imaging +foto contact

photokina-Ausgabe

10/2002

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

31. Jahrgang G 30605

http://www.foto-contact.de

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Kodak auf der photokina

Emotionale Bilderwelten

Martin Wolgschaft, Geschäftsführer Kodak GmbH:

„Wir zeigen Neuheiten für die gesamte Wertschöpfungskette."

OLYMPUS

Olympus auf der photokina 2002

Das modulare Shop-Konzept Digital World gibt dem Fotohandel die Möglichkeit, ein komplettes digitales Dienstleistungsangebot anzubieten.

Mit spektakulären neuen Produkten und Konzepten rund um die Digitalfotografie unterstreicht Olympus auf der photokina seine Führungsposition in diesem Wachstumssegment. Dazu soll neben neuen Digitalkameras und dem wegweisenden Speichermedium xD-Picture Card auch das neue Shop-Konzept Digital World beitragen, mit dem Olympus in Zusammenarbeit mit Agfa den Fotohandel für das digitale Zeitalter fit machen will. Ambitionierte Fotohändler können dabei Digital World Equipment und Support im Wert von rund 170.000 Euro gewinnen.

Neuheiten und Konzepte für die Digital World

OLYMPUS

Seitdem Olympus im Jahre 1996 die erste Digitalkamera mit Wechselspeicher vorstellte, hat das Unternehmen konsequent zum Ausbau des Wachstumssegmentes Digitale Fotografie beigetragen. Dabei erwies sich die Strategie, konsequent auf den Fotohandel als Vertriebsweg zu setzen, als äußerst erfolgreich. Von Anfang an wurden Digitalkameras von Olympus nicht als Computerzubehör, sondern als echte Fotoapparate angesehen und mit innovativen Marketingaktivitäten und umfangreichen Schulungsmaßnahmen in den Fotohandel eingeführt.

Die Olympus C-50 Zoom kommt im Herbst in einem kompakten Vollmetall-Gehäuse auf den Markt und bietet 5 Millionen Pixel sowie ein 3fach Zoomobjektiv.

Diese gute Tradition setzt Olympus auch auf der photokina 2002 fort. Mit der bestechend schönen Camedia C-50 Zoom, die eine effektive Auflösung von fünf Megapixeln und ein Dreifach-Zoomobjektiv in einem außergewöhnlich kompakten Vollmetall-Gehäuse unterbringt, bietet das Unternehmen dem Fotohandel im Herbst ein Produkt mit echtem Bestseller-Potential für das Weihnachtsgeschäft an. Weltweit einzigartig ist die ebenfalls neue Camedia C-730 Ultra Zoom, die mit ihrem 3,2 Megapixel CCD und einem hochwertigen Zehnfach-Zoomobjektiv außergewöhnliche Gestaltungsmöglichkeiten bietet. Beide Kameras werden auf den Seiten 78 und 79 dieser Ausgabe ausführlich vorgestellt.

Ein leistungsstarkes 10fach Zoomobjektiv zeichnet die neue Olympus Camedia C-730 Ultra Zoom aus.

Die kleine Speichersensation: xD-Picture Card

Die beiden neuen Olympus Digitalkameras sind bereits mit einem Dual-Slot ausgestattet und speichern die Bilder wahlweise auf der bewährten SmartMedia- oder der neuen xD-Picture Card. Dieses von Olympus gemeinsam mit Fujifilm entwickelte Speichermedium soll die Grundlagen für noch spektakulärere Kameraentwicklungen legen. Es zeichnet sich nicht nur durch die ultrakompakten Abmessungen von 20 x 25 x 1,7 mm aus, sondern wird auch deutlich höhere Speicherkapazitäten ermöglichen als die auf 128 MB begrenzte SmartMedia Karte. Bereits zur photokina bietet Olympus ein Sortiment mit Kapazitäten von 16, 32, 64 und 128 MB an. Noch in diesem Jahr soll eine Version mit 256 MB folgen. In den nächsten Jahren wird die Kapazität dann auf bis zu 8 GByte ausgebaut. Um die Kompatibilität der xD-Picture Card von Anfang an zu gewährleisten, bietet Olympus ein USB Lesegerät und einen PCMCIA Adapter mit Dual-Slot für die xD-Picture Card und SmartMedia Karten an. Zudem gibt es einen CF-Adapter. Auch Drucker, mit denen direkt von der xD-Picture Card hochwertige Fotos geprintet werden können, sollen in Kürze verfügbar sein. Später werden weitere Geräte wie PDAs oder Audio Player für das neue Speichermedium folgen.

Neues Shop-Konzept Digital World

Wie die kompetente Vermarktung von Fotoprodukten und Dienstleistungen im Digitalzeitalter im Fachhandel aussehen kann, demonstriert Olympus zusammen mit Agfa auf der photokina mit dem vollkommen neuen Shop-Konzept Digital World. Zu diesem Zweck wird in der traditionellen Agfa-Halle 6 auf 100 Quadratmetern ein vollständig ausgerüsteter Mustershop installiert, den die beiden Unternehmen gemeinsam mit dem Berliner

Mit ultra-kompakten Abmessungen und einer Speicherkapazität, die bis auf 8 GByte ausgebaut wird, soll die xD-Picture Card das Design neuartiger Digitalkameras ermöglichen.

Fotohändler Gerd-Peter Huber konzipiert haben. Interessierten Fotohändlern wird eine 1:1-Übernahme des Digital World Shop-Systems ebenso angeboten wie die Integration der wichtigsten vernetzten Technikmodule in bestehende Räumlichkeiten.

Seit einem Jahr besteht der Digital World Shop von Gerd-Peter Huber im Berliner Europa-Center.

Konzept für mehr Rendite

Bei der Entwicklung des Digital World Shop-Konzeptes ging es um bekannte Probleme: die sinkenden Profite im klassischen Fotofachhandel und in Fotostudios und die oftmals zu geringe Auslastung von Minilabs. Die Lösung: das vernetzte Angebot dieser drei Geschäftsfelder auf kleinstem Raum in einem Shop-Konzept, das für den Kunden keine Wünsche offen läßt. Für den Fotohandel kann diese Geschäftsfeld-Erweiterung den Ausweg aus dem teilweise ruinösen Preiswettbewerb bedeuten. Dabei steht Olympus für ein marktgerechtes Sortiment erfolgreicher Digitalkameras und eine breite Zubehör-Palette, während die entsprechenden Geräte von Agfa dafür sorgen, daß aus den Schnappschüssen der Kunden tolle Farbbilder werden.
Durch vernetzte Technikmodule von Agfa und Olympus ist dabei ein breites Angebot vom Posterdruck bis zur professionellen Bildverarbeitung vor Ort möglich. Auch ein digitales Fotostudio ist in den Shop integriert. Kunden, die ein gelungenes Portrait brauchen oder verschenken wollen, treffen dabei sogar auf die virtuelle Auswahl eines passenden Bilderrahmens: Auf einem Monitor kann man sich buchstäblich ein Bild davon machen, in welchem Rahmen das Foto am besten zur Geltung kommt.

Das modulare Konzept des Digital World Shops ermöglicht die Anpassung an individuelle Gegebenheiten. Denn Paßbild-System, Portrait-Bereich, eine komplette Multi-Printing-Station, Profi-Vitrinen mit Blisterwänden und Tresenmodule können flexibel kombiniert werden. Maßgeschneiderte Finanzierungsmodelle, Komplettbetreuung bei der Installation des Shops und individuelle Modullösungen machen den Einstieg in die Digital World zusätzlich leicht und sicher.

Daß das neue Shop-Konzept nicht nur auf grauer Theorie beruht, ist in der Praxis schon erprobt: Im Berliner Europa-Center betreibt der Fotohändler Gerd-Peter Huber seit einem Jahr erfolgreich den ersten Digital World Shop Deutschlands. Auf der photokina wird er interessierten Fachhändlerkollegen gerne mit seinen Erfahrungen Rede und Antwort stehen. Die Besucher können dabei nicht nur wichtige Erkenntnisse über den richtigen Weg in den digitalen Bildermarkt gewinnen, sondern auch eine Starthilfe der Superlative: Agfa und Olympus verlosen Digital World Equipment und Support im Wert von ca. 170.000 Euro.

Grafik oben: Bereits für das kommende Jahr erwartet Olympus, daß die Zahl der verkauften Digitalkameras die der analogen Geräte übertrifft. Grafik unten: Ein Blick auf den Kameramarkt im vergangenen Jahr zeigt, daß das Wachstum des Fotomarktes nahezu ausschließlich durch Digitalkameras erreicht wurde.

Grafik links: Olympus verzeichnete zuletzt in Europa ein kontinuierliches zweistelliges Umsatzwachstum und ein stabiles Ergebnis auf hohem Niveau.

Grafik rechts: Der erfolgreiche Aufbau des Geschäfts mit Digitalkameras hat in den letzten Jahren entscheidend zur positiven Entwicklung des Olympus Bereichs Consumer Products in Europa beigetragen.

Interview mit Martin Hubert

imaging+foto-contact: Sechs Jahre nach der Pionierleistung, die erste Digitalkamera mit Wechselspeicher auf den Markt zu bringen, ist die Digitalfotografie zu einem dynamischen Wachstumsmarkt geworden – und Olympus gehört zu den führenden Anbietern. Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück?

Martin Hubert: Es ist uns tatsächlich vom Start weg gelungen, Digitalkameras erfolgreich zu vermarkten und dieses neue Produktsegment systematisch aufzubauen. Natürlich hat zu diesem Erfolg das richtige Produktkonzept entscheidend beigetragen. Aber die vielleicht wichtigste Pionierleistung war unser Ausgangsgedanke: nämlich Digitalkameras nicht als Computerzubehör, sondern als Fotoapparate zu definieren und über den qualifizierten Fotohandel zu vermarkten. Dabei ging es uns von Anfang an nicht um Pixel, Bits und Bytes, sondern um Bilder. Der Fotohandel hat diese Chance, die wir ihm geboten haben, sofort erkannt und den Digitalkamera-Markt gemeinsam mit Olympus hervorragend entwickelt. Dafür sind wir dankbar.

imaging+foto-contact: Wie hat das Digitalkamera-Geschäft den Unternehmenserfolg von Olympus beeinflußt?

Martin Hubert: Digitalkameras haben in den vergangenen Jahren deutlich zum Wachstum der Olympus Optical Europe GmbH beigetragen. Für das Geschäftsjahr 2001/2002 gab unser Hauptgeschäftsführer Werner Teuffel zum zehnten Mal in Folge ein zweistelliges Umsatzplus und einen Rekordumsatz von 1,281 Mrd. Euro bekannt – das bedeutet ein Wachstum von 12,1 Prozent, bei einem stabilen Ergebnis auf hohem Niveau. Im Bereich Consumer Imaging verzeichneten wir nochmals ein Umsatzwachstum von sechs Prozent auf 543,3 Mio. Euro, nachdem wir in den Jahren zuvor rasant gewachsen sind – am stärkten im Geschäftsjahr 1996/1997 mit 38 Prozent. Damals haben wir die Camedia Cameras eingeführt.

imaging+foto-contact: Warum hat sich die Wachstumskurve im letzten Jahr abgeflacht?

Martin Hubert: Als wir 1996 mit der Einführung der Camedia Kameras die Digitalfotografie neu definierten, waren wir mit diesem Konzept fast alleine im Markt und konnten vom Wachstum

dieser Kategorie überproportional profitieren. Inzwischen werden interessante Digitalkameras auch von anderen Herstellern angeboten – damit wird der Raum für uns enger, und Digitalkameras sind in jüngster Zeit erheblich preiswerter geworden – das ist eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung zum Massenmarkt, bewirkt aber, daß der Umsatz nicht mehr so schnell wachsen kann wie die Stückzahlen.

imaging+foto-contact: Welchen Stellenwert haben Digitalkameras gegenüber dem analogen Segment für die Fotobranche?

Martin Hubert: Die Zahlen zeigen, daß Digitalkameras für den Fotohandel nicht nur wichtig sind, sondern lebenswichtig. Das Wachstum, das wir in den vergangenen Jahren im Fotomarkt zu verzeichnen hatten, kommt ausschließlich aus diesem Segment. Das hat uns nicht überrascht: Ich kann heute feststellen, daß die Entwicklung des Marktes unsere Erwartungen vollständig erfüllt hat. Bereits im vorherigen Jahr hat der Wert der verkauften Digitalkameras den der analogen übertroffen, und wir rechnen damit, daß diese Produkte im nächsten Jahr auch nach Stückzahl die stärkste Kategorie werden. Mit innovativen Produkten, wie wir sie auf der photokina mit den neuen Modellen C-50 Zoom und C-730 Ultra Zoom und natürlich der neuen xD-Picture Card zeigen, sind wir gut gerüstet, auch in Zukunft im Digitalkamera-Markt ganz vorn mitzuspielen – wie wir das ja im analogen Segment über viele Jahre getan haben.

imaging+foto-contact: Sie erwähnen die xD-Picture Card. Warum wurde dieses neue Speichermedium notwendig?

Martin Hubert: In dem Maße, wie sich das Digitalkamera-Segment zum Massenmarkt entwickelt, verlangen die Verbraucher verstärkt nach kompakten und preiswerten Modellen mit einer Auflösung von zwei bis fünf Millionen Pixeln. Hier stößt die SmartMedia Karte, deren Standard schon 1996/1997 festgelegt wurde, mit einer maximalen Speicherkapazität von 128 MB einfach an ihre Grenzen. Die xD-Picture Card, die wir gemeinsam mit Fujifilm entwickelt haben, wird noch in diesem Jahr mit einer Kapazität von 256 MB zu haben sein und in den nächsten Jahren bis auf 8 GByte ausgebaut werden. Zudem bietet sie ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis und schafft mit ihren ultra-kompakten Abmessungen die Voraussetzungen für innovative, kompakte Kameradesigns, die beispielsweise mit der technisch hervorragenden CompactFlash Karte wegen ihrer Größe nicht möglich wären. Andere Speichermedien sind entweder zu eng mit einem einzelnen Hersteller verbunden oder werden vom Markt nicht ausreichend akzeptiert.

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

Leiter des Bereichs Consumer Products

FCB/Wilkens

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Die neue Camedia C-730 Ultra Zoom:

10fach optisches und
3fach digitales Zoom,

3.2 Megapixel.

Kompatibel mit neuem
xD-Picture Card Speichermedium.

www.olympus.de

TAKE A

xD
xD-Picture Card™

CLOSER LOOK

photokina Halle 3.2 Stand A/B 10/20

photokina
world of imaging
25.-30. september 2002

Grußwort von
Dieter Werkhausen
Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes

Seit 1950 findet in Köln die Messe der Fotografie statt – die photokina. Messen sind Marktplätze, und Marktplätze dienen der Begegnung, dem Austausch, dem Handel, dem Gespräch. Dies gilt in besonderem Maße für die World of Imaging, die photokina, die für alle Marktteilnehmer ein absoluter Pflichttermin ist.

Für uns als Aussteller sind neben den professionellen Anwendern und den interessierten Amateurfotografen die Handelspartner besonders wichtige photokina-Besucher. Wir wollen nicht nur verkaufen, wir wollen auch neue Konzepte vorstellen und über neue Dienstleistungen im Bildermarkt diskutieren. Wir brauchen die Absatzmittler mit ihrer Nähe zum Kunden, mit ihrer Kenntnis der Orte und Anlässe, wo Bedarf an Bildern besteht: vom Straßenfest bis zur Großveranstaltung, von der regionalen Sehenswürdigkeit bis zum weltweit bekannten touristischen Highlight.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, es gibt mehr als tausend Möglichkeiten, mit Bildern zu kommunizieren. Und überall dort, wo Bedarf an Bildern besteht, sollen die von uns angebotenen Dienstleistungen und Geräte auch bereit stehen. Unser gemeinsamer Erfolg in der nahen Zukunft wird durch Digital-Services bestimmt werden. Die photokina wird technische Systeme, Konzepte, Ideen zeigen, die es dem Verbraucher erlauben, auf die gleiche einfache Weise, wie er es beim klassischen Film gewohnt war, per Serviceleistung an seine digital aufgenommenen Bilder in ausgedruckter Form zu kommen, ohne daß er sein Wochenende zu Hause mit langwierigem Homeprinting verbringen muß.

Mit der von der Fotoindustrie, den Fotofinishern und dem Fotohandel in diesem Jahr gestarteten Gemeinschaftsaktion „Klasse Photos von Digital“ haben wir den richtigen Weg eingeschlagen, um aufzuzeigen, wie der Verbraucher schnell, einfach und auch preiswert zu Fotoabzügen kommt. Zur photokina findet diese Aktion einen ersten Höhepunkt mit Preisverleihungen und Ausstellungen von Fotowettbewerben, die mit Amateurzeitschriften ausgeschrieben wurden, und einem Internet-Gewinnspiel.

Die photokina-Veranstalter haben darüber hinaus ein attraktives Fachtagungs- und Rahmenprogramm während der Messetage in Köln auf die Beine gestellt.

Mit der neuen „Visual Gallery“ wird die photokina in einem eigenen Ausstellungskomplex Highlights der internationalen Auftragsfotografie zeigen.

Rund 100 Ausstellungen wird die Internationale Fotoszene Köln in Museen, Galerien und anderen Räumlichkeiten zählen.

Hohe Aufmerksamkeit bei jungen Besuchern soll das Young Imaging Event in Halle 7 bewirken, mit dem wir die Fotografie zu der Young Generation, zu unseren zukünftigen Kunden, bringen wollen.

Was wäre eine erfolgreiche photokina ohne den Beitrag der Aussteller mit attraktiven Produkten, die für Kaufimpulse und damit zu einer hohen Wertschöpfung beitragen sollen.

Ich fahre jedenfalls mit großem Optimismus und hohen Erwartungen zur photokina und freue mich darauf, Sie dort zu sehen!

photokina
world of imaging
25.-30. september 2002

Grußwort von Bernd Aufderheide

Geschäftsführer der KölnMesse GmbH

Die internationale Foto- und Imaging-Branche fiebert ihrem Top-Ereignis entgegen, der photokina in Köln. Und wenn sich am 25. September die Tore der World of Imaging öffnen, bietet sich den Besuchern ein wahrhaft überwältigendes Angebot: Alle, ausnahmslos alle Unternehmen von Rang und Namen präsentieren ihre Innovationen, und das zum Teil auf erheblich größeren Ständen. Keine neue Kamera, kein neuer Camcorder, keine neue Be- und Verarbeitungstechnik, keine neue Imaging-Dienstleistung, keine neuen Speichermedien und Printer, die hier nicht gezeigt werden. Und das beherrschende Thema – die Konvergenz der Technologien – zieht sich wie ein roter Faden durch alle Angebotsbereiche. Die Digitalisierung hat das Anwendungsspektrum der Fotografie immens erweitert, sie rückt das Bild in den Mittelpunkt der Kommunikation und eröffnet Industrie und Handel gleichermaßen neue Absatzchancen. Auf der photokina wird anschaulich und umfassend dargestellt, welche Möglichkeiten die vernetzte Bilderwelt bietet und wohin die Zukunftstrends gehen: zu immer perfekteren Bildern, zu immer leichterer Handhabung, zu immer schnellerem Output und zur grenzenlosen Kommunikation.

Dieses gesamte Spektrum bietet die photokina auf 220.000 m² Hallenfläche – 20.000 m² mehr als vor zwei Jahren – in drei Schwerpunkt-Centren gegliedert, in Produktgruppen gebündelt und von Aktions-Centren, Sonderschauen und Kommunikations-Centren umrahmt. Anlaufstelle für Wiederverkäufer ist das Centrum Consumer Photo Video Imaging in den Hallen 1 bis 8 und 11. Fotoprofis, Kreative aus Werbung und Medien, Experten der Druckvorstufe und Laborbetreiber finden ihr Spezialangebot im Centrum Professional Photo & Imaging in den Hallen 9 und 10, während die Professional Media/Infocomm Europe in Halle 14 die Welt der AV-Kommunikation mit den Säulen Projektions- und Präsentationstechnik konzentriert.

Daß viele führende Firmen ihre Standflächen vergrößert haben, ist angesichts der schwierigen Weltwirtschaftslage ein besonders bemerkenswertes Ergebnis. Es spricht für den einmaligen Stellenwert der photokina ebenso wie für die Ausnahmekonjunktur der digitalen Fotografie, die auch in diesem Jahr beachtliche Wachstumsraten aufweist. In der Praxis der Hallenbelegung auf der photokina führte der erhöhte Platzbedarf der Global Players zu mancher Umplazierung, so daß die „photokina-Insider“ unter Ihnen nicht alle Firmen an der gewohnten Stelle wiederfinden. Doch umfassende Information – virtuell und real, vor Ort oder vorab – sorgt für klare Orientierung und kurze Wege. www.photokina.de, das elektronische Besuchersystem und der photokina-Guide ermöglichen die genaue Besuchsplanung.

Und bei der Besuchsplanung sollte auch das umfangreiche Rahmenprogramm nicht außer acht gelassen werden. Für alle Besucherzielgruppen – Händler, Anwender und Verbraucher – hält die photokina besondere Highlights bereit. Mit einem Top-Ereignis startet die World of Imaging gleich am ersten Messetag: einer Internationalen Panel Discussion mit Vorstandsvorsitzenden und Spitzenvertretern der Imaging- und IT-Branche zum Thema „Imaging Convergence – Market Convergence“. Diese Podiumsdiskussion auf höchstem internationalen Niveau dürfte wichtige Erkenntnisse über die künftige Entwicklung von Technologien und Markt liefern.

Weitere neue Elemente des Rahmenprogramms – zum Beispiel der Young Imaging Event in Halle 7, der mit zahlreichen Attraktionen junge Leute an die faszinierende Welt der digitalen Fotografie heranführen soll, und die Visual Gallery mit Meisterleistungen der Werbe-, Presse- und der kreativen Nachwuchsfotografie in einem eigenen Hallenkomplex – machen den photokina-Besuch auch zu einem emotionalen Erlebnis.

