolabor.de • 0228-623177

Kameraservice SCHÄFER OHG




Hausanschrift
Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

Postfachanschrift
Postfach 2767
65017 Wiesbaden
Telefon 0611/39679
Telefax 0611/378173

Öffnungszeiten
Mo - Fr 9 - 17 Uhr
Samstag 9 - 12 Uhr

**Servicestelle für
Foto-, Video-, Blitz und
Projektionsgeräte
Reparaturen sämtlicher Hersteller**

FILM- u. VIDEOSERVICE

FILMKOPIEN, TONSPUREN
VIDEOÜBERSPIELUNGEN
VIDEOKOPIEN - NORMWANDLUNG
VHS - SERIENKOPIEN

alle Formate
8,9,5,16 mm Filme
alle Systeme
enorm preisgünstig

CHRIS-Filmtechnik GmbH
Frühlingstr. 67, 85386 Eching/München, Tel. (089)3194130

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 (022 03)12136

Wir bieten Foto-/Journalisten

(auch freiberufl. u. Berufsanfänger) und Verlagen Hilfe durch Vermittlungsdienst, 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.hh@dpv.org • www.dpv.org

Reparatur-Service-Foto-Film-Video-Blitz-Dia-AutoLab

nass

Ombf & Co KG

foto · video · elektronik

Faldstrasse 4 - 30171 Hannover
Tel.: 0511 - 80 40 07 - Fax: 0511 - 88 99 50

KINDERMANN Nikon JORD

Rollei Leica SONY
fototechnik

imaging foto contact
KLEINE ANZEIGEN UND PERSONALANZEIGEN

Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

Bitte veröffentlichen Sie den nebenstehenden Anzeigentext im imaging+foto-contact

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- in den Ausgaben

Größe: Breite 180,0 mm, Höhe (9,36 DM / mm)
 Breite 129,5 mm, Höhe (7,02 DM / mm)
 Breite 87,0 mm, Höhe (4,68 DM / mm)
 Breite 56,0 mm, Höhe (3,12 DM / mm)
 Breite 40,5 mm, Höhe (2,34 DM / mm)

unter Chiffre (Gebühr: 10,- DM) Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Anzeigenabteilung imaging+foto-contact
Postfach 12 29

D - 40832 Ratingen

Einfach in einen Fensterumschlag oder per Fax 0 21 02 / 20 27 - 90

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

i/c 10/2001

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungsbetrag von meinem/unserem Konto-Nr.:
 Bankverbindung:
 BLZ:, abzubuchen.

Für Bestellungen aus der Europäischen Union: Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. an:

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen • Angebote

Gretag Hostert DDP 50/140 E6

mit normaler Regenerierung, Baujahr Nov. '97, dazu folgende Bügel und entspr. Klammern: 20 x KB, 30 x 120, 5 x 220, 6 x 4/5', 5 x 13/18, 7 x 8/10' und 1 x 18/24, 2 Chemikalien-Mixer Rollmix 120 S, Baujahr Nov. '97. Gretag Originalpreis 165.000,- DM (Rechnungsbeleg vorhanden), Preis VB 89.000,- DM (Gerät ist in exzellentem Zustand).

Chiffre 1045011001

Fotogeschäft

zu verkaufen, beste zentrale Münchner Lage, günstige Miete, gut eingeführt, mit langjährigem Kundenstamm, Minilab (20 Min.), SW-Prozessor, Paßbild, Ladeneinrichtung und Ware.