Das Gipfeltreffen der Foto- und Imaging-Welt erwartet Sie in Köln. Ich heiße Sie alle herzlich willkommen!

inhalt

imaging+foto-contact-Interviews

Eine positive Entwicklung im zweiten Quartal hat CeWe Color gemeldet. Neben weiterem Mengenwachstum im analogen Segment verzeichnete CeWe vor allem Wachstum im Digitalen. Wir sprachen mit Hubert Rothärmel, Vorstandsvorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung, und Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, über die Perspektiven von CeWe. ***Seite 18***

Auf 4.400 Quadratmetern Fläche präsentiert Fujifilm auf der photokina ein breites Angebot von Produkten und Systemen, mit denen digitale Zukunftsvisionen in Umsatz verwandelt werden sollen. Wir fragten Hirofumi Yanagida, Geschäftsführer der Fuji Photo Film (Europe) GmbH, nach den wichtigsten Neuheiten des Unternehmens und ihre Bedeutung für den Fotohandel. ***Seite 30***

Auch bei Kodak gibt es am neuen Standort in Halle 4 auf einer deutlich größeren Ausstellungsfläche als 2000 eine Vielzahl an Neuheiten für alle Bereiche des Imaging zu sehen. Wir unterhielten uns mit Martin Wolgschaft, Leiter Kodak Consumer Imaging und Geschäftsführer Kodak GmbH in Stuttgart, über das, was sich hinter dem Messemotto „Share Moments. Share Life.“ verbirgt. ***Seite 34***

Von den Umstrukturierungen der Gretag Imaging Gruppe war auch die deutsche Niederlassung betroffen. Sichtbares Zeichen der Neuorganisation war die Schließung des Standortes Erkrath und der Umzug nach Wiesbaden. Auf der photokina will das Unternehmen mit interessanten Neuheiten die Weichen auf Zukunft stellen. Wir haben mit Deutschland-Geschäftsführer Rainer Bauer über die Perspektiven für Gretag gesprochen. ***Seite 102***

profi-contact ***105-110***

Editorial
Seite 2
News
Seiten 3, 6
aph Diplomarbeit: Autostadt von Christoph Probst
Seite 4
Impressum
Seite 6

„World Class Imaging Solutions“ von Agfa

Mit neuen Produkten für Endkunden und Handelspartner, neuen (Software-)Lösungen für die digitale Bildherstellung in Fotohandel und Wholesale Finishing, neuen Lösungen für das Onlinegeschäft, neuen Maschinen für das Großfinishing und vor allem einer Menge Optimismus nach turbulenten Jahren tritt die Agfa-Gevaert AG auf der photokina an. Überzeugt von der eigenen Stärke lautet das diesjährige photokina-Motto bei Agfa „World Class Imaging Solutions“. Rund 90 Fachjournalisten aus 13 Staaten hatten Anfang September die Chance, sich auf einer Pressekonferenz in München umfassend über den Messeauftritt und die Zukunftskonzepte des größten europäischen Fotounternehmens zu informieren. Was es dort zu sehen und hören gab, läßt vermuten, daß Agfa in der Lage ist, die hohen Erwartungen zu erfüllen, die das Messe-Motto weckt. ***Seite 24***

25 Jahre Partner: CeWe und Bertelsmann

1977 hatte Bertelsmann beschlossen, das Sortiment seiner Der Club Filialen um Fotoarbeiten zu erweitern. Als Partner wählten die Gütersloher die CeWe Color Gruppe. Seit nunmehr 25 Jahren arbeiten beide Unternehmen erfolgreich zusammen. Erfolgreich deshalb, weil sich der Fotoarbeitenbereich nach dem gemeinsamen Aufbau zu einem Frequenzbringer entwickelt hat und heute zu den profitabelsten Umsatzbereichen innerhalb des Bertelsmann Clubs gehört. Damit wurde das ursprüngliche Ziel zur Zufriedenheit beider Partner erreicht. Denn der damalige Gedanke war, Fotografen, die sich für einen bevorstehenden Urlaub oder einen sonstigen Fotografieranlaß mit Filmmaterial eindecken wollten, dazu zu bringen, auch gleich noch ein Buch mitzunehmen. Über die steigende Frequenz sollten und wurden neue Club-Mitglieder akquiriert und zusätzliche Umsätze verbucht ***Seite 50***

inhalt

Zum Titelbild
Emotionale Bilderwelten auf dem Kodak-Stand . 34

Editorial
Der Film darf nicht verhungern 14

photokina 2002
Grußwort von Dieter Werkhausen, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes 7
Grußwort von Bernd Aufderheide, Geschäftsführer KölnMesse GmbH 8
Noritsu mit Systemlösungen fürs digitale Bildergeschäft 21
Agfa zeigt „World Class Imaging Solutions“ 24
Neue Canon Digitalkameras mit innovativer Technik 42
Neue Camedia-Digitalkameras von Olympus 78
Neue Coolpix-Digitalkameras von Nikon 80
Minoltas Dimage 7 wird aufgewertet 84
Neue Digitalkameras und Zubehör von Sony 86
Ricoh Caplio erfüllt Kundenwünsche 92
Innovative Handelspromotions bei Polaroid 117

Wirtschaftspolitischer Kommentar
Arbeitskosten: Deutschland bleibt Weltmeister . . . 116

Industrie
Varta stellt sich neu auf 48

Minilab
Schnelle Bilder mit Kis/Photo Me 22

Labor
CeWe Color und Bertelsmann seit 25 Jahren Partner 50
Agfa Technologie setzt Maßstäbe im Großfinishing 118

imaging+foto-contact-Interviews
Hubert Rothärmel, Vorstandsvorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung, und Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG: Die Saat geht auf 18
Hirofumi Yanagida, Geschäftsführer Fuji Photo Film (Europe) GmbH: Image Intelligence 30
Martin Wolgschaft, Kodak Geschäftsführer: Emotionale Bilderwelten auf dem Kodak-Stand . . . 34
Rainer Bauer, Geschäftsführer der Gretag Imaging Deutschland GmbH: Motivation und Kompetenz 102

Canon stellt innovative Technik vor

Zur photokina stellt Canon für alle Digitalkamera-Serien des Unternehmens neue Modelle vor. Die Digital Ixus wird jetzt mit der von vielen Anwendern ersehnten Drei-Megapixel-Auflösung erhältlich sein. Die S- und die semiprofessionelle G-Klasse der PowerShot-Digitalkameras wurden jeweils um ein neues Vier-Megapixel-Modell ergänzt, und die neue EOS 1Ds mit 11,1 Megapixeln Auflösung und einem Sensor im 35 mm-Format wird die Bedürfnisse vieler Profifotografen abdecken. Ausschlaggebend für eine weiter verbesserte Bildqualität und einen noch höheren Komfort sind dabei neue, von Canon entwickelte Technologien und Funktionen. Dabei hat der Kamerahersteller seine Fotokompetenz gezielt eingesetzt, um klassische Probleme der Digitalfotografie zu lösen. **Seite 42**

Handel
H. D. Lehmann: Goldene Zeiten 100

profi-contact
Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände 105

Profi
Kodak Neuheiten für Profis 38
Schattenspender von California Sunbounce 120

Nachrichten 16, 52

Digital Imaging
Noritsu mit Systemlösungen fürs digitale Bildergeschäft 21
Neue Camedia-Digitalkameras von Olympus 78
Neue Coolpix-Digitalkameras von Nikon 80
Minoltas Dimage 7 wird aufgewertet 84
Neue Digitalkameras und Zubehör von Sony 86
Ricoh Caplio erfüllt Kundenwünsche 92
Tetenals Gesamtkonzept für den Inkjetdruck 96
Minox bringt Digital-Klassiker und Neuheiten . . . 98
Neuheiten Digital Imaging 82, 90, 94

Video
U. Vielmuth: Wettkampf der Pixel 112

Neuheiten 40, 41, 69, 70, 72, 74, 76

Rechtstips 114

Nachtrag 2 121

Inserenten-Verzeichnis 129

Klein- und Personalanzeigen 125

Impressum 126

Bremaphot

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

28087 Bremen • Postfach 11 07 51 • Tel: 0421/46 89 89 • Fax: 0421/468 98 33 • E-Mail: bremaphot@t-online.de • www.bremaphot.de

CAMEDIA C-720 Ultra Zoom

Neue Maßstäbe im Ultrazoom-Bereich
Weltweit erste und kleinste Digital-kamera mit:

- 3,0 Mio. Pixel CCD
- 8fach optischem Zoomobjektiv
- 3fach digitalem Zoom

CAMEDIA C-4000

Universaltalent und überraschend günstig

- 4,0 Mio. Pixel CCD
- 3fach optisches und 3,5fach digitales Zoom
- lichtstarkes F2,8-3,4 Objektiv

Superzoom 105 G

Überzeugende Zoomleistung zu einem attraktiven Preis

- vollautomatische 3fach-Zoom-Kompaktkamera
- präzises Autofocus-System
- 6 Blitzprogramme

Make a difference

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Inhalt

Liebe Leser!

In unserer imaging+foto-contact-Ausgabe zur photokina 2002 finden Sie wieder ein „Heft-im-Heft“. Die 16seitige Produktion greift das Thema „Foto und Telekommunikation“ auf, das sowohl für den Handel als auch für private und gewerbliche Anwender immer wichtiger wird – und zwar gleichermaßen mit Blick auf den Mobilfunk und das Festnetz. Das Heft-im-Heft beginnt auf der ifc-Seite 53, dort aber mit der eigenen Seitenzahl 1

Editorial 3
Impressum 3

Foto & Tk

Multimedia Messaging Service, oder: die Evolution der Medien 4
Der xda von O_2 als individualisierbares Handwerkszeug 6
T-Mobile MDA für Multimedia 8
Neues für das drahtlose Surfen 9
DSL: Für Nutzer ein Vergnügen, für den Handel eine Chance 10
INKAS mobil ermöglicht mobilen Datenbankzugriff 12
UMTS-Kongreß auf der Systems ... 13
i-mode macht den mobilen Fotoversand zum Vergnügen 14

Citigate SEA

FinePix

FinePix F401

- Super CCD mit 2,1 Mio. Pixeln (effektiv)
- Kompaktes Metallgehäuse
- 3fach-optischer-Zoom
- Lichtempfindlichkeit bis 1600 ISO
- Weitere Infos unter www.finepix.de

INSPIRED BY YOUR DREAMS

FUJIFILM

www.finepix.de

Trotz aller digitalen Begeisterung auf der photokina:

Der Film darf nicht verhungern!

Auf der photokina 2002 wird die Digitalfotografie noch stärker im Mittelpunkt stehen als bisher – zu Recht, denn ein Blick auf die Marktzahlen zeigt, daß das Wachstum im Fotomarkt nahezu ausschließlich der starken Nachfrage nach Digitalkameras zu verdanken ist. Auch die überwältigende Mehrheit der Neuheiten auf der photokina gehört ins digitale Segment: neue Kameras, ein neues Speichermedium, digitale Minilabs, Kiosks und – endlich – eine Menge Zubehör.

All das kann der Fotohandel zum Weihnachtsgeschäft wirklich gut gebrauchen. Es ist geradezu ein Segen, daß Kameras und Bilder durch die Weltmesse photokina rechtzeitig zur umsatzstärksten Zeit des Jahres wieder verstärkt in den Blickpunkt der Öffentlichkeit rücken, denn bisher ist das Jahr 2002 alles andere als rosig verlaufen. Nach Angaben des BV Technik liegen die Umsatzrückgänge im Fotohandel bisher bei durchschnittlich 5 bis 8 Prozent – kein Wunder, daß die Ertragssituation so angespannt ist, daß es sogar eine Reihe von Pleiten gegeben hat.

Unter dieser Entwicklung leidet natürlich auch die Industrie – und spart. Die Werbeaufwendungen für die Fotobranche sind im 1. Halbjahr dieses Jahres deutlich zurückgegangen. Auch hier kann die photokina eine Trendwende einleiten. Einige Hersteller haben bereits angekündigt, ihre Neuheiten im letzten Quartal massiv zu bewerben.

Das ist dringend notwendig. Allerdings darf bei aller Begeisterung für die Digitalfotografie das Produktsortiment rund um den guten alten Film nicht in Vergessenheit geraten. Denn das ist vor allem für das Bildergeschäft wichtig. Der Bundesverband der Photo-Grosslaboratorien hat für das 1. Halbjahr einen Rückgang der Zahl der geprinteten Bilder um 3,5 Prozent bekanntgegeben – da ist es ein schwacher Trost, daß der Papierverbrauch wegen der steigenden Popularität größerer Formate um 1,8 Prozent zugenommen hat. Den negativen Preistrend bis hin zum Irrwitz der verschenkten Bilder hat das leider nicht aufhalten können.

Der BV Technik erwartet, daß der Umsatzanteil digitaler Aufträge am Bildergeschäft des Fotohandels bis zum Jahr 2005 von derzeit 3,5 Prozent auf 15 Prozent ansteigen wird. Diese Entwicklung wird für den Fotohandel geradezu lebensnotwendig sein, um die gesunkenen Renditen und den mengenmäßigen Rückgang im konventionellen Bildergeschäft auszugleichen. Andererseits bedeutet dieses Szenario, daß auch in drei Jahren noch 85 Prozent des Umsatzes im Bildergeschäft auf dem guten alten Film basieren werden – mengenmäßig dürfte dieser Anteil, da digitale Bilder teurer sind, sogar noch höher sein.

Wenn sich die Fotobranche bei ihren Werbeaussagen zu stark auf die Digitalfotografie konzentriert, besteht die Gefahr, daß das auf absehbare Zeit immer noch dominierende analoge Segment aus dem Blickfeld der Öffentlichkeit gerät. Das darf nicht geschehen – sonst wird der ohnehin zu erwartende Rückgang im Geschäft mit konventionellen Kameras, Filmen und Bildern noch stärker sein, als das durch den Einfluß der digitalen Fotografie ohnehin der Fall sein wird.

Es gilt, das eine zu tun, ohne das andere zu lassen. Die Fotobranche – das gilt für Hersteller, Labors und den Fotohandel gleichermaßen – ist auf stabile Erträge im konventionellen Segment angewiesen, um den Wachstumsmarkt „Digital“ auszubauen. Wenn nur das neue Baby gefüttert wird und die großen Kinder Hunger leiden, kann das nicht funktionieren.

Aus diesem Grund steht der Saisonprospekt Foto-Winter 2002, den der C.A.T.-Verlag wieder in Zusammenarbeit mit der Fotoindustrie und dem Großhandel auf den Markt bringt, unter dem Motto: „Film oder digital? Auf jeden Fall schöne Fotos!“

Mit einem ausgewogenen Produktsortiment aus beiden Segmenten bekommt der Fotohandel damit das richtige Instrument, um seine Kunden sachkundig zu beraten und ihnen die Kamera zu empfehlen, die ihnen am meisten Freude macht. Einen Bestellcoupon finden Sie in dieser Ausgabe von imaging+foto-contact auf Seite 115.

Th. Blömer

SEHEN SIE,
WIE DIE ZUKUNFT BILDER MACHT.
DAS ALL-IN-ONE-KONZEPT FÜR ZUKUNFTSBILDER.

Besuchen Sie uns in Halle 6 auf der

photokina

world of imaging

25. - 30. September 2002

Agfa kombiniert zukunftsweisende digitale Technologie mit kundennahem Service. Ob analog oder digital, jede Aufnahme wird zum brillanten Bild. Ob Online oder am Point of Sale, der Bildauftrag wird zum Erfolgsgeschäft. Mehr Leistung für Ihre Kunden, mehr Business für Sie.

Starke Promotion und klare Information kombiniert mit attraktiven Finanzierungskonditionen unterstützen Ihren Verkaufserfolg.

www.agfanet.com

AGFA Agfa

see more | do more

Wacom und HP haben europaweite strategische Kooperation geschlossen

Wacom Europe und die Business Unit Imaging and Printing von Hewlett-Packard haben europaweit eine strategische Kooperation geschlossen. Ziel sei es, dem Markt perfekt aufeinander abgestimmte Lösungen und Produkte für den gesamten Prozeß der digitalen Bildbearbeitung anzubieten – angefangen von der Eingabe über die Bearbeitung bis hin zur Ausgabe von Daten, hieß es. Die Zusammenarbeit zwischen Wacom und HP betrifft vor allem die Bereiche Marketing und Vertrieb. Der Beginn der Kooperation erfolgt in diesen Tagen, unter anderem auf der photokina. Im Fokus der neuen Initiative stehen sowohl Privat- als auch Profianwender sowie Kunden aus dem Education-Bereich. Außerdem planen Wacom und HP gemeinsam angelegte Maßnahmen mit den europäischen Apple Centern und den Apple Händlern, um allen Macintosh-Kunden anwenderfreundliche Gesamtlösungen anzubieten.

Bildergeschäft läuft laut BGL im ersten Halbjahr eher verhalten

Der Bundesverband der Photo-Grosslaboratorien (BGL) hat für das erste Halbjahr dieses Jahres ein verhaltenes Bildergeschäft im analogen Segment gemeldet. Die Zahl der entwickelten Filme nahm bei den Mitgliedsfirmen des BGL in diesem Zeitraum um 3,5 Prozent, die Zahl der hergestellten Bilder um 3,1 Prozent ab. Dagegen waren die Bemühungen um eine Verlagerung des Bildergeschäftes zu größeren Formaten erfolgreich: Die Menge des verbrauchten Fotopapiers stieg im ersten Halbjahr um 1,8 Prozent. Sehr positiv entwickelte sich in den BGL-Labors das Geschäft mit digitalen Bildern: Gegenüber dem ersten. Halbjahr 2001 produzierten die BGL-Labors in diesem Jahr etwa achtmal soviel digitale Bilder, die damit einen Marktanteil von gut einem Prozent erreichten. Bei besonders erfolgreichen Fotohändlern, so betonte der BGL in einer Pressemitteilung, beträgt der Anteil schon bis zu zehn Prozent. Äußerst positiv verläuft nach Ansicht des BGL die Gemeinschaftsaktion „Klasse Photos von Digital“, die gemeinsam mit dem Photoindustrie-Verband durchgeführt wird. Nie zuvor wurde eine so starke Nachfrage des Handels nach Werbematerialien registriert. Die Aktion, so der BGL, solle darum kein Einmal-Ereignis bleiben, sondern in verbesserter und intensiverer Form unbedingt fortgesetzt werden.

Matthias Storb wurde in die Geschäftsleitung von Eurocolor berufen

Matthias Storb (49) ist zum 1. September in die Geschäftsleitung der Eurocolor Photofinishing GmbH & Co. KG in Grünwald für den Verantwortungsbereich Vertrieb und Marketing berufen worden. Er war zuvor in Markenartikelunternehmen in gleichen Funktionen tätig, zuletzt bei Bahlsen in Hannover. Mit Matthias Storb stärkt Eurocolor Photofinishing, seit fünf Jahren ein Tochterunternehmen der Fuji Photo Film (Europe) GmbH und führender Anbieter von analogen und digitalen Foto-Services, die Vertriebs- und Marketingaktivitäten.

Südcolor erweitert Portfolio um neuen Service für Profis

Südcolor setzt ab sofort auf das standardisierte Farbmanagement DVSplus. Mit der Einführung dieses Farbmanagement-Standards will das Finishing-Unternehmen die oftmals unbefriedigende Situation für Digital-Fotografen beenden, daß die ausgeprinteten Bilder nicht den Erwartungen entsprechen. Der von den deutschen Fotografenverbänden CV, ADF und PIC unterstützte Farbübergabe-Standard (nach DIN/ISO 12647-2) sorgt dafür, daß der Fotograf nur noch eine einzige mit DVSplus verarbeitete RGB-Datei verwendet, statt eine Vielzahl unterschiedlicher ICC Ausgabe-Profile korrekt verwalten und einsetzen zu müssen. Diese profilierte RGB-Datei ist nicht nur ideal für die Foto-Ausgabe im Labor, sondern auch für die Weiterverarbeitung in Druckprozessen (Offset- oder Tiefdruck). Jeder Fotograf, der seine Daten nach den Richtlinien des DVSplus-Workflows erstellt, hat die Sicherheit, vorhersehbare und konstante Ergebnisse aus dem Labor zu erhalten. Die Ausgabegeräte bei Südcolor sind exakt auf diesen Standard eingestellt und für die unterschiedlichen Papiere und Oberflächen profiliert. Damit der Fotograf den Arbeitsablauf sicher in den Griff bekommt, bietet Südcolor spezielle DVSplus-Seminare an. Hier wird nicht nur die richtige Einstellung der Bilddateien geschult, sondern den Teilnehmern auch die Möglichkeit geboten, ihre Rechner und Monitore entsprechend konfigurieren zu lassen. Denn ohne eine kalibrierte, profilierte und richtig konfigurierte Arbeitsstation (Monitor, Rechner und Adobe Photoshop) ist ein zuverlässiges Arbeiten nicht mehr möglich.

Kodak ruft die DC5000 Digitalkamera und Minolta die Dimage 7i zurück

Die Kodak GmbH ruft die DC5000 Zoom Digital Camera zurück. Dieser Schritt folgte auf eine Ankündigung, die die US-amerikanische Muttergesellschaft von Kodak Anfang September gemeinsam mit der Kommission für den Produktschutz in den USA (Consumer Product Safety Commission, CPSC) herausgegeben hatte. Der Rückruf erstreckt sich ausschließlich auf die DC5000 Kamera. Aufgrund eines Fehlers kann der Einsatz dieser Kameras zu einem leichten elektrischen Schlag führen. Kodak hat bislang zwölf Mitteilungen über Kunden erhalten, die beim Wechseln der Batterien oder beim Einlegen oder Entnehmen der Speicherkarte bzw. beim Ein- oder Ausstecken des USB-Kabels einen leichten elektrischen Schlag erlitten haben. Verletzungen wurden nicht bekannt.

Auch Minolta informierte Anfang September über ein Qualitätsproblem bei der Digitalkamera Dimage 7i. Bei einigen Kameras wurde ein fehlerhaftes Bauteil ermittelt. In bestimmten Situationen kann sich das Hauptschalter-Funktionsrad auf der Gehäuseoberseite lösen und verlorengehen. Minolta hat entschieden, eine kostenlose Reparatur der fehlerhaften Kameras durchzuführen. Es handelt sich hierbei um Kameras mit folgenden Seriennummern, die Anwender am Gehäuseboden der Kamera finden können: von Gehäusenummer 95217200 bis 95219999 und von Gehäusenummer 96201001 bis 96226100.

Konica

Liebe Mitbewerber, ihr müsst jetzt ganz tapfer sein!

KONICA CENTURIA SUPER FAMILY

EUROPEAN IMAGING AND SOUND ASSOCIATION
EISA
AWARDS
FILM 2002-2003
Konica Centuria Super Family

Vergleichende Werbung ist verboten – es sei denn, man hat ein unvergleichlich gutes Produkt. So wie die neue Konica Centuria Super Familiy mit fünf verschiedenen Empfindlichkeiten, alle mit der bestmöglichen Feinkörnigkeit. Daher wurde sie zum Europäischen Film des Jahres gekürt. Also kann man sagen, auch wenn es unseren Mitbewerbern nicht gefällt: Die KONICA Centuria Super Family ist konkurrenzlos gut! Probieren Sie es aus…

Die Saat geht auf

CeWe Color: Jahresziel von 2.000 DigiFilm Makern bereits jetzt erreicht

Hubert Rothärmel (r.), Vorstandsvorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung, und Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, setzen weiterhin auf Kontinuität in der Führung von CeWe Color.

Eine positive Entwicklung im zweiten Quartal, dem wirtschaftlich erfolgreichsten Vierteljahr der letzten Geschäftsjahre, hat CeWe Color gemeldet. Neben weiterem Mengenwachstum im analogen Segment verzeichnete der größte konzernunabhängige europäische Fotofinisher vor allem ein rasantes Wachstum im digitalen Bereich. imaging+foto-contact hat mit Hubert Rothärmel, Vorstandsvorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung, und Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, über die Perspektiven für das Unternehmen gesprochen.

Interview mit Hubert Rothärmel, Vorstandsvorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung, und Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG

imaging+foto-contact: Herr Rothärmel, auf der diesjährigen Hauptversammlung wurde Dr. Rolf Hollander zu Ihrem Nachfolger als Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG gewählt. Sie selbst wurden Vorsitzender des Aufsichtsrates und sind weiterhin Vorstandsvorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung. Was hat sich durch diesen Wechsel verändert?

Hubert Rothärmel: Der Wechsel an der Spitze der CeWe Color Holding AG war seit langem geplant und ist Teil einer langfristigen Strategie zur Führungskontinuität von CeWe Color. Wir haben uns schon immer durch Kontinuität im Management ausgezeichnet – übrigens nicht nur auf Vorstandsebene, sondern auch bei den anderen verantwortlichen Positionen.
Der Wechsel an der Spitze der CeWe Color Holding AG bot sich zu diesem Zeitpunkt an, weil ohnehin eine Neuwahl des Vorsitzenden turnusmäßig anstand. Wir haben damit jetzt im Grunde zwischen Herrn Dr. Hollander und mir eine ähnliche Situation, wie sie bis 1998 zwischen Heinz Neumüller und mir bestanden hat. Denn es ist geplant, daß ich bis zum Ende des Jahres 2004 Vorstandsvorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung bleibe und dieses Amt dann, wenn man meinem Rat folgt, von Herrn Dr. Hollander übernommen wird.

imaging+foto-contact: Wie ist die Aufgabenverteilung zwischen der CeWe Color Holding AG und der Neumüller CeWe Color Stiftung?

Hubert Rothärmel: Die Stiftung führt die CeWe Color Gruppe operativ und strategisch. Dagegen ist die Holding eine reine Finanz-Holding ohne operativen Auftrag. Allerdings tritt sie als börsennotiertes Unternehmen nach außen hin natürlich stark in Erscheinung. Insofern wird Herr Dr. Hollander in seinem neuen Amt stärker als bisher sichtbar sein. Das ist von uns beabsichtigt und gehört zum reibungslosen Übergang, den wir für die Spitze von CeWe Color geplant haben. Damit stellen wir einen Generationswechsel ohne Lücken oder interne Machtkämpfe sicher, denn die zukünftige Leitung von CeWe Color ist für unsere Geschäftspartner und die Aktionäre klar vorgezeichnet.

imaging+foto-contact: Herr Dr. Hollander, wie hat sich Ihr Aufgabenbereich jetzt verändert?

Dr. Rolf Hollander: Bisher habe ich mich in meiner Eigenschaft als stellvertretender Vorsitzender der Stiftung auf das operative Geschäft der Gruppe konzentriert. Durch den Vorstandsvorsitz in der Holding sind jetzt neue Aufgaben dazugekommen, zum Beispiel in der öffentlichen Repräsentation der Gruppe bei den Investor Relations. Da diese Bereiche für mich durchaus neu sind, muß ich dafür schon einen Teil meiner Arbeitszeit investieren. Deshalb bin ich dankbar, daß Herr Rothärmel als Vorsitzender der Stiftung weiterhin die letzte Instanz ist und mir den Rücken freihält.

imaging+foto-contact: CeWe Color hat soeben die Ergebnisse für das zweite Quartal bekanntgegeben und vom wirtschaftlich erfolgreich-

sten Vierteljahr der letzten Geschäftsjahre gesprochen. Worauf ist dieser Erfolg zurückzuführen?

Dr. Rolf Hollander: Wir sind sehr froh darüber, daß wir durch das außerordentlich positive Ergebnis des zweiten Quartals die schwachen ersten drei Monate dieses Jahres weitgehend kompensieren konnten. Dabei freut uns, daß wir nicht nur im wachstumsträchtigen Digitalsegment, sondern auch bei den Filmentwicklungen gegen den allgemeinen Branchentrend aus eigener Kraft zulegen konnten. Gleichzeitig ist der Anteil digitaler Dienstleistungen am Gesamtumsatz auf 3,5 Prozent gestiegen. Die Vorreiterrolle, die wir in diesem Segment übernommen haben – bereits 1997 haben wir die ersten Photo Terminals im Fotohandel installiert – zahlt sich jetzt aus. Im Rückblick auf die vergangenen zehn Jahre können wir heute sagen: Zuerst haben wir die Digitalfotografie bekämpft, dann haben wir sie gefürchtet, und jetzt freuen wir uns über die Chancen, die sie uns bietet.

imaging+foto-contact: Kann man daraus schließen, daß Digitalfotografen verstärkt auf Fotofinishing-Dienstleistungen setzen?

Dr. Rolf Hollander: Das ist natürlich ein wichtiger Trend, den die zur Zeit laufende Gemeinschaftsaktion des BGL und des Photoindustrie-Verbandes sicher noch verstärken wird. Das Wachstum bei den digitalen Dienstleistungen betrifft vornehmlich drei Produktgruppen. Die erste ist die CD-ROM vom altbekannten Film. In diesem Segment verzeichnen wir 2002 ein Wachstum von rund 80 Prozent gegenüber dem Vorjahr – in einigen Monaten haben wir über drei Prozent aller Filmentwicklungen mit CD ausgeliefert. Gerade in einer Zeit, wo die Wertschöpfung auf dem Bildermarkt bekanntlich für viele Fotohändler höchst unbefriedigend ist, bietet die Image CD eine hervorragende Chance, auch bei konventionellen Erstaufträgen höhere Deckungskostenbeiträge zu erzielen. Das gilt besonders für qualifizierte Handelsformen mit Beratung: Einzelne Fachhändler liegen weit über dem genannten Prozentsatz von drei Prozent. Der Beratungsaufwand lohnt sich: Viele Kunden werden zu „Wiederholungstätern“ und bestellen immer wieder mit ihren Filmen eine CD.

imaging+foto-contact: Könnte man die Zahl dieser Kunden nicht durch einen niedrigeren Preis für die CD noch steigern?

Dr. Rolf Hollander: Wir glauben nicht, daß der Preis der weiteren Verbreitung der Image CD im Wege steht. Im Gegenteil: Die Kunden erhalten einen sichtbaren Zusatznutzen, von dem sie wirklich begeistert sind. Wir fänden es darum schade, wenn das Wertschöpfungspotential dieses Produktes durch Billigangebote, wie sie zur Zeit im Markt zu beobachten sind, beeinträchtigt würde. Unsere erfolgreichen Fachhandelskunden können durch ihre Beratungskompetenz die Image CD erfolgreich vermarkten, ohne an der Preisschraube drehen zu müssen.

imaging+foto-contact: Sie haben eben von drei Produktgruppen im digitalen Segment gesprochen.

Dr. Rolf Hollander: Die anderen beiden sind die Bilder von Digitalkameras, die im Handel – vornehmlich über unsere DigiFilm Maker und Photo Terminals – angenommen werden, und die Printaufträge über das Internet. In beiden Segmenten verzeichnen wir zur Zeit ein geradezu explosives Wachstum. Allein im Juli haben wir in unseren Labors 2,4 Millionen Digitalfotos aus dem Fotohandel hergestellt. Das ist eine Steigerungsrate um 500 Prozent. Die Zahl der Internetbilder in Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern stieg um 300 Prozent auf 1,6 Millionen. Die Digitalfotografie ist also ein hervorragender Weg, um das fehlende Wachstum im analogen Segment zu kompensieren. Die rasanten Steigerungsraten, die wir erzielen, liegen deutlich über dem Wachstum des Digitalkamera-Marktes. Das zeigt, daß diese Dienstleistungen tatsächlich immer bekannter und populärer werden. Dennoch ist zur weiteren Verbreitung noch viel zu tun: Hier sehen wir eine große Chance, gerade für unsere Partner im qualifizierten Fachhandel, sich Marktanteile von Selbstbedienungsformen zurückzuholen. Denn die Märkte können die notwendige Beratungsleistung sicher nicht erbringen.

Das für dieses Jahr anvisierte Ziel, 2.000 Digifilm Maker auszuliefern, hat CeWe Color schon jetzt erreicht.

imaging+foto-contact: Hat der Fotohandel Ihrer Meinung nach diese Chance erkannt?

Dr. Rolf Hollander: Die große Nachfrage nach den Promotion-Materialien bei der Gemeinschaftsaktion zeigt eine hohe Bereitschaft des Fotohandels, sich im digitalen Bildergeschäft zu engagieren. Das stellen wir auch durch die große Resonanz auf unsere DigiFilm Maker fest. Mit diesem Konzept haben wir eine einfach zu handhabende Lösung für die Annahme digitaler Bildaufträge im Fotogeschäft entwickelt und zudem mit der obligatorischen Digifilm-CD die Voraussetzung für eine hohe Wertschöpfung geschaffen. Die Tatsache, daß wir unser ursprünglich für das Gesamtjahr formuliertes Ziel, 2.000 DigiFilm Maker zu installieren, bereits jetzt erreicht haben, ist ein Beweis dafür, wie richtig wir mit unserer Philosophie liegen. Deshalb freuen wir uns auch darüber, daß viele unserer Mitbewerber dieses Konzept adaptieren und so ein de facto Standard für digitale Bilddienstleistungen entsteht.

imaging+foto-contact: Dennoch gibt es im Markt unterschiedliche Einschätzungen, wie wichtig eine Selektionsmöglichkeit für die Verbraucher ist.

Dr. Rolf Hollander: Ich glaube nicht, daß aus dieser Frage ein Meinungsstreit entstehen sollte. Bei der immer größeren Kapazität der Speicherkarten wird die Nachfrage nach Selektionsmöglichkeiten

Gutes zweites Quartal

CeWe Color hat im zweiten Quartal 2002 ein Umsatzwachstum von 3,8 Prozent auf 115,6 Millionen Euro erzielt. Die Zahl der entwickelten Filme stieg um 4,2 Prozent auf 24,8 Millionen Stück, die Zahl der geprinteten Bilder um 4,8 Prozent auf 873 Millionen. Mit einem Zuwachs von 21,4 Prozent war das Unternehmen in Mittelosteuropa besonders erfolgreich. Das Geschäft in Frankreich legte um 6,5 Prozent und das in Zentraleuropa um 5,8 Prozent zu. Dabei geht die Hälfte des Umsatzzuwachses bzw. 3,5 Prozent des Gesamtumsatzes inzwischen auf das Konto digitaler Produkte und Dienstleistungen. Das Absatzvolumen der Image CD, die durch die Digitalisierung konventioneller Filme auf CD-ROM die Brücke vom analogen zum digitalen Geschäft schlägt, stieg um 80 Prozent. Digitalfoto-Bestellungen über Ladengeschäfte nahmen um 250 Prozent und Online-Aufträge um 300 Prozent zu.

natürlich zunehmen. Darum bieten wir den DigiFilm Maker in den Versionen E-Cube (reine Erstkopie ohne Selektion) und S-Cube (mit Selektionsmöglichkeit) an. Bei unseren Photo Terminals können Sie ohnehin die Bilder einzeln aussuchen.

imaging+foto-contact: Für welche Version soll sich ein Fotohändler Ihrer Meinung nach entscheiden?

Dr. Rolf Hollander: Das hängt von dem jeweiligen Geschäft und seiner Kundenstruktur ab. Wir empfehlen für Standorte mit geringerem Filmaufkommen, sagen wir 10 bis 30 konventionelle Fotofinishing-Aufträge pro Tag, den E-Cube ohne Selektionsmöglichkeit. Wenn man davon ausgeht, daß zehn Prozent der Fotofinishing-Aufträge digital sind und also ein bis drei digitale Aufträge am Tag zu erwarten sind, bietet diese Version mit einer Investition von 999 Euro den preiswerten Einstieg ins digitale Bildergeschäft. Bei einer höheren Kundenfrequenz bietet sich die Kombination eines E-Cube mit dem S-Cube an.

imaging+foto-contact: Beim S-Cube kann man doch auch ein Bild von jeder Aufnahme bestellen. Warum ist zusätzlich noch ein E-Cube notwendig?

Dr. Rolf Hollander: Die Erfahrung zeigt, daß Kunden sich an Terminals mit Selektionsmöglichkeit verhältnismäßig lange aufhalten. Ein zusätzliches E-Cube bietet hier die Möglichkeit, Kunden, die von allen Aufnahmen auf der Speicherkarte Bilder haben wollen, ohne Wartezeiten zu bedienen.
Schließlich empfehlen wir für noch größere Fotohändler die Kombination von E-Cube, S-Cube und dem Photo Terminal für ein vollständiges Angebot im digitalen Bildergeschäft. Denn mit dem Photo Terminal können nicht nur Erstaufträge angenommen werden, sondern ganz unterschiedliche Speichermedien. Zudem bietet es die Möglichkeit zum Verkauf von renditeträchtigen Bildprodukten, Funartikeln, Kalendern usw.

imaging+foto-contact: Es gibt also nicht das bessere oder schlechtere Terminal?

Dr. Rolf Hollander: So ist es. Was richtig ist, hängt von der Kundenstruktur und der gewünschten Anwendung ab. Ein Geländewagen ist ja auch nicht „besser" als ein Sportwagen oder eine Luxuslimousine. Neben den Terminals sollten unsere Handelspartner allerdings auch nicht das Online-Geschäft über eine eigene Homepage vergessen.

imaging+foto-contact: Viele Fotohändler sehen im Internet eher einen konkurrierenden Vertriebsweg.

Dr. Rolf Hollander: Das ist nur der Fall, wenn man selbst keine Internet-Dienstleistungen anbietet. Wir machen es unseren Händlerkunden über unser Photo World Portal bekanntlich sehr leicht, in dieses Segment einzusteigen. Dabei ist das Verbraucherverhalten in Europa übrigens von Land zu Land sehr unterschiedlich. In Skandinavien oder den Niederlanden kommt der Löwenanteil der digitalen Printaufträge über das Internet in unsere Labors. Dabei stellen wir fest, daß die Verbraucher den Handelsunternehmen am meisten vertrauen, die traditionell Fotokompetenz signalisieren. Online-Printdienstleistungen sind nämlich besonders erfolgreich, wenn sie vom Geschäft aus beworben werden. Dazu hat jeder Fotohändler die beste Möglichkeit und kann selbst entscheiden, ob den Online-Kunden die Postzustellung der Bilder angeboten wird oder nicht. Die Marge wird dadurch ja nicht beeinträchtigt. Deshalb empfehlen wir, auch die Mailorder-Variante anzubieten, zumal dort die durchschnittlichen Auftragsgrößen höher sind.

imaging+foto-contact: Woran liegt das?

Dr. Rolf Hollander: Hier kommen wir zu einem interessanten Phänomen, das übrigens auch für unsere DigiFilm Maker und Terminals zutrifft. Je höher die Kostenpauschale ist, die ein Kunde entweder für die obligatorische CD beim DigiFilm Maker oder für die Portokosten beim Online-Auftrag bezahlen muß, um so mehr Bilder werden bestellt. Denn die Verbraucher möchten offensichtlich den obligatorischen Betrag so weit wie möglich ausnutzen. Deshalb ist zum Beispiel der Grundpreis von 2,99 Euro für die CD und das Indexbild beim DigiFilm Maker nicht nur ein Ersatz für die fehlende Filmentwicklung, sondern wirkt sich auch positiv auf die Zahl der bestellten Bilder aus. Deshalb werden wir auch die Online-Aufträge demnächst mit CD und Indexbild anbieten, damit die Kunden für ihre Auftragspauschale einen sichtbaren Gegenwert erhalten.

imaging+foto-contact: Kann das durchschnittliche Auftragsvolumen im digitalen Bereich denn mit konventionellen Aufträgen Schritt halten?

Dr. Rolf Hollander: Es hält nicht nur Schritt, es liegt deutlich darüber. Beim E-Cube erhalten wir durchschnittlich 48 Bilder pro Auftrag, also rund anderthalb mal so viel wie bei einem Film. Beim S-Cube liegt der Wert sogar noch höher, wenn an diesem Terminal alle Bilder einer Speicherkarte bestellt werden. Und selbst wenn selektiert wird, ist die durchschnittliche Auftragsgröße mit 44 Bildern immer noch sehr beachtlich, zumal wir empfehlen, die selektierten Bilder etwas teurer anzubieten als die „Erstaufträge" von allen Aufnahmen.

imaging+foto-contact: Kann man aus diesen Zahlen schließen, daß durch die Digitaltechnik wieder rosige Zeiten für das Bildergeschäft zu erwarten sind?

Dr. Rolf Hollander: Mit der Prognose rosiger Zeiten sollte man im Hinblick auf das augenblickliche wirtschaftliche Umfeld natürlich vorsichtig sein. Die Digitaltechnik bietet nicht nur uns, sondern vor allem auch dem qualifizierten Fotohandel eine hervorragende Chance. Bereits heute erreichen einige unserer Fachhandelskunden einen Anteil von 10 bis 12 Prozent am Laborumsatz mit digitalen Bildprodukten. Wichtig ist dabei, daß wir bei aller digitalen Euphorie das analoge Geschäft nicht vergessen und das neue Baby füttern, ohne die großen Kinder zu vernachlässigen. Denn wir dürfen nicht vergessen, daß trotz allen Wachstums der Digitalkamera-Markt noch in einer frühen Phase seiner Entwicklung steckt. Wenn man sich die Entwicklung innovativer Produkte ansieht, stellt man bestimmte Phasen fest, in denen diese Neuheiten den Markt erobern. Ein klassisches Trendprodukt wie das Handy hat fast acht Jahre benötigt, um eine Penetration von 50 Prozent in den Haushalten zu erreichen. Auch CD-Spieler brauchten fast die gleiche Zeitspanne. Bei den Digitalkameras befinden wir uns zur Zeit in einer Phase, in der sich die Gruppe der „Trendsetter", wie man das im Marketing nennt, intensiv für dieses Produkt interessiert. Wie bei anderen Innovationen wird es noch einige Jahre brauchen, bis daraus wirklich ein Massenmarkt geworden ist. Das analoge Geschäft bleibt darum eine wichtige Plattform, um die Weichen für die digitale Zukunft erfolgreich zu stellen. Das tun wir, indem wir durch erfolgreiche Konzepte wie den DigiFilm Maker die Dienstleistungen für unsere Handelspartner und die Verbraucher nicht nur so einfach wie möglich machen, sondern gleichzeitig ein attraktives Preis/-Leistungsverhältnis gewährleisten.

imaging+foto-contact: Meine Herren, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

Noritsu mit Systemlösungen fürs digitale Bildergeschäft

Mehr als Minilabs

Für das schnelle digitale Minilab QSS-3101 hat Noritsu eine neue Laserbelichtungseinheit entwickelt.

Mit einer umfangreichen Palette von Minilabs stellt sich Noritsu auf 800 Quadratmetern Ausstellungsfläche in Halle 11.2 auf der photokina vor. Der Schwerpunkt liegt auf digitalen Geräten und Systemlösungen, die den Arbeitsablauf verbessern.

Neben dem bewährten QSS-3001 Digital wird mit dem QSS-3011 Digital ein äußerlich identisches Gerät gezeigt, dessen besonders leistungsfähiger Rechner für den Einsatz der Kodak DLS Software geeignet ist. Zudem präsentiert Noritsu in Köln das auf der PMA vorgestellte QSS-3101 mit einer neuentwickelten Laserbelichtungseinheit. Es bietet die beeindruckende Kapazität von 2.369 Prints (9 x 13 cm) pro Stunde, eine Auflösung von 320 dpi und ein maximales Bildformat von 30 x 45 cm.

Schnelle CD-Produktion

Alle digitalen Noritsu Minilabs sind mit einem CD Brenner für die Herstellung von Bilder-CDs ausgerüstet. Bei häufigem Einsatz allerdings sinkt die Printkapazität der Geräte, weil die Fotoproduktion durch das Schreiben der CDs unterbrochen wird. Deshalb schafft Noritsu zur photokina die Möglichkeit, das Brennen der renditeträchtigen Scheiben auf einen leistungsfähigen externen CD-Brenner zu verlagern. Dazu wird ein leistungsfähiger Rechner mit Windows 2000 Betriebssystem sowie ein Rimage DTP 800 oder DTP 1000 CD-Brenner benötigt – zusätzlich auch ein auf das jeweilige Digilab abgestimmtes Noritsu-Connection-Kit. Um den Brennvorgang zu starten, wählt der Minilab-Operator im Ausgabemodus lediglich die Schaltfläche für „externes Brennen“ an und bestimmt die gewünschte Auflösung. Das Brennen erfolgt auf Basis der auch für das Printen verwendeten Bilddaten – es ist also kein zusätzlicher Scanvorgang erforderlich. Je nach Typ fassen die Rimage-Stationen 50 bis 60 Rohlinge. Die CD wird automatisch eingelegt, gebrannt und anschließend auf einer Spindel abgelegt. Die Geräte können auch mit einem integrierten Tintenstrahldrucker zum automatischen Bedrucken der CD ausgestattet werden. Dabei kann die runde Scheibe wahlweise mit der Auftragsnummer, dem Firmenlogo, einem Indexbild oder einer Kombination aus diesen drei Möglichkeiten versehen werden. Die Software der Noritsu Minilabs versorgt den CD Brenner neben den Bilddaten auch mit der gewünschten Version der Viewer-Software.

Mit einem externen Brenner können Bilder-CDs weitgehend automatisch ohne Beeinträchtigung der Produktion am Minilab hergestellt werden.

Für die Vorbereitung von Bilddaten aus einem externen PC zum Printen auf einem QSS Digital Minilab bietet Noritsu jetzt die QSS Printer Driver Software an. Mit ihrer Hilfe kann das Minilab von externen Rechnern aus angesteuert werden – damit ist die Produktion selbst komplexer Kombinationen von Bildern und Text möglich.

Für die Archivierung von Bilddaten bietet Noritsu die neuen Speichereinheiten CAU mit einer Kapazität von 120 GByte für die Minilabs QSS-3001 und QSS-3011 und die UDA für die Minilabs QSS-2801, 2802, 2901 und 3101 Digital mit einer Kapazität von 160 GByte, die durch weitere Module auf bis zu 1.600 GByte ausgebaut werden kann.

Die Eingabe digitaler Bilddaten von Speichermedien an der Bildertheke wird von Noritsu auf der photokina mit dem Touch Screen Terminal CT-1 unter Praxisbedingungen demonstriert.

Für reine Online-Fotofinishing-Dienstleistungen stellt Noritsu auf der photokina den QSS-31 Pro Digital Printer vor. Das Gerät verfügt über dasselbe Laserbelichtungssystem wie das QSS-3101 Digital und produziert auch die selben Bildformate in entsprechender Geschwindigkeit. Zu seinem Betrieb ist neben der QSS Printer Driver Software auch eine Kontrolleinheit notwendig, mit der auch mehrere Geräte angesteuert werden können.