Chiffre 1044801001

Foto-Aktienkurse

	05.09.2000	18.09.2001	niedrigst/höchst. der letzten 12 Monate	Aktienkurs
Agfa	EUR 27,8	12,6	11,7	25,8
Bayer	EUR 46,75	30,45	29,1	57,8
Canon	YEN 4.540	3.250	3.150	5.330
Casio	YEN 1.225	620	615	1.297
CeWeColor	EUR 22,6	13,71	13,5	20,5
Dow Chemical	USD 39,56	30,6	23	39,67
Du Pont	USD 45,56	34,45	38,17	49,88
Eastman Kodak	USD 62,75	40,73	35,31	63,56
Fujifilm	YEN 3.620	3.800	3.430	5.550
Gevaert	EUR 47,76	26,2	26,1	48,65
Gretag Imaging	CHF 990	5,7	4,6	407
Hewlett-Packard	USD 125	16,02	17	108,25
Hitachi	YEN 1.220	803	776	1.380
ICI	GBP 466	337	316	577,5
Imation	USD 22,81	21,12	14,12	25,55
Jenoptik	EUR 35,2	18,7	15,3	35,6
Konica	YEN 838	595	581	1.020
Kyocera	YEN 18.430	7.300	7.000	19.090
Leica	EUR 9,8	6	6	12
Lintec Computer	EUR 43,4	6,2	5,35	35
Minolta Camera	YEN 588	369	340	627
Olympus	YEN 1.690	1.510	1.400	2.140
PixelNet	EUR 10,35	3,01	2,8	12,8
Polaroid	USD 16,88	1,01	0,91	15,87
Samsung	KRW 71,9	27,8	26	46,15
Sharp	YEN 1.710	1.070	999	1.895
Sony	YEN 11.620	4260	4.080	12.480
Specter	EUR 32,7	6,99	6,13	32
Toshiba	YEN 999	530	522	992
Varta	EUR 10,32	14	13,25	14,3

Kurs: 1 EUR = 1,95583 DM

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Minilab, guter Zustand

analog bis 30 x 45 cm / digital bis 20 x 30 cm, integrierte Film-entwicklung, viel Zubehör (PC, Scanner, Papierkassetten usw.) ab 01.10.01 zu verkaufen, derzeit noch in Betrieb, VB 75 TDM.

Mobil: 0171 / 8 05 90 64

Fotofachgeschäft m. Portraitstudio Großraum Bochum/Witten

Konkurrenzlose 1A Vorortlage, Fuji Minilab, 15 Jahre vor Ort, erstklassiger Ruf, viele Stammkunden. Realistischer Kaufpreis, interessant auch für Existenzgründer. Mietwohnung kann übernommen werden.

Info unter Tel. 02302/277082

Verkäufe

- Kit-Set Nikon D1 Digital SLR Kamera,
 - EC-AD1 PC Card Adapter
 - Nikon Software, Vollversion
 - Speicherkarten EC-64CF + 96 MB
- Alter: 5 Monate, Gesamtpreis 8.285,- DM
Telefon 09435/9545

Existenzgründung

Photostudio mit Außenstudio zu verkaufen, PLZ 27.
Tel.: 0170/462238

Suche

gebrauchten Pictrostat
Tel. 09435/9545

Kodak Picture Maker

Bj. 1997 mit vielen Extras, 1A Zustand, zu verkaufen.
VB 9.900,- DM
Tel. 02261-65839

Alte, große Atelier-Kamera

30 x 30 auf U.-Stativ, Pneumatik-Verschluß, Optik (Schmuckstück) u. Vergrößerer, 8.500,- DM.
Fotos anfordern an:
Postfach 12 09,
52374 Langerwehe

Visagistik im Portraitstudio

Fachgerechtes Schminken von Studiokunden, Einzelschulungen bei Beate Palutke, Fotografenmeisterin und ausgeb. Visagistin. Tel. 0581-2989

Kleines Fotofachgeschäft mit Minilabor und Paßbild in süddeutscher Großstadt (PLZ 7), aus Altersgründen zu verkaufen. Filialisten bevorzugt.

Chiffre 1044781001

Ankauf - Verkauf gebrauchter Fotogeräte, Minilabs und Laborgeräte.

Fotoservice Jungkuz

Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81,
Mobil 01 71/2 68 83 30

Inserenten-Verzeichnis

Agfa.....	27	Loersch.....	65
Bremaphot.....	7	Metz.....	39
Brückner.....	67	Minolta.....	15
C.A.T.-Verlag.....	41, 47	Polaroid.....	31
Canon.....	72-74, 3. U., 4. U.	VGP.....	35
Casio.....	11	Walther Alben.....	59, 61
Dohm.....	23	Kleinanzeigen.....	69-71
Goitdammer.....	17		
ICI Imagedata.....	2. U.	profi-contact	
Kodak.....	20, 21	California Sunbounce.....	3

Beilage: Noritsu

Impressum: imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- u. Studioteknik

Mit Verlegerbeiträge „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, Teletax 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 Hölker M.A., Lidija Mizdrak M.A.

Neuheitenredaktion und Herstellung: Th. Blömer, DGPh, (verantwortlich), Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 28.

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.

Die IFA-Highlights:

Alles klar für's Weihnachtsgeschäft!