Breitere Minilab-Palette, interessante Peripherie-Geräte, innovativer Bilder-Kiosk

Schnelle Bilder mit Kis/Photo-Me

Mit dem neuen DKS 550 bietet Kis/Photo-Me ein preiswertes Einstiegsmodell in die digitale Minilabwelt.

Mit einer ganzen Palette von Geräten und Systemen für das schnelle Bild im Fotofachgeschäft stellt sich Kis/Photo-Me auf der photokina vor. Neben Minilabs zeigt das Unternehmen Geräte für die Annahme, die Bearbeitung und den Ausdruck digitaler Bilder am Point of Sale und stellt einen innovativen Photo Kiosk vor.

Nach dem Erfolg mit dem digitalen Minilab, dem DKS 750, hatte der französisch/britische Hersteller Kis/Photo-Me bereits auf der PMA mit dem DKS 1500 ein weiteres Gerät mit höherer Kapazität und innovativem Belichtungssystem vorgestellt. Das Minilab ist nach ausgiebigen Tests jetzt lieferbar und ermöglicht dank der neuartigen MSB Technologie, die die Leistungsfähigkeit des im DKS 750 eingesetzten LCD Boosters nochmals vergrößert, die Herstellung von Bildformaten bis zu 20 x 30 cm in einer Auflösung von 340 dpi. Dieses Gerät liefert Kis/Photo-Me übrigens auch an Kodak, wo es mit der speziellen DLS Software als Kodak System 89 erhältlich ist – so wie das DKS 750 als Kodak Digital Minilab System vertrieben wird.

Zur photokina erweitert Kis/Photo-Me die Minilab-Palette um das DKS 550 – eine abgespeckte Version des erfolgreichen DKS 750. Es ist besonders für Anwender gedacht, die mit einem vergleichsweise geringen Investitionsvolumen in die Herstellung digitaler Bilder von Filmen und Digitalkameras einsteigen wollen. Im Gegensatz zum DKS 750 ist es mit einem herkömmlichen CRT Bildschirm anstelle des Touch Screen Flachbildschirms ausgestattet, verfügt nicht über einen Sorter und bietet eine Kapazität von 550 Bildern im Format 10 x 15 cm pro Stunde. Zur Belichtung kommt der aus dem DKS 750 bewährte LCD Booster zum Einsatz, der die Produktion der gängigen Bildformate bis 20 x 30 cm in einer Auflösung von 220 dpi ermöglicht.

Das erfolgreiche DKS 750 von Kis/Photo-Me ist ab der photokina mit dem IM 1500 Scanner aus dem DKS 1500 als DKS 750S erhältlich. Dieser Scanner zeichnet sich durch eine maximale Auflösung von 2.820 dpi aus und ermöglicht den Wechsel der Filmbühnen für die unterschiedlichen Formate mit einem Handgriff.

Das digitale Minilab DKS 1500 von Kis/Photo-Me bildet die Grundlage für das Kodak System 89 DLS und wird bei Kis/Photo-Me in Grenoble produziert.

Verkaufsdirektor Nicolas Series zeigt eines der Geräte, die zur Zeit vor der Auslieferung unter Praxisbedingungen auf Herz und Nieren getestet werden.

Neue Peripherie-Geräte

Zur bequemen Annahme digitaler Bilddaten ohne Störung des Arbeitsablaufes am Minilab bietet Kis/Photo-Me auf der photokina zwei neue Peripherie-Geräte an. An der DKS Workstation können alle gängigen Speichermedien ausgelesen und die Bilddaten anschließend für die Ausgabe am Minilab vorbereitet werden. Dabei ist auch die Bearbeitung der Bilder, zum Beispiel die Festlegung des Ausschnittes und Entfernung roter Augen, möglich – ebenso das Hinzufügen von Rahmen, das Eingeben von Text, zum Beispiel für Visitenkarten, oder die Integration der Bilder in Kalender- oder Grußkarten-Layouts. Das Gerät ist auch zur Herstellung von Index CDs und zur Verbindung des Minilabs mit dem Internet geeignet.

Mit der neuen DKS Customer Station

können die Kunden ihre Bilddaten von der Speicherkarte oder der CD sogar selbst für die Ausgabe am Minilab aussuchen. Durch die intuitiv zu bedienende Oberfläche mit dem Touch Screen ist das kinderleicht.

Gute Bilder sofort

Mit dem neuen StationLab Pack bietet Kis/Photo-Me auf der photokina eine volldigitale Lösung an, mit der digitale Bilder sofort im Fotogeschäft bearbeitet und geprintet werden können. Es ermöglicht die Korrektur digitaler Bilder in Farbe, Dichte, Kontrast, Schärfe und Helligkeit ebenso wie die Entfernung roter Augen. Bilder von allen gängigen Speichermedien können in kurzer Zeit auf eine CD-ROM gebrannt werden – für 24 Fotos braucht das Gerät weniger als eine Minute – oder mit einem Mitsubishi Thermosublimationsdrucker ausgedruckt werden. Das Gerät ist für die Formate 9 x 13 cm, 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und 15 x 23 cm geeignet und braucht für den Ausdruck eines 10 x 15 cm-Fotos 20 Sekunden. Auf Wunsch ist das Kis/Photo-Me StationLab Pack auch mit Flachbildschirm, Filmscanner und 250 MB Zip-Laufwerk lieferbar.

Ein weiteres interessantes PoS-Gerät für das digitale Bildergeschäft ist die neue EPS 8000 von Kis/Photo-Me. EPS steht für Express Print Station – hier kann der Kunde selbst über ein bedienerfreundliches Touch Screen seine Bilder vom Speichermedium aussuchen, gegebenenfalls modifizieren und in den Formaten 9 x 13 cm, 10 x 15 cm, 13 x 18 cm oder 15 x 23 cm ausdrucken. Auch hierbei kommt ein Thermosublimationsdrucker von Mitsubishi zum Einsatz.

Digitalfotos aus dem Automaten

Mit dem Digital Photo Kiosk stellt Kis/Photo-Me auf der photokina ein Gerät vor, das es dem Fotohandel ermöglicht, den Verbrauchern mit einem Automaten digitale Fotos in Selbstbedienung anzubieten. Der Digital Photo Kiosk akzeptiert alle gängigen Speichermedien aus Digitalkameras sowie Floppy Disks und CD-ROMs. Die Auswahl der Aufnahmen erfolgt mit Hilfe eines Touch Screens, das intuitiv und einfach zu bedienen ist. Zusätzlich wird der Anwender von einer freundlichen Stimme über den jeweils nächsten Arbeitsschritt informiert. Zur Auswahl stehen die Bildformate 9 x 13 cm oder 10 x 15 cm auf echtem Fotopapier. Dabei kommt der aus dem Kis/Photo-Me Minilab DKS 750 bewährte LCD Booster zur Belichtung zum Einsatz. Das erste Bild erscheint nach 2,5 Minuten, weitere Bilder folgen im Abstand von 20 Sekunden. Für jede Aufnahme kann die Anzahl der Abzüge festgelegt und der gewünschte Bildausschnitt gewählt werden. Auch die Beeinflussung der Helligkeit ist möglich. Neben echten Fotos produziert der Automat auch auf Wunsch eine CD-ROM und ein Indexbild – und zwar jeweils wahlweise von den ausgewählten Fotos oder allen auf der Speicherkarte befindlichen Bildern.

Die Bezahlung kann mit Münzen oder Scheinen erfolgen – auch der Einbau eines Lesegerätes für Kreditkarten ist möglich.

„Einer der wichtigsten Vorteile der Digitalfotografie ist die sofortige Verfügbarkeit von Bildern“, erklärte Nicolas Series, Verkaufsdirektor von Kis/Photo-Me, dem imaging+foto-contact. „Daher sind wir sicher, daß ein Selbstbedienungssystem, das die sofortige Herstellung von Fotos ermöglicht, sowohl den Wünschen der Verbraucher als auch des Fotohandels entgegenkommt. Der Digital Photo Kiosk ist die perfekte Kombination des großen Know-hows, das unsere Muttergesellschaft Photo-Me im Bereich der Selbstbedienungsautomaten hat, mit der Kompetenz des Minilabherstellers Kis in der Bildherstellung.“

Ein erster Test des Gerätes in einer deutschen MediaMarkt Filiale ist nach Angaben von Series in diesem Sommer außerordentlich erfolgreich verlaufen. Im Durchschnitt kam das Gerät auf 17 Aufträge pro Tag, mit einer durchschnittlichen Anzahl von 20 Bildern. In Einzelfällen wurden sogar 29 Bilder pro Auftrag erreicht. Die Herstellung schneller Bilder vor Ort ist nach Ansicht der Kis Verantwortlichen die richtige Antwort der Fotobranche auf die immer größere Popularität der Digitalfotografie. Hier will sich Kis mit einem umfassenden Produktprogramm eine gute Marktposition sichern. Zum Erfolg beim Verbraucher soll dabei nicht nur die gute Bildqualität, sondern auch ein umfassendes Sortiment von PoS- und Werbematerialien beitragen, das Kis den Anwendern seiner Geräte zur Verfügung stellt.

Bilder links und Mitte: Einen neuartigen Selbstbedienungsautomaten für digitale Bilder stellt Kis/Photo-Me mit dem Digital Photo Kiosk vor. Die benötigte Fotochemie wird in gebrauchsfertigen Containern geliefert.
Bild oben: Die Quittung für den Fotoauftrag am Digital Photo Kiosk wird auf Fotopapier ausgedruckt.

Agfas Motto heißt „World

Mit neuen Produkten für Endkunden und Handelspartner, neuen (Software-)Lösungen für die digitale Bildherstellung in Fotohandel und Wholesale Finishing, neuen Lösungen für das Onlinegeschäft, neuen Maschinen für das Großfinishing und vor allem einer Menge Optimismus nach turbulenten Jahren tritt die Agfa-Gevaert AG auf der photokina an. Überzeugt von der eigenen Stärke lautet das diesjährige photokina-Motto bei Agfa „World Class Imaging Solutions“. Rund 90 Fachjournalisten aus 13 Staaten hatten Anfang September die Chance, sich auf einer Pressekonferenz in München umfassend über den Messeauftritt und die Zukunftskonzepte des größten europäischen Fotounternehmens zu informieren. Was es dort zu sehen und hören gab, läßt vermuten, daß Agfa in der Lage ist, die hohen Erwartungen zu erfüllen, die das Messe-Motto weckt.

Jesper O. Möller, Agfa-Vorstandsmitglied und Leiter des Geschäftsbereichs Consumer Imaging, betonte in seinem Vortrag, daß die neuen Produkte und Systeme, die auf der Messe zu sehen sind, nicht isoliert stünden, sondern daß sie vielmehr Teil eines Gesamtprozesses bzw. dem Agfa-Motto entsprechend Teil einer Imaging-Lösung seien. Die Fülle an Innovationen, die positiven Geschäftszahlen für das erste Halbjahr 2002 (siehe Kasten rechts, d. Verf.)

Jesper O. Möller, Agfa-Vorstandsmitglied und Leiter des Geschäftsbereichs Consumer Imaging.

und die Tatsache, daß das Unternehmen trotz der zurückliegenden turbulenten Jahre seine Profitabilität deutlich erhöht habe, seien Anlaß genug, um optimistisch nach vorn zu schauen, so Möller. Positive Zuwächse seien dabei vor allem im Bereich der „neuen digitalen Lösungen“ zu erwarten, der inzwischen schon rund 35 Prozent des Umsatzes ausmache.

Dennoch bleibe die klassische Fotografie die Basis aller Überlegungen und Entwicklungen, weil sowohl die aktuellen Verkaufszahlen als auch der Bestand an konventionellen Fotoapparaten immer noch deutlich höher sei als bei digitalen Geräten. Rechne man die Single-Use-Kameras hinzu, von denen pro Jahr rund 50 Millionen Stück in Europa verkauft würden, ergebe sich in Europa ein Bestand von rund 250.000 Millionen Stück, dem derzeit etwa zehn Millionen Digitalkameras gegenüberstünden.

Zusätzlicher Schub durch Handys mit Kamera

„An diesem Verhältnis wird sich auch in naher Zukunft nichts ändern, denn neben den für das Jahr 2003 prognostizierten vier bis fünf Millionen Neukäufen von Digitalkameras werden auch rund 20 Millionen analoge Kameras gekauft werden“, erklärte Möller. Dabei zeige vor allem der Markt für Single-Use-Modelle starke Wachstumstendenzen. Zwar sprechen die Zahlen eine deutliche Sprache für Analogkameras und klassische Filme, aber dennoch seien konventionelle Kameras nur die eine Seite der Medaille, auf der anderen

- Optimismus nach turbulenten Monaten
- Weitere Investitionen in den klassischen Film
- Innovative Lösungen für das Bildergeschäft
- Informationsangebot im Web wird größer
- Beim Finishing dreht sich alles um „digital“
- Erhöhte Produktivität durch neue Maschinen

Class Imaging Solutions“

seien Digitalkameras zu finden, „und die haben dem Markt erhebliche Impulse gebracht, und auch in Zukunft wird es in diesem Bereich große Wachstumsraten geben“, meinte Möller. Ein zusätzlicher Schub sei zu erwarten, wenn die mit einem Handy verbundenen Digitalkameras eine Bildqualität erreichten, die auch für einen Print akzeptabel sei. „Dennoch darf man bei aller Euphorie über die Digitalkameras die realen Verhältnisse im Markt nicht außer acht lassen“, sagte Möller. „Der Tag, an dem wir im Markt mehr Digital- als Analogkameras haben, liegt noch in weiter Ferne.“

In der Verarbeitung vollzieht sich ein Wandel

Sehr viel intensiver und schneller als der Wechsel von analogen zu digitalen Kameras vollziehe sich jedoch der Wandel in der Verarbeitung, stellte Agfa-Vorstand Möller fest. „Auch die Aufnahme, die in klassischer Weise auf Film festgehalten wurde, profitiert erheblich von digitalen Laborgeräten, und zwar sowohl durch die steigende Qualität, hier seien vor allem die zahlreichen automatischen Bildverbesserungen zu nennen, die Agfas d-TFS ermögliche, als auch durch die Tatsache, daß auch die analoge Aufnahme digitalisiert wird.“ Dadurch stehe hier ebenfalls die gesamte digitale Welt offen, vom Bildversand über das Internet, über das Einstellen ins Webalbum, bis zur Archivierung auf einer CD-ROM. Agfa habe deshalb für die photokina innovative Lösungen für die digitale Bildproduktion im Fotohandel und im Großlabor sowie für die Vernetzung bestehender und zukünftiger Geräte entwickelt. Genau in diesem Bereich besitze das Unternehmen eine äußerst starke Position im Weltmarkt, die es nach der photokina auszubauen gelte. Die Voraussetzungen dafür seien gut: Er sei sich sicher, so Möller, daß in zehn Jahren noch sehr viele Menschen mit

Der Agfacolor Ultra 100 trägt das Prädikat „farbintensivster Color-Negativ-Film“ der Welt

Neue Maßstäbe will Agfa mit dem neuen Agfacolor Ultra 100 als dem farbintensivsten Color-Negativ-Film des Weltmarktes setzen. Bei einer Empfindlichkeit von ISO 100/21° verbindet er höchste Farbsättigung mit der Eye Vision-Technologie der Vista-Filmgeneration für verbesserte Farbtontreue. Die Eye Vision-Technologie erlaubt Aufnahmen unter Fluoreszenzlicht (Neon, Energiesparlampen) weitgehend ohne störenden Grünstich sowie Aufnahmen bestimmter blauer Blüten bzw. grüner Textilien ohne verfälschenden Rotstich. Die Eigenschaften hohe Farbsättigung und ausgezeichnete Farbtontreue sorgen zusammen für ein einzigartiges Farberlebnis, das einen verbesserten Schärfeeindruck vermittelt, durch den die Bilder sichtbar an räumlicher Tiefe gewinnen. Hinsichtlich der anderen wichtigen Eigenschaften wie beispielsweise Belichtungsspielraum, Körnigkeit und Hauttonwiedergabe steht der Ultra 100 nach Angaben des Herstellers dem hohen Niveau des Agfacolor Vista 100 nicht nach. Möglich wird die herausragende Farbsättigung des Ultracolor 100 durch ein ganzes Bündel technologischer Maßnahmen. Besonders wichtig dabei sind neu entwickelte und angepaßte DIR-Kuppler, da sie eine feine Abstimmung der extrem hohen Inter-Image-Effekte erlauben. Der Ultra 100 gelangt als Kleinbildfilm 135-36 ab Anfang Oktober 2002 weltweit in den Handel.

Agfa verbessert das operative Ergebnis im ersten Halbjahr um 51 Prozent

Im ersten Halbjahr 2002 hat Agfa einen Umsatz von 2.378 Millionen Euro verbucht. Das operative Ergebnis vor Restrukturierungsaufwand und einmaligem Aufwand/Ertrag verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 51 Prozent. Darüber hinaus hat sich der Nettogewinn mit 59 Millionen Euro nahezu verdoppelt, und die Zielvorgabe für den Abbau des Working Capital um 500 Millionen Euro wurde übertroffen. Der Umsatz ging gegenüber der ersten Jahreshälfte 2001 um 3,8 Prozent zurück (ohne digitale Kameras und Scanner betrug der Umsatzrückgang lediglich 1,4 Prozent). Der Umsatz im Segment „Neue Digitale Lösungen“ verzeichnete erneut ein kräftiges Wachstum (+ 28,1 Prozent). Der Anteil am Gesamtumsatz beträgt jetzt 34,8 Prozent (Vorjahr 26,1 Prozent).

In der ersten Jahreshälfte 2002 trug die Region Europa 50 Prozent (Vorjahr 51,3 Prozent) zum Umsatz bei. Der Umsatzanteil der Region NAFTA beläuft sich jetzt auf 28,8 Prozent (Vorjahr 27,7 Prozent). Auf die Region Asien/Ozeanien und Afrika entfällt ein Umsatzanteil von 17,4 Prozent (Vorjahr 16,4 Prozent), während die Region Lateinamerika einen Anteil von 3,8 Prozent (Vorjahr 4,7 Prozent) zum Gruppenumsatz beigesteuert hat.

Das operative Ergebnis vor Restrukturierungsaufwand und einmaligem Aufwand/Ertrag stieg um 50,9 Prozent auf 240 Millionen Euro (Vorjahr 159 Millionen Euro). Die Umsatzrendite belief sich auf 10,1 Prozent (Vorjahr 6,4 Prozent) und entspricht damit dem Wert aus dem Jahr 2000. Dies ist größtenteils das Ergebnis einer positiven Entwicklung bei der Bruttogewinnspanne, die von 38,2 Prozent im ersten Halbjahr 2001 auf 43,2 Prozent gestiegen ist. Daneben ist es dem Unternehmen aber auch gelungen, seine Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten zu reduzieren.

Das operative Ergebnis nach Restrukturierung belief sich daher auf 186 Millionen Euro (Vorjahr 114 Millionen Euro). Der im Finanzergebnis ausgewiesene Finanzaufwand ging um 15,3 Prozent auf 50 Millionen Euro zurück. Der Gewinn vor Ertragssteuern belief sich auf 136 Millionen Euro und war damit 2,5-fach höher als im Vorjahr.

Single-Use-Kameras in verbesserten Versionen

Technisch und im Design deutlich aufgewertet präsentieren sich Agfas Single Use Cameras als „LeBox Camera“ und als „LeBox Camera Flash“. Der neue Blitz verbindet kurze Ladezeit und lange Blitzbereitschaft mit einfachster Bedienung. Die technische Konzeption und die qualitätsbestimmenden Teile – Film und Linse – stammen aus Deutschland. Gefertigt wird nach Agfas strengen Spezifikationen in Europa. Der Entwurf des Silberlooks der neuen Modelle stützt sich auf eine eigens durchgeführte Marktforschungsstudie. Beide Modelle sind mit dem Agfacolor-Film Vista 400 mit Eye Vision-Technologie für 27 Aufnahmen ausgestattet, der zusammen mit dem zweilinsigen Objektiv für naturgetreue und brillante Farben sowie Schärfe von einem Meter bis unendlich sorgt.

Optima Filme „sehen“ jetzt mit Eye Vision

Agfa verjüngt das Professional-Film-Sortiment. Die neuen Agfacolor Optima Filme in den Empfindlichkeitsklassen ISO 100, 200 und 400 verfügen über die Eye Vision-Technologie für noch exaktere Farbwiedergabe. Als Professionalfilme profitieren sie damit besonders von der Technologie, die den Vista-Filmen von Agfa den EISA Award als Colornegativfilm des Jahres 2001/2002 einbrachte. Das neue, zeitgemäße Packungsdesign soll den technologischen Fortschritt unterstreichen und gleichzeitig den Anspruch der Produkte betonen: Hochwertigkeit, Modernität, Klarheit.

Filmen fotografieren, „aber es wird in Europa keine Fotos mehr geben, die nicht digital verarbeitet worden sind“.

Investitionen in den klassischen Film

Das aktuelle und auch in naher Zukunft zu erwartende Verhältnis zwischen analogen und digitalen Aufnahmegeräten ist für Agfa nach den Worten von Michael Korn, Vice President Consumer Imaging, der Grund, weiter in den klassischen Film zu investieren. Agfa erwarte bis zum Jahr 2005 einen weiteren Anstieg des Welt-Filmmarktes von et-

Michael Korn, Agfa Vice President Consumer Imaging

was mehr als einem Prozent pro Jahr. Dabei werde laut Korn der Anteil an Single-Use-Kameras zu Lasten des Colornegativfilms größer werden. Leichten Anstieg werde es nach Schätzungen Agfas auch bei APS-Filmen geben. Korn: „Wir gehen davon aus, daß der Zenit bei APS-Filmen in den kommenden Jahren erreicht sein wird, allerdings werden im Jahr 2005 immer noch mehr Filme des Advanced Photo Systems verkauft werden als im vergangenen Jahr.“ Weiter zurückgehen werden dagegen die Umsätze mit Dia- und Schwarzweißfilmen.

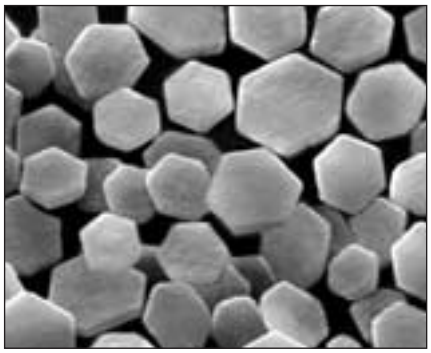
Ein Zeichen für das Engagement des Unternehmens in Sachen Film sei die Präsentation des neuen Agfacolor Ultra 100. „Dieser Film setzt Maßstäbe, denn er ist der farbintensivste Colornegativfilm des Weltmarktes“, stellte Korn fest. Möglich sei die herausragende Farbsättigung durch ein ganzes Bündel von Maßnahmen geworden. Namentlich führte Korn die Entwicklung neuer SXM-Silberhalogenid-Kristalle auf, die gegenüber den früheren SEM-Kristallen eine um 50 Prozent gesteigerte Effizienz besäßen.

Der Film focussiert vor allem diejenigen Verbraucher, die farbintensive Bilder bevorzugen, und zwar nicht nur bei strahlendem Sonnenschein. Der Agfacolor Ultra 100 zeigt den Angaben zufolge auch und gerade bei niedrigem Motivkontrast unter bedecktem Himmel, bei Dunst oder Nebel seine Stärke. In diesen Aufnahmesituationen kann der neue Film laut Agfa seine Farbreserven voll aussspielen und dabei zugleich die Farbdifferenzierungen in allen Nuancen wiedergeben.

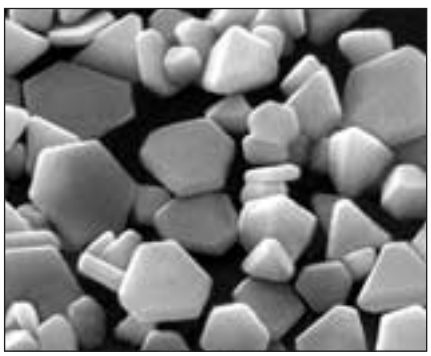
Der Agfacolor Ultra 100 wird direkt nach der photokina ausgeliefert. Werblich unterstützt wird die Markteinführung durch eine Kampagne mit dem Slogan „Farben wie frisch gestrichen“.

Starkes Marktwachstum bei Single-Use-Kameras

Starkes Wachstum erwartet Agfa bei Single-Use-Kameras. Während beispielsweise der Anteil der „Filme mit Linse“ in den USA 22 Prozent und in Frankreich 14 Prozent am Gesamtmarkt beträgt, erreichen Single-Use-Kameras in Deutschland gerade einmal ein Prozent. „Aber diese Kameras sind perfekt für das schnelle Foto zwischendurch“, meinte der Vice President Consumer Imaging. „Und mit dem zunehmenden Spaß am schnellen Bild er-



Die neuen SXM-Silberhalogenid-Kristalle (oben) des Agfacolor Ultra 100 weisen gegenüber den früheren SEM-Kristallen (unten) eine um 50 Prozent höhere Effizienz auf.



NEU

BLACK POWER

DiMAGE 7Hi

- 5 Megapixel und optisches 7fach Zoom 28–200 mm (entspr. KB)
- Profischwarzes Gehäuse aus einer Magnesiumlegierung
- High Speed Serienbildfunktion mit ca. 3 Bilder/s auch im TIFF und RAW Format
- Eingebauter Blitzsynchronkontakt
- Drahtlose TTL-Blitzfernsteuerung
- 12-Bit A/D-Wandlung
- Wählbarer sRGB oder Adobe RGB Farbraum und ICC-Profilanknüpfung
- Verschlusszeitenbereich 1/4000 bis 15 Sekunden

The essentials of imaging

www.minolta.de

MINOLTA

warten wir, daß dieses Segment weiter wachsen wird."
Um den Handel von diesem Wachstum profitieren zu lassen, stellt Agfa auf der photokina eine neue Generation der Single-Use-Kameras Agfa LeBox Kamera und Agfa LeBox Kamera flash vor. Beim letzten Modell ist vor allem das neue, verbesserte Blitzsystem hervorzuheben, das kürzere Ladezeiten und weitgehend gleichmäßige Ausleuchtung ohne dunkle Ecken in den Bildern ermöglicht. In den Markt eingeführt werden die Kameras in einem neuen Silberlook, der laut Korn die Marktforschungsstudien mit Bravour bestanden habe.

Innovative Lösungen für die Bildproduktion vor Ort

Innovative Lösungen für die Bildproduktion im Handel stellte Holger May, Marketing Director Lab Equipment, vor. Er nannte zunächst die neue Softwarestufe 7.5 für die digitalen Minilabs d-lab.2 und d-lab.3, die für optimierte Handhabung und nochmals verbesserte Printqualität sorge und erweiterte Funktionen biete. Eine um beachtliche 30 Prozent gesteigerte Produktivität bei der Verarbeitung von digitalen Daten soll die Attraktivität der Agfa d-labs weiter steigern. Mit einer Film- und CD-Lösung für das Minilab MSC 101.d will Agfa seinen Kunden die Chance geben, an dem äußerst rentablen Film- und CD-Geschäft teilzuhaben.

„d-workflow" heißt ein Netzwerkmanager, der Labore mit den vielfältigen digitalen Input-Medien vernetzt und den Arbeitsablauf im Labor optimiert. „d-workflow" soll zum Herzstück zukünftiger Labornetzwerke werden, in denen ein oder mehrere Frontends mit ein oder mehreren Backends vernetzt werden. May: „Mit der d-workflow Software läßt sich jede Kombination aus Agfa Input-Geräten wie e-box oder Pixtasy mit Output-Geräten wie d-lab.2, d-lab.3 oder MSC.d im Griff behalten. Lukrative Zusatzgeschäfte wie CD brennen und Internetaufträge mit Agfanet Print Service und d-port können in diesen Workflow integriert und zuverlässig zugewiesen werden."

Holger May, Agfa Marketing Director Lab Equipment

Die Agfa e-box wird zukünftig mit DPOF (Digital Print Order Format) ausgestattet und erlaubt somit das Einlesen von Daten, die auf der digitalen Kamera des Endverbrauchers gespeichert sind.

Die Agfa e-box wird zukünftig mit DPOF (Digital Print Order Format) ausgestattet.

Außerdem wird die Agfa e-box uploadfähig. Dadurch können digitale Bildaufträge per Internet an das Labor gesendet werden. „Händler und Finisher erhalten hiermit die Flexibilität, von der steigenden Anzahl digitaler Aufträge dezentral zu profitieren und diese zentral auf Fotopapier auszudrucken", stellte May fest.
Agfa transfer Software rundet das Softwarepaket für digitale Eingabestationen ab. Die Version 2.0 bietet Händlern, Professional-Laboren und Großlaboren, die bereits eine Workstation mit eigener Bildbearbeitungssoftware haben, die Möglichkeit, digitale Aufträge angenehmer und zielgerichteter direkt an d-labs oder MSC.d zu senden.

Neue Funktionen beim Agfanet Print Service

Die kostengünstige und effiziente Abwicklung von Online-Aufträgen soll der neue Agfanet Print Service 2.0 ermöglichen, der ebenfalls erstmalig auf der photokina vorgestellt wird. Eine Fülle von neuen und verbesserten Funktionen für Endverbraucher und Laborpartner sind Bestandteil dieser Neuentwicklung. Auch dieses Agfanet E-Commerce-Produkt wird wie das Web Album (siehe Kasten unten) in den Versionen „Starter", „Advanced" und „Exclusiv" angeboten. Die identischen Bezeichnungen deuten darauf hin, daß Agfa den Print Service und das Web Album seinen Kunden als aufeinander

Agfanet Web Album feiert auf der photokina Premiere

Eine Premiere feiert das Agfanet Web Album auf der photokina. Es bietet Händlern ein effektives Reorder-Tool und eröffnet die Möglichkeit von neuen, zusätzlichen Einnahmequellen. Besonderen Wert hat Agfa nach eigenen Angaben bei der Entwicklung und Konzeption des Services auf die Integration in digitale Labors gelegt. Will der Endkunde den Service nutzen, muß er lediglich bei der Filmabgabe zusätzlich das Feld „Hochladen ins Web Album" ankreuzen. Zusammen mit seinen Abzügen erhält er dann die Internetadresse und einen persönlichen Zugangscode. Damit kann er die Fotos über das Internet in seinem persönlichen Web Album betrachten und nachbestellen. Um den unterschiedlichen Kundenbedürfnissen Rechnung zu tragen, wird das Agfanet Web Album in den Versionen „Starter", „Advanced" und „Exclusiv" angeboten. Die Unterschiede bestehen dabei in Design, Funktionalität und Preis. Das Agfanet Web Album ist zur Markteinführung in zehn Sprachen verfügbar. Weitere Sprachen sind geplant.

abgestimmte Bausteine in Form sogenannter „E-Commerce Packages“ anbieten wird.

Unterstützung beim Online-Geschäft

„Bei der Generierung von Online-Aufträgen unterstützt Agfa seine Kunden: Bereits seit Jahren ist das Unternehmen unter der Adresse www.agfanet.com mit einer zentralen Foto-Site aktiv“, führte May weiter aus. „Zur photokina wurde das Portal neu ausgerichtet und attraktiver gestaltet, wie die stark steigenden Traffic Zahlen zeigen.“

Die ständig steigenden Zugriffszahlen kämen in erster Linie den Agfa Kunden zugute, für die Agfa die Webseiten betreibe. May: „Die einfache Erstellung von eigenen Webseiten, deren Vermarktung über den Agfanet Dealer Locator sowie die Weiterleitung des gesamten Traffics an Agfanet Print Service und Agfanet Web Album Kunden stellen hier die zentralen Vorteile für den Handelspartner dar.“ Nach Mays Angaben wurden beim Agfanet Print Service bislang im Schnitt 27 Bilder (20 bis 21 Fotos plus etwa ein Drittel Doppelprintanteil) pro Online-Auftrag an die Kunden geschickt, und im zentral-europäischen Raum würden Monat für Monat Printvolumen von mehreren Tausend Online-Prints pro Labor erzielt. Die meisten davon würden über Agfanet.com generiert. „Das bedeutet, daß wir unseren Kunden höchst erfolgreich helfen, neue Geschäftschancen zu nutzen“, sagte May. hepä

Der Printservice unter der Internetadresse Agfanet.com bringt vielen Agfa-Partnern inzwischen lukrative Umsätze.

Digitales Wholesale Finishing System d-ws sorgt für effiziente Arbeit im Großlabor

Im Mittelpunkt der Agfa-Neuheiten für das Großfinishing steht das digitale Wholesale Finishing System d-ws, das höchste Produktivität von bis zu 20.000 Kopien pro Stunde, einen perfekten Workflow auch bei Nischenprodukten, Flexibilität und optimale Bildqualität gewährleisten soll.

Kernelement des Systems ist der Leitrechner d-control. Er sorgt dank intelligenter Workflow-Steuerung für effiziente Bearbeitung der Aufträge aus den verschiedenen Eingangskanälen. Das d-ws verfügt über mehrere Eingänge für Bilddaten. Silberhalogenidfilme werden auf dem Hochleistungsscanner d-scan.20 digitalisiert. Bilddaten beispielsweise von digitalen Kameras finden über den Agfanet Printservice oder die digitale Auftragsannahmestation e-box Eingang in das System und gelangen über das Internet zum d-ws. Die Bilddatenschnittstelle zwischen dem Agfa d-ws und dem Internet ist sowohl für den Down- als auch für den Upload (zum Beispiel zum Web Album) der d-port.

Die Ausgabe der Bilder auf Fotopapier erfolgt durch den digitalen Hochleistungsprinter d-print.20, der Papierbreiten von 3”–5” verarbeiten kann und bis zu 20.000 Prints pro Stunde bei einer Auflösung von 300 dpi bewältigt.

Sollen Großformatbilder bis 12”x18” oder Mischaufträge ausbelichtet werden, steht das net-lab.12 zur Verfügung. Der Hochleistungsscanner d-scan.20 des Systems erlaubt die Bearbeitung konventioneller Kleinbild- oder APS-Filme. Die Einheit ist in der Lage, pro Stunde 20.000 Batches mit einer Auflösung von 2.000 x 3.000 Pixeln einzulesen. d-port nennt sich die digitale Input/Output Station, die Bilderaufträge für digitale Bilddaten aus dem Internet (über Agfanet Print Service, e-box) entgegennimmt, aufbereitet und in das d-ws einspeist. Umgekehrt ist d-port auch die Schnittstelle für den Upload von Bildern ins Internet.

Der DigiFilm Splicer decodiert CD-ROMs, erfaßt die Bild- und Auftragsdaten und gibt sie an den Order-Management-PC weiter. Dieser erzeugt das quadratische Indexprint, gibt die Auftragsdaten an einen Batch Management Computer oder eine Auspreisungseinheit weiter und sorgt für die Übermittlung des Printauftrags an den richtigen Printer.

Die Bearbeitung von Nachbestellungen wird durch die Speicherung der Bilddaten in dem Massenspeicher d-store erleichtert, der von wenigen Terabyte bis zu Großsystemen skalierbar ist.

Hohe Produktivität gewährleisten die neuen Hochleistungsmaschinen d-print 20 und d-scan 20.

Fujifilm mit zahlreichen Neuheiten auf der photokina

Image Intelligence

Interview mit Hirofumi Yanagida, Geschäftsführer der Fuji Photo Film (Europe) GmbH

Auf einem imposanten Stand mit 4.400 Quadratmetern Fläche präsentiert Fujifilm auf der photokina ein breites Angebot von Produkten und Systemen, mit denen digitale Zukunftsvisionen in Umsatz verwandelt werden sollen. Der eindeutige Schwerpunkt auf digitalen Technologien wird dabei durch wichtige Neuheiten im analogen Segment ergänzt. imaging+foto-contact hat mit Hirofumi Yanagida, Geschäftsführer der Fuji Photo Film (Europe) GmbH, über die wichtigsten Neuheiten des Unternehmens und ihre Bedeutung für den Fotohandel gesprochen.

Hirofumi Yanagida, Geschäftsführer der Fuji Photo Film (Europe) GmbH

imaging+foto-contact: Herr Yanagida, welche Produkte und Dienstleistungen stellt Fujifilm auf der photokina in den Mittelpunkt?

Hirofumi Yanagida: In einer Zeit, die sich durch einen rasanten Wandel in der Foto- und Imagingbranche auszeichnet, setzen wir schon mit unserem Motto „Powered by Fujifilm“ einen klaren Akzent auf digitale Technologien. Gleichzeitig zeigen wir, wie die klassische und die digitale Technologie zusammenwachsen und sich beide Technologien ergänzen. Eine wichtige Brücke zwischen dem Film und der digitalen Welt sind digitale Minilabs. In diesem Segment sind wir mit unseren Frontier Geräten bereits außerordentlich erfolgreich. Zur photokina ergänzen wir unsere Palette, die zur Zeit aus dem Frontier 390, 370, 350 und 330 besteht, um ein neues Modell, das Frontier 340. Es ist sehr kompakt, bietet die wichtigen Funktionen, die diese Serie erfolgreich gemacht haben, und ermöglicht durch eine neue Chemie die für diese Baugröße beeindruckende Kapazität von 900 Bildern im Format 9 x 13 cm pro Stunde. Damit werden wir die führende Marktposition unserer Frontier Baureihe weiter ausbauen, um es dem Fotohandel leicht zu machen, ins Digitalzeitalter einzutreten.

imaging+foto-contact: Werden dazu auch Kamera-Neuheiten von Fujifilm beitragen?

Hirofumi Yanagida: Selbstverständlich. So ist die dritte Generation unseres Super CCD Sensors jetzt in mehreren Modellen eingebaut, unter anderem in der FinePix F 401, die gerade verfügbar geworden ist. Wir werden auf der photokina noch eine weitere Digitalkamera mit Super CCD ankündigen, über die ich Ihnen heute leider noch keine Einzelheiten sagen kann. Auf unserem photokina-Stand informieren wir Sie und Ihre Leser gerne ausführlich darüber.

Zusätzlich zu den Super CCD Kameras haben wir gerade vier Modelle in der Einsteiger-Serie FinePix A mit konventioneller CCD Technologie eingeführt. Dazu kommt die FinePix S304 mit drei Millionen effektiven Pixeln und 6-fach Zoomobjektiv, die wir ebenfalls gerade angekündigt haben. Eine wichtige

Innovation bei Fujifilm ist die besonders kleine xD-Picture Card, mit der wir die Grundlagen für neue Wege im Kameradesign geschaffen haben und neue Wege in der Speichertechnik gehen.

imaging+foto-contact: Es gibt doch bereits eine ganze Anzahl unterschiedlicher Speichermedien. Wozu braucht man noch ein weiteres Format?

Hirofumi Yanagida: Verbraucher bevorzugen ganz offensichtlich immer kleinere Digitalkameras, möchten aber auf Speicherkapazität nicht verzichten. Hinzu kommen weitere technische Vorteile, die die xD-Picture Card bietet. Sie ist bereits zum Einstieg mit einer Kapazität bis zu 128 MB verfügbar und soll in der Zukunft eine Größe von 8 GByte erreichen. Sie haben ja bereits über fünf der neuen Digitalkamera-Modelle berichtet, die wir auf der photokina für dieses Speichermedium zeigen können. Der Fotohandel kann bei Fujifilm auf eine Palette zurückgreifen, die wirklich für jedes Marktsegment ein attraktives Produkt bietet.
Wir werden zudem sicherstellen, daß die xD-Picture Card mit all unseren digitalen Printsystemen, über Printpix und der Digital Photo Station bis zum Fujicolor order-it Terminal, kompatibel ist. Zudem sprechen wir auch mit anderen Herstellern ähnlicher Systeme über die Kompatibilität. Auch digitale Printer wie der Fujifilm Printpix CX-400 und Geräte anderer Hersteller können über einen PC Card Adapter zum Ausdruck von Bildern von der xD-Picture Card genutzt werden.

imaging+foto-contact: Gibt es auch analoge Kamera-Neuheiten?

Hirofumi Yanagida: Fujifilm ist zur Zeit im konventionellen Kamera-Segment, wie Sie wissen, sehr erfolgreich. Mit der neuen Nexia Q1 im originellen jungen Design stellen wir eine neue Trendsetter Kamera vor, und mit der 35 mm

Die Palette der erfolgreichen digitalen Fujifilm Frontier Minilabs wird zur photokina um das Modell Frontier 340 erweitert.

Zoom Date F2.8 bieten wir jetzt ein Modell mit einem lichtstarken 24 mm Weitwinkelobjektiv an. Im wachstumsstarken Segment der Einwegkameras gibt es mit der QuickSnap Superia X-TRA ein neues Modell mit besonders großem Sucher und einer Blitzreichweite von 5 Metern. Nicht zuletzt bauen wir auch unser Sofortbild-Sortiment aus: Die Instax Mini 30i ist nicht nur klein, sondern auch so schick, daß sie besonders junge Leute ansprechen wird, die Spaß an schnellen Bildern haben.

imaging+foto-contact: Welche Neuheiten können Profifotografen bei Fujifilm erwarten?

Hirofumi Yanagida: Selbstverständlich ist „digital" zur Zeit auch bei den Profis das wichtigste Wort. Zwei Jahre nach der Einführung der erfolgreichen FinePix S1 Pro bringen wir zur photokina die FinePix S2 Pro mit einem 6 Megapixel Super CCD der 3. Generation heraus. Von dieser Kamera erwarten wir einen durchschlagenden Erfolg bei Portraitfotografen, besonders in Kombination mit dem Pictrography 4500 Printer, mit dem sich hervorragende Fotos bis zum Format A3 herstellen lassen. Natürlich haben wir auch die Filme nicht vergessen: Der neue Fujicolor NPH 400 Professional ergänzt die derzeitige Reihe von NPS 160, NPC 160 und NPZ 800 im Portraitsegment. Unsere Technologie der vier Farbschichten ermöglicht eine nochmalige Verbesserung der Wiedergabe von Hauttönen und einen größeren Belichtungsspielraum. Auf unserem photokina-Stand können sich die Besucher anhand von großen Musterbildern zudem von der weiterhin beeindruckenden Qualität unserer professionellen Fujichrome Filme Velvia, Astia 100, Provia 100 und Provia 400 überzeugen.

imaging+foto-contact: Zur Zeit wird viel über das digitale Bildergeschäft gesprochen, das ja für die Zukunft des Fotohandels besonders wichtig ist. Welche Lösungen bietet Fujifilm für diesen Bereich auf der photokina an?

Hirofumi Yanagida: Selbstverständlich ist Fujifilm an einem Wachstum des digitalen Bildergeschäftes sehr interessiert und bietet dem Fotohandel und den Fotofinishern alles an, was man braucht, um in diesem interessanten Segment erfolgreich zu sein. Unser Flaggschiff sind hier sicherlich die Frontier Minilabs, die es dem Fotohandel ermöglichen, seinen Kunden echte Fotos von Bildern aus digitalen Quellen genauso bequem und in genauso hoher Qualität anzubieten wie bisher bei der Filmentwicklung. Zudem zeigen wir auf der photokina eine weiterentwickelte Version unseres Digital Photo Centers, an dem die Kunden selbst die Bilder aussuchen und bestellen können, die auf dem Frontier Minilab geprintet werden. Ergänzend kann der Fotohandel eine kompakte Version der Fujicolor order-it Terminals erwarten. Damit bringen wir zur photokina eine Lösung auf den Markt, die wir europaweit anbieten werden. Dieses Terminal kann sowohl für den Transport der Daten zum Großlabor als auch zum digitalen Minlab genutzt werden. Wenn wir über digitale Bilder reden, sollten wir allerdings unsere Printpix Printer nicht vergessen. Sie sind ideal, um schnell Fotos aus digitalen Quellen auszudrucken, ohne sich um Abfall in

Die Speicherkapazität der neuen ultra-kompakten xD-Picture Cards soll in Zukunft bis auf 8 GB ausgebaut werden.

„Die photokina ist der richtige Platz, um unsere Visionen von der Zukunft des Bildes einem breiten Publikum zu präsentieren."

Form von Farbbändern oder Kassetten Gedanken machen zu müssen. Unsere Digital Stationen 1000 und 400 passen wirklich in jedes, auch das kleinste Fotogeschäft und ermöglichen es dem Kunden, bequem Print-Dienstleistungen in guter Qualität anzubieten.
Für Inkjetprinter stellen wir ein neues Papier in echter Fotoqualität vor. Bei der Herstellung kommt die Fujifilm Luminax Technologie zum Einsatz, mit der ultrafeine Partikel auf dem Papier verteilt werden, die die Tinte optimal absorbieren – dabei können wir von der Dünnschicht-Technologie profitieren, die wir auch bei der Herstellung unserer Filme einsetzen. Das Resultat ist ein Inkjet-Material, das wirklich keinen Vergleich mit echtem Fotopapier in bezug auf Körnigkeit, Glanz und Schärfe zu scheuen braucht.

imaging+foto-contact: Neue Standards lassen ein Zusammenwachsen von Telekommunikation und Fotografie erwarten. Wie definieren Sie Fujifilms Rolle in diesem Szenario?

Hirofumi Yanagida: Wir haben keinen Zweifel, daß das Zusammenwachsen dieser Technologien für uns interessante Möglichkeiten bieten wird. Es gibt ja bereits Mobiltelefone mit eingebauter digitaler Kamera, mit denen es möglich ist, Bilder direkt von Telefon zu Telefon zu versenden. Selbstverständlich stellt sich auch Fujifilm auf diesen Trend ein. In Japan beliefern wir bereits einen großen Hersteller von Mobiltelefonen mit Super CCD Sensoren und entsprechender Software. Eines der wichtigsten Ziele in diesem Zukunftsmarkt wird es sein, die Verbraucher zu motivieren, die über das Mobiltelefon übertragenen Bilder auch auszudrucken. Dazu ist unter anderem unsere PrintPix Technologie hervorragend geeignet. Natürlich werden wir diesen Trend auch durch unser umfangreiches Netzwerk im Rahmen des FDi Fotofinishing- und Printkonzeptes unterstützen.