Gerade in Sachen Video hatte Canon auf der IFA einiges an innovativer Technik zu bieten. Die Highlights für das bald beginnende Weihnachtsgeschäft hier noch einmal auf einen Blick und in voller Schönheit:

MV X1i: Der Pixelmillionär.

Dank 1,33 Mio. Megapixel-Technologie, 10fachem Hochleistungs-Zoom-Objektiv und optischem Bildstabilisator liefert dieser digitale Camcorder einzigartig scharfe, hochauflösende Bildqualität.

Preis:

MV X1i	3.999,-* DM	2.044,66* EUR
--------	-------------	---------------

Zubehör:

Filterset FS 43 U	199,-* DM	101,75* EUR
Weitwinkelkonverter WD 43	449,-* DM	229,57* EUR
Telekonverter TL 43	479,-* DM	244,91* EUR
Tasche „Paul“	99,-* DM	50,62* EUR
Tasche „Mary“	79,-* DM	40,39* EUR
Tasche „Sue“	59,-* DM	30,17* EUR



MVX1i
SanDisk

Digital neu.

Der MV4i und der MV4i MC gehören nicht nur zu den kleinsten ihrer Klasse, sie haben in ihrem Mini-Gehäuse auch jede Menge Technik zu bieten.

MV4i MC

SanDisk



Der XL1s: Die 3CCD-Größe.

Der einzige Mini-DV-Camcorder der Welt mit Wechselobjektiven arbeitet mit der perfekten Technik der drei 1/3 Zoll CCD Chips mit Pixel-Shift.

XL1s



Preise:

MV4i	2.799,-* DM	1.431,11* EUR
MV4i MC	2.999,-* DM	1.533,36* EUR

Zubehör:

Filterset FS 27 U	99,-* DM	50,62* EUR
Weitwinkelkonverter WD 27	219,-* DM	111,97* EUR
Telekonverter TL 27	219,-* DM	111,97* EUR
SanDisk 8MB MMC	99,-* DM	50,62* EUR
SanDisk ImageMate USB	149,-* DM	76,18* EUR
FlashPath Diskettenadapter	229,-* DM	117,09* EUR
Tasche „Paul“	99,-* DM	50,62* EUR
Tasche „Mary“	79,-* DM	40,39* EUR
Tasche „Blacky“	65,-* DM	33,23* EUR

Preis:

XL1s	9.999,-* DM	5.112,41* EUR
------	-------------	---------------

mit 16fach Zoom-Objektiv

Zubehör:

3,4-10,2 mm 3x Weitwinkel Zoom-Objektiv	2.799,-* DM	1.431,11* EUR
5,4-86,4 mm 16x manuelles Zoom-Objektiv	4.699,-* DM	2.402,56* EUR
schwarz-weiß Sucher FU 1000	4.498,-* DM	2.299,79* EUR
Mikrofon-Adapter / Schulterstütze MA 200	1.199,-* DM	613,04* EUR
Systemkoffer HC 3100	999,-* DM	510,78* EUR

Ausgezeichnet!

Die digitale Canon PowerShot A20.



Viel besser als jedes Verkaufsargument ist jedoch die Meinung der Profitester der Fachpresse. Von denen wurde die Canon PowerShot A20 bereits mehrfach für so vorbildliche Eigenschaften wie sehr gute Bildqualität und Ausstattung, einfache Bedienung, gute Ergonomie, geringe Leistungsaufnahme, kurze Auslöseverzögerung und günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis gelobt.



Die PowerShot A 20 ist mit ihrem günstigen Preis-Leistungs-verhältnis nicht nur zum digitalen Publikumsliebbling geworden. Mit ihrer hervorragenden Technik hat sie sich in den letzten Monaten auch eine ganze Reihe von Auszeichnungen verdient.

Kein Wunder, dass die PowerShot A20 überall so beliebt ist. Mit digitaler Spitzentechnik zum günstigen Preis wird sie einerseits zum interessanten Einsteigermodell in die Welt der digitalen Fotografie. Andererseits liefert sie als Zweitkamera auch High End Usern den spontanen Fotospaß.

A propos Preis: Die Canon PowerShot A20 bieten Sie jetzt, pünktlich zum Herbstgeschäft, inklusive zusätzlicher SanDisk 16 MB Speicherkarte und komfortabler Schutztasche an! Zwei Verkaufsargumente mehr für die derzeit beliebteste digitale Einsteigerkamera mit Zoomobjektiv. (Quelle: GfK 06-07/2001)

Preis:

PowerShot A20 **1.099,-* DM** **561,91* EUR**
inkl. Schutztasche + SanDisk 16 MB Speicherkarte

PowerShot A20 im Überblick.

www.powershot.de

- ▶ Die A20 arbeitet mit 2,1 Mio. Pixel und mit 30 bit interner Farbtiefe für hervorragende digitale Bildqualität
- ▶ Optisches 3fach-Zoom (35-105mm) und asphärische Linsen bietet maximale Bildschärfe und Abbildungsqualität
- ▶ Autofokus mit 3 Messfeldern; mittentbetonte Integralmessung verknüpft mit Fokussierpunkt für optimale Bildergebnisse auch unter den schwierigsten Aufnahmebedingungen
- ▶ USB-Anschluß für schnelle Datenübertragung in den Rechner
- ▶ Umfangreiches Softwarepaket für unbegrenzte Kreativität
- ▶ Serienaufnahmefunktion und Panorama-Assistent für schnelles Fotografieren und perfekte Panoramabilder
- ▶ LCD-Monitor mit deutscher Menüführung für sichere Kontrolle bei der Bedienung
- ▶ Lupenfunktion bei Bildwiedergabe zur detaillierten Prüfung aufgenommener Bilder
- ▶ Direktdruck-Menü druckt digitaler Bilder in Scheckkartengröße ohne PC in Verbindung mit dem Card Photo Printer CP-10
- ▶ Stromsparmodus für lang anhaltenden Fotospaß
- ▶ Verwendung normaler, weitverbreiteter Mignonzellen oder NiMH-Akku (optional) für flexibles, unabhängiges Fotografieren
- ▶ NEU! Jetzt inklusive Schutztasche + zusätzlicher 16 MB SanDisk Speicherkarte!
- ▶ Unterwassergehäuse (optional) zum Einsatz der Kamera im Wasser oder bei Outdoor-Aktivitäten
- ▶ Weitwinkelkonverter (optional) ermöglicht eine Brennweitenverkürzung um den Faktor 0,7 auf eine Brennweite von 24,5 mm. Ideal für Innenraum-, Personengruppen oder Landschaftsaufnahmen

Robust und zuverlässig.

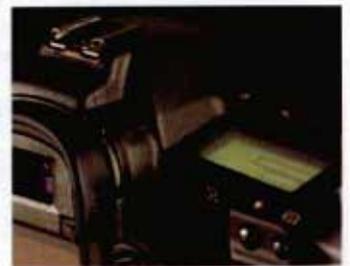
Auch in Sachen Robustheit steht die EOS 1D ihrer Schwester der EOS 1V in nichts nach: alle nach außen hin beweglichen Teile sind gegen Staub- und Spritzwasser abgedichtet. Das Chassis, sowie die Deck- und Frontklappe bestehen aus einer Magnesiumlegierung, die nicht nur stabil ist, sondern auch Gewicht einspart. Für absolute Zuverlässigkeit in jeder Situation sorgt der Verschluss der EOS 1D, der wie bei der EOS 1V auf 150.000 Auslösezyklen getestet wurde.



Gewohnt ergonomische Bedienung.

Da das Bedienkonzept seit Einführung der EOS 1 bei allen Profi-Modellen identisch ist, liegt die EOS 1D von Anfang an hervorragend in der Hand. Wichtige Funktionen wie die E-TTL Blitzautomatik lassen sich wie gewohnt bedienen.

Und natürlich haben Profifotografen mit dem Zubehörprogramm der EOS 1V und dem Canon EF-Objektiv-Sortiment Anschluss an alle erdenklichen Visualisierungs-Möglichkeiten, die die professionelle Fotografie heute zu bieten hat.



Das EF 16-35 1:2,8 L USM.

Durch den Umrechnungsfaktor bei digitalen Spiegelreflexkameras werden Weitwinkelzooms immer wichtiger. Deshalb kommt, passend zur EOS 1D, ein neues Weitwinkelzoom auf den Markt: Das bewährte EF 17-35mm 1:2,8L USM wird von dem neuen EF 16-35L 1:2,8 L USM abgelöst. Als einziges EF-Objektiv arbeitet dieses Objektiv mit fünf Speziallinsen – drei asphärische und zwei UD-Glas Linsen sorgen für höchste Abbildungsqualität. Spezielle Dichtungen schützen das Objektiv darüber hinaus noch besser vor Staub- und Spritzwasser.