Image Intelligence

imaging+foto-contact: Bleibt bei so vielen digitalen Aktivitäten eigentlich noch Platz für Investitionen ins analoge Segment?

Hirofumi Yanagida: Sie können bereits an unseren photokina-Neuheiten sehen, daß wir diesen Bereich nicht aus den Augen verlieren. Das gilt besonders für Wachstumssegmente wie preiswerte, leicht zu bedienende Kompaktkameras, Einwegkameras und auch Sofortbildkameras. Wir sehen gerade im Zusammenwachsen der analogen und digitalen Technologie die Kernkompetenz von Fujifilm. Das unterstreichen wir z. B. mit unserem „Image Intelligence" Konzept. Unter diesem Namen fassen wir das integrierte System unserer digitalen Bildverarbeitungs-Software Technologie zusammen. Dabei profitieren wir von der fast 70jährigen Erfahrung, die Fujifilm als Unternehmen in der Aufnahme und Verarbeitung von Bildern im Amateurmarkt, im grafischen Bereich und in der Medizintechnik gewonnen hat. Wir haben jahrzehntelang hervorragende Technologien entwickelt und eine umfangreiche Datenbank aufgebaut, aus der wir heute bei der Entwicklung spezieller Imaging-Lösungen schöpfen können.

imaging+foto-contact: Wie wichtig ist die photokina für Sie als Plattform für solche neuen Technologien?

Hirofumi Yanagida: Die photokina ist die größte Messe der Welt für Imaging-Technologien und Bildkommunikation – und genau diese Segmente sind das Kerngeschäft unseres Unternehmens. Da versteht es sich von selbst, daß wir als führendes Imagingunternehmen diese Plattform nutzen, um die neuen Produkte, Dienstleistungen und Systeme vorzustellen. Zudem ist die photokina der richtige Platz, um unsere Visionen von der Zukunft des Bildes einem breiten Publikum zu präsentieren – davon können Sie und Ihre Leser sich auf unserem Messestand überzeugen.

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

Die Fujifilm Digitalstation 400 ist eine kompakte und preiswerte Komplettlösung, um schnelle Bilder von digitalen Speichermedien an der Bildertheke anbieten zu können.

Cyber-shot U

Die größten Highlights der photokina sind manchmal ganz schön klein.

Superklein, ultrahipp und extrem einfach zu bedienen: die Cyber-shot U – Sony's neue Hightechkamera im Hosentaschenformat. Die ist so leicht und kompakt, dass man sie wirklich immer dabei haben kann. Der ultimative Fotospaß 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche. Die Sony Cyber-shot U – da werden Sie große Augen machen.

MEMORY STICK
Sony, Memory Stick und Cyber-shot sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Tokyo.
www.sony.de/imaging

go create

SONY

Interview mit Kodak Geschäftsführer Martin Wolgschaft

Emotionale Bilderwelten auf dem Kodak-Stand

Im Vorfeld der photokina hatte imaging+foto-contact Gelegenheit, sich bei Martin Wolgschaft, Leiter Kodak Consumer Imaging und Geschäftsführer Kodak GmbH, darüber zu informieren, mit welchen Aktivitäten, Neuheiten und Konzepten die Unternehmensbereiche Consumer Imaging, Kodak Professional und Digital & Applied Imaging zur Kölner Weltmesse der Fotografie reisen. Eines stand nach dem Gespräch fest: Es wird spannend, denn neben verschiedenen Geräte- und Produktneuheiten präsentiert das US-amerikanische Unternehmen eine Vielzahl zukunftsorientierter Konzepte und Lösungen für Handelspartner, Profifotografen und Endkonsumenten. Messegästen sei empfohlen, für den Besuch des Kodak-Standes reichlich Zeit einzuplanen, denn am neuen Standort in Halle 4 steht Kodak eine um rund 30 Prozent größere Ausstellungsfläche zur Verfügung als zur photokina 2000.

Übereinstimmend mit dem Chef der US-amerikanischen Muttergesellschaft Eastman Kodak Company, Dan Carp, bezeichnete auch Wolgschaft die photokina 2002 als eine hervorragende Gelegenheit für das Unternehmen, seine Visionen hinsichtlich der Bedeutung des Bildes als wesentliches Element des dynamischen „Infoimaging"-Marktes zu unterstreichen. Unter dem Motto „Share Moments. Share Life.", das von der US-amerikanischen Kodak Werbekampagne übernommen wurde und den gesamten Messeauftritt überspannt, werden laut Wolgschaft neue Möglichkeiten aufgezeigt, wie Händler und Fotolabore von dem steigenden Potential des konvergierenden Foto- und IT-Marktes profitieren können.

Emotionale Welten

Aber natürlich geht es auf der photokina nicht nur um diejenigen, die mit Fotografie ihr Geld verdienen, sondern auch um die „ganz normalen" Anwender. Ihnen legt Kodak mit extrem emotionalen Welten die unterschiedlichen Seiten der Fotografie und ihre ungeheuren Anwendungsmöglichkeiten dar. „Als Unternehmen im Zentrum des Infoimaging haben wir auf der photokina eine außergewöhnliche Geschichte zu erzählen", so Wolgschaft.
Einige Kapitel dieser außergewöhnlichen Geschichte gebühren seiner Ansicht nach dem Erfolgskonzept der Easy Share Technologie. Sie wird mit neuen Kameras, die es dem Anwender noch einfacher machen, von der digitalen Aufnahme zum Bildergebnis zu kommen, zur photokina fortgesetzt.

Mobile Imaging

Und auch mit Blick auf die Wertschöpfungskette wird sich ein Besuch am Kodak-Stand lohnen. Viele Neuheiten für das analoge, digitale und hybride Bildergeschäft und neue Ideen für Online-Bilddienstleistungen und ihre Vermarktung werden den Besuchern aus den Reihen des Fotohandels neue Geschäftsmodelle präsentieren. Vor allem die Konzepte, die Kodak für das mobile Imaging per E-Mail, i-mode oder MMS (siehe dazu auch S. 53–68 in dieser Ausgabe) entwickelt, dürften auf große Resonanz stoßen.

Was verbirgt sich hinter dem Kodak Messemotto?

Über das, was sich hinter dem Messemotto „Share Moments. Share Life." verbirgt, unterhielten wir uns mit Martin Wolgschaft, Leiter Kodak Consumer Imaging und Geschäftsführer Kodak GmbH in Stuttgart.

imaging+foto-contact: Vor einigen Jahren hat Kodak mit dem photokina Motto „Take Pictures. Further." vor allem auf die Technik abgezielt, durch die neue Möglichkeiten für das Bild entstanden sind. In diesem Jahr heißt das Motto „Share Moments. Share life." Heißt das, daß Kodak die Technik in den Hintergrund stellt und sich dafür wieder mehr auf das konzentriert, was vor allem mit Bildern verbunden wird: Emotionen?

Martin Wolgschaft: Das stimmt. Sei-

nerzeit ging es vor allem darum, die neuen Welten, die durch das Digitale entstanden sind, bekannt zu machen. Damit erreichten wir vor allem die sogenannten Early Adopters, die sich immer für die neuesten Technologien begeistern, Computer-Freaks und jene, die die Möglichkeiten geschäftlich nutzten.
Inzwischen hat die Digitalfotografie aber einen Schritt zum Massenmarkt vollzogen. Und da verhalten sich Verbraucher wie eh und je: Sie wollen ihre Bilder mit anderen gemeinsam erleben. Nach wie vor werden Prints im Freundes- und Bekanntenkreis herumgereicht, und auf der photokina zeigen wir, daß dieses gemeinsame Erleben von Emotionen auch mit digitalen Bildern über moderne Kommunikationswege wie E-Mail oder Mobil Imaging funktioniert. Damit greifen wir gleichzeitig einen der drei aktuellen Trends in der Fotobranche auf.

imaging+foto-contact: Welches sind die beiden anderen Trends?

Martin Wolgschaft: Trend eins: Wer mit herkömmlichen Kameras und Film fotografiert, erwartet eine ständig steigende Bildqualität. Und diejenigen, die einen PC besitzen, wollen ihre Bilder im Computer haben, um sie zu bearbeiten, zu archivieren, per E-Mail zu verschicken oder sie für irgendeine andere Art der Kommunikation zu nutzen. Trend zwei: Digitalkamerabesitzer wollen ihre Bilder zunächst einmal einfach und bequem handhaben, und von ihren digitalen Bilddateien wollen sie wieder hochwertige Bilder auf Fotopapier haben.

imaging+foto-contact: Präsentiert Kodak auf der photokina Neues, um jedem dieser Trends gerecht zu werden?

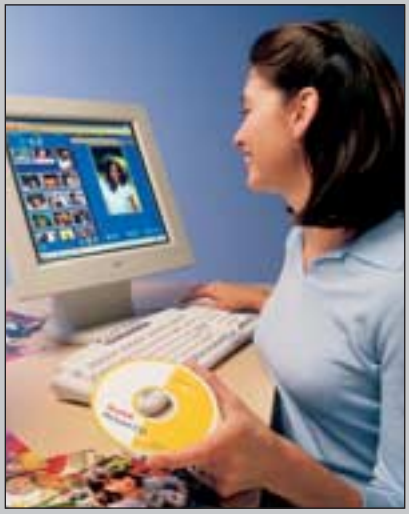
Martin Wolgschaft: Wir haben in der Tat eine Fülle von Neuheiten zu bieten, und wir werden damit sicherlich allen Trends gerecht werden. So können Verbraucher beispielsweise in Zukunft über den Kodak Picture Center online Service nicht nur ihre digitalen Bilddateien zu erstklassigen Bildern auf Fotopapier belichten lassen, sondern über ein Web-Bilderalbum auch ihre archivierten Bilder mobil auf ein WAP- oder i-mode-fähiges Handy laden und an andere Handys weitersenden. Dieser Service kann auch von Anwendern digitaler Kameras genutzt werden, wenn sie ihre Bilder digitalisieren und ins Internet stellen lassen.

Mit dem Kodak Picture Center online Service und dem Easy Share Printservice bieten wir Verbrauchern außerdem die Möglichkeit, digitale Bilder von zu Hause über das Internet an die Kodak Labors zu schicken, um zu hochwertigen Bildern zu kommen und diese dann bei einem Fotohändler ihrer Wahl abzuholen. Digitale Dienstleistungen beim Handel ermöglicht Kodak durch die neue Kodak Picture Maker Generation, die Kodak Digital Camera Order Station und die Kodak Order Station.

Und mit dem digitalen Photo Perfect

Picture CD Version 5.2

Kodak stellt auf der photokina die neue Version 5.2 der Kodak Picture CD vor. Sie beinhaltet zahlreiche neue Funktionen und wurde den Angaben zufolge noch benutzerfreundlicher gestaltet. So wird zum Beispiel das Kommunizieren von Bildern per E-Mail deutlich einfacher und bietet dem Verbraucher noch mehr Möglichkeiten, wie unter anderem das Gestalten eigener Postkarten.
Ferner können benutzerdefinierte Gruppen erstellt werden, und die Anwender können sich ein persönliches E-Mail Adreßbuch anlegen. Die neue Version der Kodak Picture CD wird ab Dezember verfügbar sein.



Sechs neue Kodak Advantix Modelle decken das gesamte APS-Preissegment ab

Kodak zeigt auf der photokina sechs neue Modelle innerhalb der Kodak Advantix Camera Linie für das Advanced Photo System (APS), die das komplette Preisspektrum im APS-Kamerasegment abdecken. Zu den Neuheiten gehören die Kodak Advantix T20 Camera als preisgünstiges, vollautomatisches Einstiegsmodell mit allen gängigen APS-Features ebenso wie die Kodak Advantix T30 Camera, die zusätzlich über einen automatischen Blitz und einen Selbstauslöser verfügt. Weiterhin gehören die Kodak Advantix T40 Camera, die sich durch schickes Design, einen Pop-up Blitz und kompakte Abmessungen auszeichnet sowie die Kodak Advantix T50 Camera, die unter anderem einen Objektivschutz und „Top Flash“ zur Reduzierung des unbeliebten „Rote-Augen-Effektes“ besitzt, zum neuen Sortiment. Abgerundet wird die Riege der neuen Advantix Produkte durch die Kodak Advantix T60 Camera, die zusätzlich mit einem Autofokus-Objektiv aufwartet, und das Top-Modell, die Kodak Advantix T70 Zoom Camera. Sie bietet ein Zoomobjektiv (24–40 mm), einen Selbstauslöser und verschiedene Belichtungseinstellungen. Alle Kodak Kameras aus der Advantix Familie zeichnen sich nach Kodak Angaben durch ihre hochwertige Aufmachung im Metallic-Look, ihre handliche Größe und

ihre benutzerfreundliche Bedienung aus. Zu den speziellen APS-Ausstattungsmerkmalen der Kameras gehören die „Drop-in“ Einlegeautomatik und die Wahl unter drei APS-Bildformaten.

Service stellen wir einen neuen Bilderservice vor, mit dem typische Aufnahmefehler in der Amateurfotografie automatisch erkannt und bei der Ausarbeitung der Bilder digital individuell korrigiert werden, zum Beispiel Schatten bei Gegenlicht oder Schlagschatten bei Blitzaufnahmen. Damit werden wir der Forderung nach besseren Bildern gerecht.

imaging+foto-contact: Kommen wir zu einem anderen Thema, der Wertschöpfungskette. Gerade in wirtschaftlich nicht zufriedenstellenden Zeiten benötigt der Handel Industriepartner, die ihm neue Perspektiven nicht nur in Form von Theorien und Konzepten bieten, sondern auch ganz konkret zu seinen Umsätzen und Deckungskosten beitragen. Wird Kodak auch zukünftig einer dieser Industriepartner sein?

Martin Wolgschaft: Davon bin ich überzeugt. Die photokina wird zeigen, daß die Fotografie dank digitaler Technologien und mobiler Möglichkeiten einen neuen Stellenwert innerhalb der Kommunikation einnehmen wird, der weit über das bisherige Maß als Erinnerungsfoto hinausgeht. Das gemeinsame Erleben der Bilder wird stärker in den Mittelpunkt rücken. Analoge und digitale Fotografie verschmelzen weiter miteinander und befruchten sich gegenseitig. Dies führt zu neuen Angeboten und damit auch zu einer neuen Wertschöpfungskette im Handel.

Wie sich ein solcher Markt entwickelt, haben schon die boomenden Digitalkameras gezeigt: Längst fotografieren nicht mehr nur Technikverliebte digital. Schon heute werden rund 16 Prozent aller Bilder in Deutschland mit einer Digitalkamera erstellt, und schon in wenigen Jahren sollen es laut Schätzungen unserer Marktforscher über 40 Prozent sein.

Aber die meisten Digitalfotografen haben spätestens dann ein Problem, wenn die liebe Verwandtschaft die Bilder sehen will. Nicht überall besteht die Möglichkeit, die Aufnahmen auf einem Computer- oder Fernsehmonitor vorzuzeigen – schon allein deshalb, weil das so manche gemütliche Feier ziemlich ungemütlich machen würde.
Und aus der Notwendigkeit heraus, irgendwann einmal „echte“ Fotos zu präsentieren, haben sich in den vergangenen Jahren viele neue Dienstleistungen ergeben, und zwar in allen Bereichen, also über das Internet, im Großfinishing und beim Händler im Laden. Auf der photokina wird Kodak zeigen, daß die Möglichkeiten mit den bestehenden Angeboten noch lange nicht erschöpft sind.

imaging+foto-contact: Werden sich diese neuen Konzepte auf die Verfeinerung des Bestehenden beschränken oder wird es auch etwas vollkommen Neues geben?

Martin Wolgschaft: Zunächst einmal wird es einiges geben, mit dem der Fotohändler die Chance erhält, die Wünsche seines Kunden exakt dort zu befriedigen, wo sie entstehen: in seinem Geschäft. Und dort, wo der Kunde seine Digitalkamera kauft, sollen auch die entsprechenden Dienstleistungen zur Verfügung stehen.

Elite Chrome 100 Film mit hoher Farbsättigung

Mit dem neuen Elite Chrome 100 Film stellt Kodak einen Diafilm mit hoher Farbsättigung, einer stark verbesserten Feinkörnigkeit und einer wesentlich natürlicheren Farb- und Hauttonwiedergabe vor. Die verbesserte Feinkörnigkeit und die natürlichen Farben sind bei der Projektion deutlich erkennbar, außerdem zeichnet sich der neue Dia-Film durch besonders gute Scan-Eigenschaften aus.

Advantix C370 in einer Metallic-Geschenkbox

Kodak nimmt die Advantix C370 Auto Camera in einer limitierten Geschenk-Box ins Programm. Die hochwertige Verpackung im Metallic-Look und das moderne Design der Box sollen dem Handel die Möglichkeit geben, seinen Kunden das Set als Geschenkidee zu offerieren – vor allem mit Blick auf das Weihnachtsgeschäft, denn die Aktion läuft bis zum Ende des Jahres. Die Kodak Advantix Camera Geschenkbox enthält neben einer Kodak Advantix C370 Auto Camera einen Fotorahmen in Metallic-Aufmachung, eine Demoversion der Kodak Picture CD, zwei Kodak APS-Erlebnis Filme sowie eine schmucke Kameratasche. Aufmerksamkeitsstarke Plazierungen am PoS sollen den Verbraucher auf das Geschenkangebot hinweisen. Kodak hat für die Advantix Box zwei hochwertig anmutende Displays vorgesehen, ein Mischdisplay, das mit jeweils 20 Geschenk-Boxen und 60 Kodak APS-Erlebnis 200/25 Filmpackungen bestückt werden kann sowie ein reines Kamera-Display für 12 Advantix Geschenk-Boxen.

Single-Use-Cameras der Ultra- und Fun-Serie

Kodak zeigt auf der photokina neue Modelle der Ultra- und Fun-Camera Serie. Die Kodak Ultra Compact Flash ist mit einem hochempfindlichen Kodak ISO 800 Film und einem Blitz ausgestattet, der sich bei jeder Aufnahme einschaltet. Sie verfügt über eine Ektanar Dual Element Linse und steht alternativ auch ohne Blitz für Aufnahmen bei Tageslicht zur Verfügung. Die Kodak Ultra Sport Camera ist robust, wasserdicht, staubgeschützt und kann beim Tauchen bis zu einer Tiefe von zehn Metern

verwendet werden. Sie ist mit einem großen „All-In-One“-Knopf für Filmtransport- und Auslöser und einem wasserdichten Kunststoffgehäuse ausgestattet. Die life-style-orientierte Kodak Fun Flash Camera ist das Modell mit dem besonderen Look und zielt damit vor allem auf junge Käuferschichten, die häufig unterwegs sind und Freude am spontanen Fotografieren haben. Sie verfügt über einen Kodak ISO 400 Film und einen Blitz. Die Kodak Fun Camera gibt es alternativ aber auch ohne Blitz für Aufnahmen bei Tageslicht.

Mit dem neuen Kodak Minilab System 89 können bislang analog orientierte Fotohändler ihre Dienstleistungspalette deutlich ausbauen.

Zu erwähnen ist hier beispielweise die dritte Generation des Picture Makers, die das Angebot um attraktive Dienste wie den Sofortservice von 10 x 15 großen Prints von digitalen Dateien erweitert. Das neue digitale Kodak Minilab System 89 und das von Phogenix vorgestellte Inkjet System sind weitere attraktive Angebote für den Handel.

Darüber hinaus zeigen wir auch Lösungen und Konzepte, an die vor

Der Kodak Picture Maker bietet in der neuen Version mehr Möglichkeiten.

einigen Jahren noch niemand gedacht hat. Vor allem die Fortschritte in der mobilen Kommunikation tragen dazu bei, noch vorhandene Grenzen in der Bildkommunikation zu überwinden. Die unaufhaltsame Weiterentwicklung der Telekommunikation und der IT-Branche gibt auch dem Imaging-Markt neue Impulse. Als Inputmedien für das Bildergeschäft kommen daher neben dem Film mehr und mehr digitale Medien in Frage: Digitalkameras sowieso, aber auch die PC-Peripherie wie Scanner, Datenspeicher und PDAs und in naher Zukunft eben auch Mobiltelefone mit Foto-Funktion.

imaging+foto-contact: Aber schweben die Bilder, die mit einem Fotohandy gemacht werden, nicht nur im virtuellen Raum? Wie will Kodak, wie sollen Fotohändler von diesen Aufnahmen profitieren?

Martin Wolgschaft: Das digitale Bildergeschäft ist ein Wachstumsmarkt. Das belegen alle bisherigen Auswertungen. Wie unsere Marktforschung feststellte, würden schon heute rund 28 Prozent der Digitalfotografen mehr Bilder drucken lassen, wenn es entsprechend einfache Angebote gäbe. Dies wird auch für die Nutzer von Fotohandys gelten, denn wir werden davon ausgehen können, daß deren Bildqualität bald auch für Prints ausreichen wird.
Dann stellt sich die Frage, wie schaffen wir es, daß die Verbraucher diese Bilder im Labor ausprinten lassen? Die Antwort ist: Wir müssen ihnen schnelle und bequeme Lösungen bieten. Und das machen wir mit dem auf der Händler-Internetseite integrierten Kodak Picture Center online Service. Dieser Service ist sozusagen eine „Draufgabe" zu den vielen anderen Angeboten, die der Handel dem Kunden heute schon anbieten kann.

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

Kodak präsentiert das Picture Center online

Mit dem persönlichen Online-Fotoalbum im Kodak Picture Center online Service präsentiert Kodak auf der photokina einen Bilderdienst, mit dem die Möglichkeiten der Bildkommunikation erweitert werden. Im Kodak Picture Center online lassen sich sowohl im Labor digitalisierte Fotos wie auch Fotos von Digitalkameras ablegen und für zahlreiche Anwendungen weiterverwenden. So können Verbraucher nicht nur ihre dort gespeicherten Fotos zu Bildern auf Fotopapier ausbelichten lassen, sondern auch anderen den Zugang zum persönlichen Online-Fotoalbum gewähren. Für den Verbraucher mit WAP- oder i-mode-fähigem Handy gibt es diesen Zugang genauso wie für den Surfer am heimischen PC. Unabhängig von der gewählten Zugangsart läßt sich das persönliche Online-Fotoalbum auf-

rufen, um z. B. ein dort gespeichertes Foto als Grußkarte via E-Mail zu versenden. Nachbestellen und Speichern sind ebenso möglich. Kodak zeigt auf der Messe eine Pilotanwendung, mit der photokina-Besucher das Kodak Picture Center online Album in der Praxis testen können. In Deutschland übernimmt die Elektrohandelskette Saturn die Pilotrolle für den neuen, mobilen Albumdienst.

Kodak DSC Pro 14n ist die erste Digital-SLR mit Sensor im Kleinbildformat und 13,89 Megapixeln

Bei den Digitalkameras aus dem Hause Kodak dürfte die neue Kodak Professional DCS Pro 14n, die Kodak Professional auf der photokina vorstellt, eines der Highlights sein. Als erste SLR-Kamera der Welt ist sie mit einem CMOS-Sensor (Complementary Metal Oxide Sensor) im vollen Kleinbildformat 24 x 36 mm und 13,89 Megapixel ausgestattet. Der innovative Hochleistungs-Sensor liefert variabel wählbare Auflösungen im RAW-Datenformat. Je nach Aufgabenstellung stehen dabei drei Auflösungen zur Verfügung (volle 14 MP, 6MP oder 3MP). Die Kamera wird ab Dezember verfügbar sein.

Die Kodak Professional DCS Pro 14n basiert auf einem von Kodak modifizierten professionellen Kameragehäuse mit Nikon Autofokusbajonett und Anschluß für Nikon Wechselobjektive. Dank ihrer Firewire-Schnittstelle mit einer Transferrate von 12 MB pro Sekunde – das ist etwa viermal schneller als bei bisherigen Kodak Professional Kameras – bringt die neue Kamera Tempo und Produktivität in den fotografischen Workflow.

Die Kamera kann Bildserien bis zu maximal acht Aufnahmen in Folge mit einer Frequenz von bis zu zwei Bildern in voller Auflösung pro Sekunde aufzeichnen. Die Fotos können als DCR RAW Daten oder im Kodak Professional Extended Range Imaging (ERI) JPEG Format gespeichert werden. Kodak

ERI-JPEG Daten bieten einen Belichtungsspielraum von zwei Blenden und einen erweiterten Farbraum innerhalb des JPEG-Workflows.

Das robuste Magnesium-Gehäuse besitzt einen zweiten Auslöser für die vertikale Kamerahaltung. Er ist mit dem „Auto Orientation Sensor“ gekoppelt, der selbständig erkennt, ob der Fotograf die Kamera im Hoch- oder Querformat benutzt. So können die Bilder automatisch in die richtige Position gedreht werden, wenn sie zur Bearbeitung auf den Computer übertragen werden.

Dem Wunsch der Fotografen nach einem einfachen Übergang zur Digitalfotografie folgend, wartet die Kodak Professional DCS Pro 14n mit zahlreichen praxisorientierten Ausstattungsmerkmalen sowohl für Digitaleinsteiger als auch für erfahrene Digitalfotografen auf. Da die Features der DCS Pro 14n auf der Kodak Professional Firmware basieren und nicht unveränderbar in der Kamera installiert sind, kann die Leistungsfähigkeit der Kamera ständig verbessert und durch kostenlose Firmware-Downloads von der Kodak Professional Website ständig erweitert werden. Kodak verwendet in der DCS Pro 14n das Nikon DTTL Blitzmeßsystem (Digital Through The Lens), das einen deutlichen, technischen Fortschritt darstellt.

Als erste professionelle Kamera verfügt die Kodak Professional DCS 14n über eine Benutzerführung in acht Sprachen. Zum Lieferumfang gehören unter anderem die neuesten Versionen der Kodak Professional DCS Photo Desk und Camera Manager Software.

Digitalkamera mit Objektiv von Schneider-Kreuznach

Zu den neuen Modellen des EasyShare Systems, mit denen Kodak auf der photokina vertreten ist, gehört die Kodak EasyShare LS443 Zoom Digital Camera. Die Vier-Megapixel-Kamera verfügt als besonderes Kennzeichen über ein hochwertiges optisches Variogon Dreifach-Zoomobjektiv (35–105 mm), das in Zusammenarbeit mit dem renommierten deutschen Hersteller Schneider Kreuznach entwickelt wurde. Weitere Features sind der Mehrfeld-Autofokus, Weißabgleich und Lichtempfindlichkeit automatisch /manuell, manuelle Belichtungskorrektur ± 2 EV in halben Stufen, Programmautomatik und vier Belichtungsprogramme und ein interner 16 MB Speicher.

Digitales Kamerarückteil für die neue Hasselblad H1

Nach den im Frühjahr vorgestellten Digitalkamerarückteilen Kodak Professional DCS Pro Back 645 C für Contax und Kodak Professional DCS Pro Back 645 M für Mamiya stellt Kodak auf der photokina mit dem Kodak Professional DCS Pro Back 645 H ein weiteres digitales Kamerarückteil vor, diesmal für die neue Hasselblad H1. Auch dieses Rückteil zeichnet sich nach Kodak Angaben durch eine hohe Funktionalität, volle Mobilität und den Kodak 16 Megapixel CCD-Sensor aus. Das integrierte LC-Display bietet umfangreiche Analyse- und Steuerfunktionen, die den Workflow erleichtern. Die 645 Backs sind kabelfreie Systeme mit einem ansetzbaren und leistungsfähigen Akku.

Nur E+S ist komplett.

DigiFilm Maker E und DigiFilm Maker S: das Erfolgs-Duo für noch mehr Umsatz.

*(Plus MwSt. zzgl. einer Aufstellpauschale.)

Das revolutionär einfache Bestellkonzept für **Fotos von Digitalkameras** ist jetzt komplett: durch den DigiFilm Maker E (Erstkopie) **und** den DigiFilm Maker S (Selektion).

>> Für die schnelle und preiswerte Erstkopie von allen Motiven.
>> Für den anspruchsvolleren Kunden die Bildauswahl (Selektion) und Mehrfachbestellung pro Motiv.

Nur durch den gemeinsamen Einsatz von DigiFilm Maker E und S schaffen Sie den digitalen Rundum-Service, maßgeschneidert auf die individuellen Bedürfnisse Ihrer Kunden.

Zur Verdoppelung Ihres Erfolges.

Infos unter Tel.: 0441-404 238 I E-Mail: digifilm@cewecolor.de

DigiFilm

Einfach – Sicher – Günstig

cewe color

www.cewecolor.de

Bad Schwartau • Berlin • Dresden • Eisenach • Eschbach (Freiburg) • Germering (München) • Mönchengladbach • Oldenburg • Worms • Zirndorf

Kodak Neuheiten für Profis

Kodak stellt auf der photokina mit dem Kodak Professional Ektachrome E100G und dem Kodak Professional Ektachrome E100GX zwei neue Diafilme vor, die sich ergänzen sollen: Der Kodak Professional E100G mit seinem sehr feinen Korn und seiner äußerst neutralen Farbwiedergabe eignet sich hervorragend für Studioaufnahmen mit kontrolliertem Licht; bei Außenaufnahmen mit bedecktem Himmel oder wechselnden Lichtverhältnissen kommen dagegen die Stärken des Kodak Professional E100GX mit seiner wärmeren Farbwiedergabe optimal zum Tragen.

Die neuen Kodak Professional Ektachrome Filme E100G und E100GX zeichnen sich laut Hersteller durch eine verbesserte Farbwiedergabe und extrem feines Korn aus. Beide Filme bestechen durch eine qualitativ hochwertige und neutrale Konturengebung und eine einheitliche Sättigung bei Pastelltönen. Die minimale Dichte für eine verbesserte Weißwiedergabe und die maximale Dichte für detailliertere Schattenzeichnung und neutrale Spitzlichter konnten deutlich verbessert werden.

Gemeinsamer Auftritt mit Joint-venture Firmen

Auf dem Kodak-Stand in Halle 4 sind auch Kodaks Joint-venture-Unternehmen vertreten: Encad zeigt neueste Entwicklungen im großformatigen Inkjetdruck. Phogenix, ein gemeinsam mit Hewlett-Packard gegründetes Unternehmen, stellt ein digitales Fotofinishing Minilab System auf Basis der Inkjet-Drucktechnologie vor, und Nex Press, ein von der Heidelberger Druckmaschinen AG und der Eastman Kodak Company ins Leben gerufenes Unternehmen, dokumentiert die Perspektiven derDigitaldrucktechnologie.

Kodak Professional Royal Supra Filmfamilie

Ebenfalls neu bei Kodak sind die Professional Royal Supra Filme, die ab der photokina in den Empfindlichkeiten ISO 200, 400 und 800 verfügbar sind und die bisherigen Filmfamilien Kodak Royal und Kodak Professional Supra ersetzen. Mit der neuen Kodak Professional Royal Supra Filmfamilie ist es Kodak nach eigenen Angaben gelungen, auch bei höherer Filmempfindlichkeit keine Kompromisse in der Schärfe, in der Feinkörnigkeit und der Farbwiedergabe eingehen zu müssen. Vor allem die Kodak Professional Royal Supra 200 und 400 Filme bestechen durch eine herausragende Schärfe, eine ausgezeichnete Detailwiedergabe und dank der Kodak Advanced Development Accelerator Technologie durch eine außergewöhnliche Feinkörnigkeit, hieß es in einer Pressemitteilung. Die Filme besitzen außerdem eine sehr ausgewogene, gleichmäßige Farbbalance über unterschiedliche ISO-Stufen und Aufnahmesituationen hinweg und verfügen über eine deutlich verbesserte Wiedergabe von Blau- und Purpurtönen. Die Verbesserung der spektralen Sensibilisierung im kurzwelligen Rotbereich und eine verbesserte Kodak Farbmanagement-Technologie ermöglichen eine naturgetreue und genaue Wiedergabe selbst schwer reproduzierbarer Farbtöne.

Kodak Professional Portra Sepia Schwarzweiß-Papier

Mit dem neuen Kodak Professional Portra Sepia Schwarzweiß-Papier lassen sich hochwertige Schwarzweiß-Prints in Sepia-Tönen von Farb-, Dia- oder Schwarzweiß-Negativen im RA 4 Prozeß erstellen. Sepia ist ein zeitloser, gelblich-brauner Farbton, der häufig für Hochzeits- und Familienfotos oder für Spezialaufnahmen verwendet wird. Die Charakteristik des Papiers verleiht weißen Hintergründen und Spitzlichtern einen antiken Look bei außergewöhnlicher Schärfe und starkem Kontrast. Die Bildbeständigkeit ist vergleichbar mit den Kodak Professional Farbnegativ-Papieren. Das Kodak Professional Portra Sepia Schwarzweiß-Papier ermöglicht zudem ein einfaches Retuschieren und Verbessern von Bildern.

Neue Generation von Farbnegativ-Papieren

Weiterhin stellt Kodak eine neue Generation von Farbnegativ-Papieren vor, die nicht nur optimal auf die Ausarbeitung der Professional Filmfamilien Portra

und Supra abgestimmt sind, sondern sich auch durch eine wesentlich höhere Bildlebensdauer auszeichnen. Wie Kodak mitteilt, wird bei der Aufbewahrung der Bilder im Dunkeln mit einer Haltbarkeit von 200 Jahren, bei einer Präsentation im Bilderrahmen unter normalen häuslichen Bedingungen von 100 Jahren ausgegangen.

Das Kodak Professional Portra Endura-Papier zeichnet sich durch niedrigen Kontrast und niedrige Farbsättigung aus, was in erster Linie den Bedürfnissen von Porträt- und Hochzeitsfotografen entgegenkommt. Das neue Kodak Professional Supra Endura-Papier hingegen weist einen höheren Kontrast und stärker gesättigte Farben auf – Eigenschaften, die vor allem Event- und Werbefotografen zu schätzen wissen. Bei beiden Papieren wurde die Wiedergabe von Hauttönen deutlich verbessert.

Kaiser nimmt „schrägen Beutel" ins Programm

In Anlehnung an den englischen Begriff „slash" (Schrägstrich) und den in Internetadressen vorkommenden „Backslash" (ebenfalls Schrägstrich) hat Kaiser Fototechnik seine neue Körpertasche „slash/bag" genannt. Der „Beutel" wird schräg über dem Rücken getragen. Er beinhaltet einen komplett herausnehmbaren Einsatz für die Foto- oder Videoausrüstung mit variablen Trennelementen und Deckel. Der Einsatz paßt in das große Hauptfach und läßt Platz für andere Utensilien wie Regenjacke oder Ersatzpullover. Zwei weitere Fächer mit Reißverschluß bieten Raum für weiteres Zubehör. Häufig benötigte Dinge lassen sich in einer zusätzlichen Netztasche unterbringen. Um einen unerwünschten Zugriff zu erschweren, werden zwei der Reißverschlußfächer von einem Sicherheitsgurt geschützt. Der über die Brust laufende breite Tragegurt ist verstellbar, hat eine gepolsterte Schulterauflage und einen Clipverschluß. Ein schmaler Reflexstreifen dient der passiven Sicherheit.

Nielsen präsentiert Rahmen für anspruchsvolle Kunst

Mit der außergewöhnlichen Rahmenserie „Neopolitan" schließt Nielsen Bainbridge die Trilogie mit Rahmen ab, die exklusiv von dem US-amerikanischen Designer Vazgen Houssian für das Unternehmen entworfen wurden. Zuvor hatte Nielsen bereits die Serien „Cosmopolitan" und „Metropolitan" ins Programm aufgenommen. Mit Neopolitan ist dem Designer nach Angaben des Herstellers „erneut eine harmonische Verschmelzung klassischer und moderner Einflüsse gelungen, die durch eine klare Silhouette in Verbindung mit filigranen Strukturen und Ornamenten überzeugt". Die satinschwarze Oberfläche wird zusätzlich mit Gold- und Silber-Schlagmetall akzentuiert. Die edle und aufwendige Verarbeitung der Kollektion betont jedes Kunstwerk – gleichgültig, ob es sich dabei um eine Grafik, eine Fotografie oder ein Gemälde handelt. Die Neopolitan Kollektion, die auf dem photokina Stand von Nielsen Bainbridge zu sehen ist, besteht aus vier Profilen mit vier unterschiedlichen Oberflächen. Sie steht dem Fotohandel direkt im Anschluß an die Weltmesse der Fotografie zur Verfügung.

Hama stellt zwei neue Albenserien vor

Zur photokina stellt Hama die beiden neuen Albenserien Estate und Flora vor. Vier Buchalben in leuchtenden Farben mit einem großen, modernen Blumenmotiv auf dem Cover bilden die Albenfamilie Estate. Auf schwarzem Fotokarton sollen die Bilder besonders gut zur Geltung kommen. Schwarze Pergaminzwischenseiten schützen die Aufnahmen. Die 60 Seiten bieten Platz für 300 Fotos im Format 9 x 13 cm. Ein

schwarzes Bändchen sorgt für Zusammenhalt. Eleganz und frisches Blumendessin treffen sich bei der 18 Modelle umfassenden Albenfamilie Flora. Die Buchalben mit 60 Seiten und Pergaminzwischenblättern werden in zwei Größen und jeweils sechs Farben ange-

boten. Die Varianten Schwarz, Weiß und Silber bieten innen schwarzen Fotokarton, die Alben in Rot, Grün und Blau haben weiße Blätter. Dem Trend zu Spiralalben folgt Hama auch bei Flora. Die stabile Spirale faßt 50 Seiten und wird in zwei Größen jeweils in Schwarz, Weiß und Silber angeboten. Auch hier gibt es schützende Pergaminseiten, diesmal in Schwarz.

Minolta stellt die Minolta Zoom 80 vor

Minolta nimmt zur photokina die neue Kleinbild-Kompaktkamera Minolta Zoom 80 ins Sortiment auf. Die Kamera verfügt über ein 2,1-faches Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 38–80 mm. Die Scharfstellung erfolgt automatisch über ein aktives Autofokussystem, die korrekte Belichtung übernimmt die Programmautomatik. Die Auswahl des Bildausschnitts fällt über ein klares und helles Sucherbild leicht. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen zählen die Landschafts-/Nachtaufnahmefunktion für scharfe Ergebnisse auch unter schwierigen Bedingungen (z. B. beim Fotografieren durch Scheiben oder in der Dämmerung) sowie der Sicherheitsfilmtransport, der den Film nach jeder Aufnahme in die Patrone zurückspult.

Neue Canon-Digitalkameras...

Innere Werte

...mit innovativer Technik

Zur photokina stellt Canon für alle Digitalkamera-Serien des Unternehmens neue Modelle vor. Die Digital Ixus wird jetzt mit der sicherlich von vielen Anwendern ersehnten Drei-Megapixel-Auflösung erhältlich sein. Die S- und die semiprofessionelle G-Klasse der PowerShot-Digitalkameras wurden jeweils um ein neues Vier-Megapixel-Modell ergänzt, und die neue EOS 1Ds mit 11,1 Megapixeln Auflösung und einem Sensor im Kleinbildformat wird die Bedürfnisse vieler Profifotografen abdecken. Ausschlaggebend für eine weiter verbesserte Bildqualität und einen noch höheren Komfort sind dabei brandneue, von Canon entwickelte Technologien und Funktionen. Dabei hat der führende Kamerahersteller seine Fotokompetenz gezielt eingesetzt, um klassische Probleme der Digitalfotografie zu lösen.

Für die neuen Digitalkameramodelle hat Canon mit dem DiG!C-Prozessor einen reinen Bildprozessor entwickelt, der speziell für Imaging-Anforderungen konstruiert wurde.

DiG!C

Kern der neuen Canon-Digitalkameras ist der neue DiG!C (Digital Imaging Core)-Prozessor, der die üblicherweise bei Digitalkameras eingesetzte LSI-Prozessor-Einheit ablösen wird.

Im Gegensatz zum LSI ist der von Canon entwickelte und hergestellte DiG!C-Prozessor kein Universalprozessor, sondern ein reiner Bildprozessor, den das Unternehmen speziell für Imaging-Zwecke entwickelt hat. Seine Vorteile bestehen in einer verbesserten Bildqualität, verkürzten Prozeßzeiten und in einer größeren Genauigkeit des Autofokus. Der Einsatz vieler komplexer Algorithmen, deren genauer Inhalt ein Betriebsgeheimnis Canons bleiben wird, führt zu einer sichtbar höheren Bildqualität durch ein verbessertes Rauschverhalten. Das Bildrauschen, bei analogen Bildern bekannt als körnig auftretende Bildpartien, war in der Vergangenheit bei Digitalkameras ein häufig auftretendes Problem. Rauschen bedeutet das Auftreten unerwünschter Störsignale, die entstehen, wenn andere Signale fälschlicherweise als Bildinformationen interpretiert werden.

Auf einer Pressekonferenz präsentieren Guido Krebs, Manager Marketing Consumer Products, Andrea Berndt, Product Manager Digitalkameras, und Jürgen Schmitz, General Manager Marketing Consumer Products (v. l.), die neuen Digitalkameras, die durch innovative Canon-eigene Technologien für noch bessere Bildergebnisse sorgen sollen.

Während die heute in den Digitalkameras verwendeten CCD-Chips generell rauscharm arbeiten, unterdrückt Canon mit Hilfe des neuen Prozessors eine weitere Quelle des Bildrauschens. So erklärt Guido Krebs, Manager Marketing Consumer Products bei Canon: „Digitalkameras können nicht nur durch den CCD-Chip Rauschen erzeugen, sondern auch durch interne Datenprozesse. Die neuen DiG!C-Algorithmen sorgen dafür, daß dieses Rauschen erst gar nicht sichtbar wird". Ebenfalls verbessert werden konnte der Weißabgleich. Die neuen Kameras unterteilen ein Bild nicht in einige hundert Segmente, um den korrekten Weißabgleich zu ermitteln, wie es Kameras anderer Hersteller tun, sondern ermitteln den Weißabgleich durch die Einteilung des Bildes in mehrere zehntausend Segmente. Darüber hinaus kommt der Bildqualität zugute, daß der neue Prozessor mit einer höheren Farbtiefe von 12 Bit je Farbkanal, statt bisher 10 Bit, arbeitet.

Verbesserte Serienbildfunktion

Der Einsatz des neuen Prozessors führt nicht nur zu einer verbesserten Bildqualität, sondern trägt dazu bei, daß die Bilddaten in einer viel kürzeren Zeit die komplexen Algorithmen durchlaufen und somit eine schnellere Bildverarbeitungszeit erreicht werden konnte. Die schnellere Geschwindigkeit des DiG!C-Prozessors unterstützt insbesondere die Serienbildfunktion der Kameras. Durch das schnellere Verarbeiten der Rohdaten wird für sie nicht mehr so viel Speicherplatz benötigt. Diesen freigewordenen Platz nutzen die Canon-Kameras stattdessen, um mehr komprimierte Bilddaten aufzunehmen, so daß der Speicher für Rohdaten schneller frei wird und mehr Bilder hintereinander aufgenommen werden können.

Dank der neuen Algorithmen im DiG!C-Prozessor durchlaufen die Rohdaten schneller den Pufferspeicher und schaffen so Platz für neue Bilddaten. Damit sind schnellere Serien möglich.

iSAPS

Nicht nur der neue Prozessor, sondern auch der Einsatz einer weiteren Technologie werden für eine noch höhere Bildqualität bei einer vereinfachten Handhabung der neuen Kameras sorgen. Canon hat die mittlerweile sechzigjährige Erfahrung des Unternehmens in der Analyse von Bildern und Aufnahmesituationen genutzt, um die „intelligent Scene Analysis based on Photographic Space Technology", kurz iSAPS-Technologie, zu entwickeln. Einfach ausgedrückt handelt es sich bei ihr um eine Vorhersage-Technologie, die die Kamera dabei unterstützt, schneller aufnahmebereit zu sein, und die darüber hinaus für eine natürlichere Farbwiedergabe sorgt. „Eine Kamera muß die Farben so wiedergeben, wie der Anwender sie sieht. Menschen neigen dazu, sich an Farben unterschiedlich zu erinnern. So fällt es uns beispielsweise leichter, uns an einen bestimmten Rotton als an einen Blau- oder Grünton zu erinnern.

Die Gedächtnisfarben unterscheiden sich von den realen Farben. Das ist auch der Grund, warum viele Fotografen von ihren Bildergebnissen enttäuscht sind. Sie können sich einfach nicht so an die Farben erinnern, wie sie damals während der Aufnahmesituation tatsächlich waren", so Guido Krebs. Mit Hilfe der neuen iSAPS-Technologie wird die Farbwiedergabe der Canon-Digitalkameras auf den „Gedächtnisfarben" und nicht auf den real existierenden Farben basieren. Die iSAPS-Technologie setzt den sogenannten „Photographic Space" für die Bildanalyse ein. Dieser „fotografische Raum" basiert auf Tausenden von statistischen Daten, die Canon im Laufe jahrelanger Erfahrung mit der Bildaufnahme bezüglich von Verbrauchern häufig gewählten Motiven und Aufnahmesituationen gesammelt hat. Gleichzeitig wurden zu diesen häufig gewähl-

Die iSAPS-Technologie trifft, sobald ein Anwender ein Motiv anvisiert, eine Voraussage über die wahrscheinliche Aufnahmeentfernung und die optimale Belichtung. Damit kann die Kamera in den Bereichen Fokussierung, Weißabgleich und Belichtung schneller reagieren.

ten Aufnahmesituationen auch mit statistischer Regelmäßigkeit wiederkehrende Werte bezüglich Umgebungslichtbedingungen, Aufnahmedistanz und Brennweite gesammelt. Diese Daten setzt die iSAPS-Technologie ein, um fotografische Szenen zu analysieren. Sobald ein Motiv anvisiert wird, beginnt iSAPS damit, die für diese Situation typischen fotografischen Parameter auszuwählen und zusammen mit der vom Fotografen gewählten Brennweite und der Helligkeitsverteilung des Motives die wahrscheinliche Aufnahmedistanz zu berechnen. Die Vorausberechnung der Szene führt zu einer schnelleren Reaktion des Autofokus (High Speed AF). Darüber hinaus durchforsten optimierte Algorithmen die Szene nach Kriterien wie Gegenlicht oder Dunkelheit und können so die automatische Belichtungsmessung und den automatisch durchgeführten Weißabgleich schneller und genauer darauf abstimmen.