Technische Highlights der EOS 1D:

Bildsensor

Typ: CCD mit 4,16 Mio. Pixel und 36 Bit Farbtiefe

Aufnahmequalität:

2.464 x 1.648 Pixel (hoch), 2.464 x 1.648 Pixel (mittel), 1.232 x 824 Pixel (gering), 2.496 x 1.662 Pixel (RAW)

Verschluss

Verschlusszeiten: 30 s – 1/16.000 sek. (Bulb)

kürzeste Blitzsynchronzeit: 1/500 s

Belichtungssteuerung

Messsystem: 21-Zonen-TTL-Belichtungsmessung

Messmethoden: 4

Weißabgleich: 64-Zonen über Sensor automatisch oder manuell 9 Einstellungen

Serienaufnahmen: 8 Bilder pro Sekunde, 21 Aufnahmen in Folge

Sonstiges

mit der Datei gespeicherte Informationen: 29

Schnittstelle: Firewire

Tonaufzeichnung: ja

Custom Functions: 21

Personal Functions: 25

Material des Gehäuses: Magnesium Legierung

Abmessungen: 156 x 157,6 x 79,9 mm (B x H x T)

Gewicht: 1.350 Gramm (nur Gehäuse)

Stand: September 2001, Irrtümer und technische Änderungen vorbehalten.

Die EOS 1D und das EF 16-35L 1:2,8 L USM sind ab November 2001 lieferbar.

Canon

Imaging across networks

Eins wie erstklassig: Die digitale Canon EOS 1D.

Dass die Zahl eins für absolute Spitzenklasse steht, hat Canon bereits vor Jahren mit der Einführung der F-1 eindrucksvoll bewiesen. Es folgten die EOS 1, die EOS 1N und die EOS 1V, die den Anspruch, immer wieder neue Maßstäbe zu setzen, weiter ausgebaut haben. Ein Anspruch, den die neue EOS 1D mit ihrer Verbindung von EOS-typischer Spiegelreflex-Präzision und flexibler digitaler Aufnahmetechnik perfekt fortsetzt. Den Profifotografen unter Ihren Kunden bieten Sie damit das neue Referenzmodell in der ersten Kameraklasse.



Professionelle Bildqualität.

Der große 4.16 Megapixel CCD Sensor (28,7 mm x 19,1 mm, Umrechnungsfaktor 1.3 zu Kleinbild) baut die drei RGB Farben mit separaten Filtern auf und sorgt damit für eine exzellente Farbtiefe von 36 Bit. Dank neuem JPEG Treiber bietet die EOS 1D eine Farb- und Detailwiedergabe, die sich mit professionellen Diafilmen vergleichen lässt. Digitaler Vorteil: per Kamera-Software kann der Fotograf die Farbaussteuerung zusätzlich beeinflussen. Dank neun Einstellmöglichkeiten für den Weißabgleich können unterschiedliche Lichtsituationen berücksichtigt werden. Belichtungsreihen erlauben Testserien mit verschiedenen Farbtemperaturen.



Schnelle Reaktionszeit und hohe Geschwindigkeit.

Damit Profifotografen in jeder Situation für den entscheidenden Moment gerüstet sind, baut Canon seit Jahren Kameras, die an Schnelligkeit kaum noch zu überbieten sind. Neuestes Ergebnis: als schnellste digitale SLR Kamera schießt die EOS 1D bis zu 8 Bilder in der Sekunde (Auflösung Large/Fine und One-Shot AF/AI Servo AF Modus)! Zudem können bis zu 21 Bilder (Large/Fine Format, 15 im RAW Format) in Serie aufgenommen werden. So schnell wie bei der EOS 1V arbeiten Auslöseverzögerung, Dunkelphase und der superschnelle, hochpräzise Autofokus mit 45 Messfeldern.

Wahre Rekordzeiten bietet der Verschluss, der bis zu 1/16.000 Sekunde erreicht und eine Blitzsynchronzeit von 1/500 Sekunde ermöglicht. Das Firewire-Interface (400 Mbps) sorgt zudem für einen schnellen Transfer der Bilder von der Kamera zum PC.

Canon

Imaging across networks

DIE DIGITALE SPITZE:
DIE NEUE EOS 1D.

PUBLIKUMS- UND
PRESSELIEBLING:
DIE POWERSHOT A20.

FRISCH VON DER
IFA 2001:
DIE VIDEO-HIGHLIGHTS.

flash

Oktober 2001



DIGITAL-KAMERA **EOS 1D**