Neue Autofokus-Technologien

Die neu vorgestellten Digitalkameras PowerShot G3 und PowerShot S45 sind zusätzlich mit Canons neuer FlexiZone AF/AE-Funktion ausgestattet, was bedeutet, daß dem Anwender insgesamt 345 frei wählbare Punkte zur Messung von Schärfe und Belichtung zur Verfügung stehen. Der Anwender kann so punktuell bestimmen, auf welche Partien des Bildes scharfgestellt oder welcher Bereich für die Ermittlung des Belichtungswertes hinzugezogen werden soll. Das Ergebnis ist eine maximale Kontrolle und Einflußnahme auf die Belichtung und Scharfstellung.

Auch die automatische Ermittlung von Schärfe und Belichtung konnte verbessert werden. So stehen bei der S45 und der Digital Ixus v^3 jetzt statt bisher drei, neun Meßpunkte zur Verfügung, von denen jeweils sechs bis neun Felder automatisch von der Kamera genutzt werden, um Belichtung und Schärfe zu ermitteln.

Mit dem neuen FlexiZone AF stehen dem Fotografen 345 individuell bestimmbare Meßpunkte zur Verfügung, um Schärfe- und Belichtungsmessung genau in dem Bildbereich ermitteln zu können, den er sich wünscht.

Intelligenter Orientierungssensor

Ein intelligenter Orientierungssensor wird in den neuen Digitalkameras dafür sorgen, daß automatisch erkannt wird, ob Motive im Hoch- oder Querformat anvisiert werden. Im Display werden die Bilder automatisch richtig angezeigt. Zudem wird die Information, ob ein Hoch- oder Querformat vorliegt, vom Sensor auch an die Belichtungsmessung geliefert.

Mittels des Orientierungssensors kann die Mehrfeldmessung jetzt auch einen hellen Himmel im Hochformat erkennen, was bei der nachträglichen Drehung von im Hochformat aufgezeichneten Bildern in der Vergangenheit zu Problemen führte.

Der neue Orientierungssensor erkennt ein Hochformat schon bei der Aufnahme. So wird ein heller Himmel im Hintergrund von der Mehrfeldmessung auch im Hochformat berücksichtigt.

PTP-Unterstützung

Ebenfalls neu ist, daß die Canon-Digitalkameras der neuen Generation jetzt alle PTP- (Picture Transfer Protocol) Unterstützung bieten. Der Vorteil von PTP liegt darin, daß digitale Bilder direkt von der Kamera auf den Computer übertragen werden können, ohne daß zuvor auf diesem ein Treiber installiert werden muß. Unterstützt wird PTP von den Betriebssystemen Win XP und Mac OS X (ab 10.1). Diese direkte Übertragung von Bilddaten wird vorerst nicht bei der Verwendung des RAW-Formats möglich sein.

Die neuen Digitalkameras

Auf diese Kamera werden viele Anwender gewartet haben: Zur photokina präsentiert Canon die Digital Ixus V^3 mit einer Auflösung von 3,2 Megapixeln. Mit den Maßen 87 x 57 x 26,7 mm ist sie die kleinste 3,2-Megapixel-Kamera mit optischem Zoom und eingebautem LCD-Monitor auf dem Markt (Stand: 27.8.2002). Sie ist mit einem Zweifach-Zoomobjektiv ausgestattet, das umgerechnet aufs Kleinbildformat eine Brennweite von 35 bis 70 mm bietet. Ausgestattet mit den neuesten Canon-Technologien (DiG!C-Prozessor, iSAPS, Orientierungssensor) bietet sie darüber hinaus eine Vielzahl fotografischer Features. Neu hinzugekommen ist bei der im edlen Metallgehäuse gestalteten Kamera eine Histogrammfunktion zur professionellen Bildkontrolle und der neue AiAF-Autofokus, der mit neun statt bisher drei über das Bildfeld verteilten Meßfeldern die optimale Schärfe und Belichtung ermittelt.
Weitere Features wie eine Spotmessung, die Möglichkeit der manuellen Bestimmung des Weißabgleichs und ISO-Einstellungen mit Werten zwischen 50 und 400 runden das Leistungspotential ab.
Im manuellen Modus können bei der Ixus V^3 Verschlußzeiten von bis zu 15 Sekunden Länge gewählt werden. Mit dem Einsatz des neuen Prozessors konnte auch eine weiter verbesserte Serienbildfunktion mit zwei Bildern pro Sekunde bei bis zu zwölf Bildern in Folge realisiert werden. Filmsequenzen

Die Digital Ixus V3 ist die derzeit kleinste 3,2 Megapixel-Kamera mit optischem Zoom und LCD-Monitor (Stand: 27.8.02).

werden in einer Auflösung von 640 x 480 Pixeln bis zu einer Länge von 30 Sekunden aufgezeichnet. Auch die Canon Direct Printing Funktion konnte bei der neuen Digital Ixus noch einmal verbessert werden. Neben der direkten Ausgabe der Bilder über die Card Photo Printer und die Bubble Jet Direct-Drucker des Unternehmens ist es jetzt auch möglich, über die integrierte Bildzuschneide-Funktion bestimmte Bildausschnitte auszuwählen und diese direkt auszudrucken. Die Digital Ixus V3 unterstützt den Exif Print Standard, der dafür sorgt, daß entsprechend kompatible Drucker motiv-relevante Informationen der Kamera nutzen, um natürliche Prints in lebendigen Farben zu drucken. Die Kamera ist ab Ende Oktober lieferbar und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 599 Euro.

Die Vier-Megapixel-Kamera PowerShot S45 wird mit einer großen Funktionsvielfalt auch den Ansprüchen ambitionierter Anwender gerecht.

Canon PowerShot S45

Mit der PowerShot S45 stellt Canon das Nachfolgemodell der S40 vor. Die Vier-Megapixel-Kamera mit dem praktischem Frontschieber aus Metall ist mit einem neuen Dreifach-Zoomobjektiv ausgestattet, das eine Brennweite von 35 – 105 mm im Vergleich zum Kleinbildformat liefert. Die Kamera ist mit allen bereits beschriebenen neuen Canon-Technologien ausgestattet und läßt dem Anwender sogar die Wahl zwischen der automatischen 9-Feld AiAF-Messung oder der neuen FlexiZone AF/AE-Funktion mit 345 individuell wählbaren Meßpunkten für die Bestimmung von Schärfe und Belichtung. Dreizehn Belichtungsprogramme inklusive manueller Einstellungen, kreative Fotoeffekte sowie eine individuell programmierbare Customer-Funktion gehören zu ihren individuellen Leistungsdaten. Die PowerShot S45 ist ab Mitte Oktober zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 799 Euro erhältlich.

Die PowerShot S45 hat einige Features mit einer weiteren Neuvorstellung von Canon gemeinsam, der für semiprofessionelle Anwender konzipierten PowerShot G3. Beide Kameras bieten drei Belichtungsfunktionen, eine erweiterte Bracketing-Funktion, die jetzt auch genutzt werden kann, um verschiedene Schärfeverteilungen in einem Motiv auszuprobieren, und zwei verschiedene Modi (Priorität: Geschwindigkeit bzw. Priorität: Bildanzahl) für Serienaufnahmen. Die S45 nimmt im Geschwindigkeitsmodus bis zu 2,5 Bilder pro Sekunde, im Bildanzahlmodus bis zu 1,5 Bilder pro Sekunde auf. Die G3 kommt mit Priorität für die Geschwindigkeit auf bis zu 2,6 Bilder pro Sekunde und bei der Priorität für die Bildanzahl auf bis zu 1,7 Bilder pro Sekunde. Beide Kameras bieten die Speicherung der Bilddaten im RAW-Modus und stellen diverse automatische und manuelle Blitzfunktionen zur Verfügung – beispielsweise eine Blitzbelichtungs-Korrektur in drei Leistungstufen. Im Movie-Modus können mit der S45 und der G3 bis zu drei Minuten lange Videos mit 15 Bildern pro Sekunde aufgezeichnet werden. Im Lieferumfang beider Kameras wird eine 32 MB Compact-Flash-Karte enthalten sein.

Canon PowerShot G3

Das neue, vier Megapixel starke Topmodell der PowerShot-Reihe, die G3, wurde mit einem ebenfalls neuen optischen Vierfachzoom ausgestattet, das eine Brennweite äquivalent zum Kleinbild von 35 bis 140 mm bietet. Ihre Anfangsblende von f2.0 zahlt sich vor allem bei kritischen Lichtverhältnissen aus. Ein eingebauter optischer ND8-Filter eignet sich vor allem für sehr helle Lichtsituationen: Er reduziert die Helligkeit um drei Blendenstufen. Zwölf verschiedene Belichtungsprogramme, darunter manuelle Einstell-

Ein Vier-Megapixel-CCD, ein lichtstarkes Vierfachzoom-Objektiv und Funktionen, die einen großen kreativen Freiraum bieten, machen die PowerShot G3 zur idealen Kamera für semiprofessionelle Anwender.

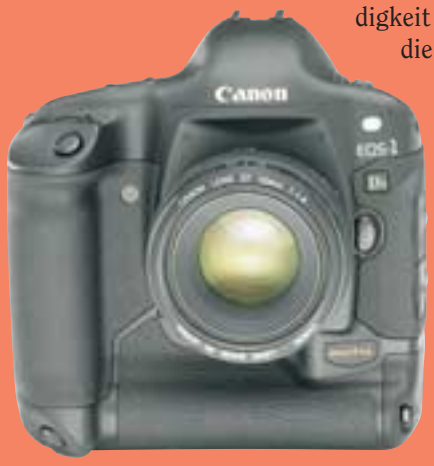
Der 1,8" große LCD-Monitor der PowerShot G3 ist dreh- und schwenkbar, so daß Bilder auch aus ungewöhnlichen Aufnahmepositionen heraus aufgenommen werden können.

möglichkeiten sowie Motivprogramme sorgen für einen großen kreativen Spielraum. Makroaufnahmen sind mit der Kamera mit bis zu 5 cm Abstand möglich. Bei der G3 stehen zwei Custom-Programme für die Speicherung individueller Einstellungen zur Verfügung. Natürlich werden auch bei dieser Kamera die neuen Canon-Technologien wie DiG!C-Prozessor mit 12 Bit interner Farbverarbeitung, FlexiZone AF, iSAPS und der neue Orientierungssensor für eine optimierte Bildqualität sorgen. In punkto Bedienerfreundlichkeit bietet sie ein neues, schnell bedienbares Einstellrad im EOS-Stil. Für weitere Kreativität sorgt der Objektivring mit Bajonettfassung, der um optional erhältliche Konverter für Weitwinkel- und Teleaufnahmen ergänzt werden kann. Bei der G3 wird es erstmals möglich sein, Bilder, die im JPEG-Format aufgezeichnet wurden, direkt nach der Aufnahme in eine RAW-Datei zu verwandeln. Die durch einen externen Blitzschuh mit Canon EX Speedlite-Blitzsystemen kompatible G3 wird ab Ende Oktober lieferbar sein und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 999 Euro.

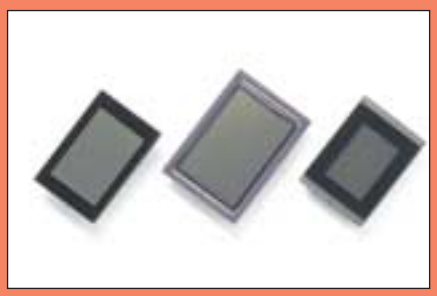
Die hier vorgestellten Digitalkameras von Canon werden zusammen mit dem neuen Softwarepaket Zoombrowser EX 4.0 geliefert, das als Steuerzentrale unter anderem für die Bilddatentransfersoftware File Viewer Utility, Remote Capture für die Fernsteuerung der Kameras oder die Panorama-Software Photo Stitch fungiert. Das Programm wurde mit einem neuen frischen Interface im Windows XP-Stil ausgestattet und läßt sich jetzt noch schneller und zuverlässiger bedienen. Darüber hinaus sind die Programme ArcSoft Photo Studio und bei der G3 Adobe Photoshop 5.0 LE für die Bildbearbeitung enthalten. höl

Für Profis das volle Format und über elf Megapixel

Mit der neuen EOS 1Ds stellt Canon eine Profi-Digitalkamera vor, die sich durch einen von Canon entwickelten CMOS-Sensor im Kleinbildformat (35,8 x 23,3 mm), eine Auflösung von 11,1 Megapixeln und durch eine Serienbildgeschwindigkeit von drei Bildern pro Sekunde bei 10 Bildern in Folge für Anwendungsbereiche wie die Werbe- und Modefotografie anbietet. Von ihrem eher für die Sportfotografie konzipierten Schwestermodell EOS 1D hat sie das robuste Gehäuse aus Magnesiumlegierung, den 45-Punkt-Autofokus sowie die zahlreichen Personal- und Custom-Funktionen übernommen. Die Verbindung von Qualität und Geschwindigkeit der EOS 1Ds wird durch die Kombination des High-End CMOS-Sensors mit leistungsfähigen Komponenten für die interne Bildverarbeitung, eine Farbtiefe von 48 Bit und ein spezielles paralleles Verfahren beim Auslesen des CMOS-Sensors erreicht. Alle Canon-Objektive können aufgrund des Sensors im Kleinbildformat ohne optische Brennweitenverlängerung genutzt werden. Die Auslöseverzögerung von nur 55 ms und eine extrem kurze Dunkelphase (87 ms) des SLR-Suchers erlauben ein praktisch verzögerungsfreies Fotografieren. Die Empfindlichkeit kann zwischen ISO 100 und 1250 eingestellt werden. Die kürzeste Verschlußzeit beträgt 1/8.000 Sekunde; damit können auch schnelle Bewegungen scharf wiedergegeben werden. Die kürzeste Blitzsynchronzeit von 1/250 erlaubt den präzisen Einsatz von Blitzlicht im Studio und gibt beim Aufhellblitzen mehr Freiheit. Für die professionelle Weiterverarbeitung der Digitalfotos im Druck kann der Fotograf je nach Aufnahmesituation und Verwendungszweck zwischen den zwei Farbräumen sRGB und Adobe RGB wählen. Zehn Einstellungen für den Weißabgleich bieten Flexibilität für unterschiedlichste Lichtsituationen. Die automatischen Bracketing-Funktionen unterstützen nicht nur die automatische Variation von Belichtungszeit und Blende, sondern auch von Parametern wie Weißabgleich und ISO-Empfindlichkeit. Die EOS 1Ds wird ab Mitte Oktober erhältlich sein und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 10.000 Euro.



Speziell für Anwender in den Bereichen Mode, Katalog- oder People-Fotografie wurde die 11,1-Megapixel-Digitalkamera EOS 1Ds konzipiert.



Die Größe des neuen CMOS-Sensors (Bildmitte) entspricht fast genau dem Kleinbildformat.

Digital Imaging by Noritsu

NEW

QSS-3101
High Speed
Laser Lab
30x45cm

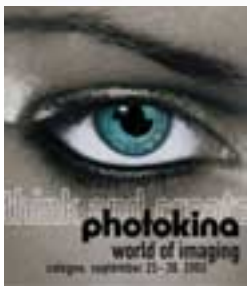
QSS-2901
Fully Digital
30x45cm

NEW

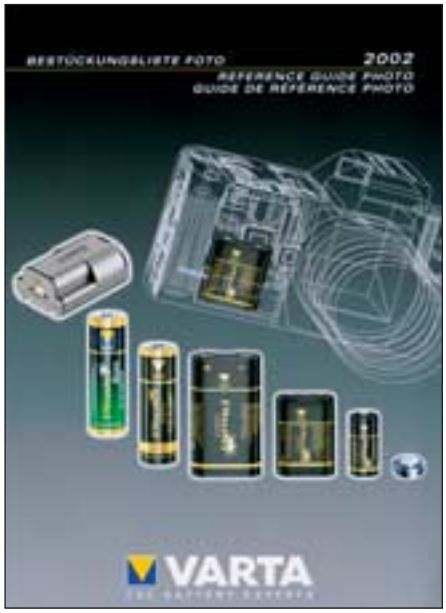
QSS-3001
Fully Digital
20x30cm

Noritsu DigiLabs
Fully Digital Imaging

Noritsu (Deutschland) GmbH, Siemensring 87, D-47877 Willich
Telefon +49-2154/9157-0, Telefax +49-2154/9157-70, www.noritsu.de



Halle 9.2, Stand K10/L11



Um dem Handel das Verkaufen der richtigen Akkus und Batterien zu erleichtern, veröffentlicht Varta mehrmals pro Jahr Bestückungslisten, in denen außer den aktuellen Modellen auch längst vergessen geglaubte Geräte auftauchen. Die bereits existierenden Listen für Analogfoto und Video werden zur photokina durch eine neue Liste mit Informationen zu Digitalkameras ergänzt.

Varta stellt sich neu auf

Nach 14jähriger Abstinenz ist Varta mit der Sparte Gerätebatterien in diesem Jahr wieder einmal auf der photokina vertreten. Wenige Tage vor dem Zusammenschluß mit dem US-amerikanischen Batterieproduzenten Rayovac Corporation, der am 1. Oktober in Kraft treten soll, will der deutsche Batteriespezialist die Messebesucher über neue Strategien im Batteriemarkt und vor allem über neue Produkte informieren.

So gibt es zum Beispiel die Varta Photo Accus mit noch mehr Leistung als bisher und in einem vollkommen neuen Design zu sehen: Ab 2003 wartet die Mignon (AA) mit 2100 mAh auf. Das sind zehn Prozent mehr als beim Vorgängermodell; gleichzeitig macht die neue Kapazität diese Zelle zur stärksten Varta Photo Accu. Auch bei den Energiequellen für DigiCams gibt es Neuheiten. Kurz nachdem deren Kapazität um rund 300 mAh gesteigert werden konnte, kommen weitere 200 mAh hinzu. Und auch der Micro-Accu (AAA) bietet ab 2003 800 mAh.

„Für den Kunden bedeutet diese Leistungssteigerung nicht nur, daß er sich auf eine extralange Lebensdauer der Akkus verlassen kann“, sagte Ulf Wiesemborski, International Marketing Manager Varta Gerätebatterie GmbH, im Gespräch mit imaging+foto-contact. „Sondern es bedeutet auch, daß Digi Cams, die ihre Energie aus den Varta Photo Accus beziehen, wesentlich schneller wieder startklar sind.“

Neue Farben sollen das Leistungsplus der Akkus unterstreichen. „Das überarbeitete Design ist Teil unserer Repositionierung“, erklärte Wiesemborski. „Damit sorgen wir für Orientierung und Struktur. Schon an der Verpackung erkennt der Kunde, welche Batterie für sein Gerät die passende ist.“

Den steigenden Verkaufszahlen bei Digitalkameras entsprechend bietet auch Varta seit geraumer Zeit spezielle Energieträger für digitale Fotokameras an. Sechs verschiedene Akku-/Batterietypen bietet das Unternehmen derzeit in seinem Varta Digital Photo Center für die gängigsten Digitalkameras an, drei weitere werden dieses Sortiment ab der photokina erweitern.

Weitere Neuheit am Varta-Stand: das Akku-Ladegerät One-Hour-Charger, das laut Wiesemborski die Eigenschaften schnell, mobil, intelligent und topmodern für sich in Anspruch nehmen kann. „Es gibt viele Hersteller, die behaupten, ihre Ladegeräte könnten Akkus in einer Stunde auffrischen“, stellte der International Marketing Manager fest. „Unser neues Gerät kann das wirklich.“ In Zahlen bedeutet das beispielsweise, daß die Ladezeit für vier Mignon-

Das Varta Digital Photo Center bietet die unterschiedlichsten Energiezellen (v. l.): Photo Alkaline AAA und AA, Photo Lithium CR V3, Nickel-Hydrid Accu Pack P31, Lithium-Ion Accu Pack P32, P34, P33, P36 und P37, Photo Lithium 2 CR 5, Nickel-Hydrid Photo Accu AA und AAA.

Ulf Wiesemborski, International Marketing Manager Varta Gerätebatterie, gehört seit 1996 zum Unternehmen. Davor arbeitete der Diplom-Wirtschaftsingenieur als International Sales Manager Telekommunikation bei der Hagenuk GmbH. Die berufliche Laufbahn Wiesemborskis begann bei der Robert Bosch GmbH als Ingenieur im Technischen Verkauf.

Cristof Queisser trägt seit März 2000 Verantwortung als International Sales & Marketing Director bei der Varta Gerätebatterie GmbH. Der heute 35jährige lernte in verschiedenen Stationen seines beruflichen Lebens die Eigenschaften internationaler Märkte kennen, unter anderem bei Unilever, Tengelmann und Kaiser's. Zuvor schloß er das Studium der Betriebswirtschaft ab.

Fotozellen in NiMH-Technik um rund 85 Prozent im Vergleich mit dem bisherigen Ladegerät verkürzt wurde. Ein weiterer Vorteil sei die Mobilität des Gerätes: Per Adapter kann es weltweit an alle Stromnetze angeschlossen werden, die zwischen 100 und 240 Volt liegen, und sogar an das Bordnetz eines Pkws. Der Aufladeprozeß und die verbliebene Kapazität kann beim One-Hour-Charger, ähnlich der Anzeige bei Handys, auf einer Balkenanzeige abgelesen werden. Und schließlich präsentiert Varta das Gerät in einem eigens entwickelten Design, das den edlen Titanfarben der Photo Accu Packs angepaßt wurde.

Erster Fotoakku aus Lithium-Polymer

Zur photokina stellt Varta schließlich auch den ersten Fotoakku aus Lithium-Polymer vor: Der titanfarbene Photo Accu Pack aus Vartas P-Serie eignet sich für Digi Cams von Sony. Er kommt im Oktober auf den Markt. Mit 21 Gramm Gewicht ist er etwa halb so schwer wie zwei Alkaline-Zellen, die beim Kauf einer DigiCam standardmäßig mitgeliefert werden. Der neue Akku hat die Abmessungen 50 x 30 x 16 mm und bietet 600 mAh und 3,6 Volt. „Die P 35 hat eine extrem hohe Energiedichte. Ich bin davon überzeugt, daß sie damit zum Vorreiter unter den Fotoakkus wird", meinte Christof Queisser, International Sales & Marketing Director bei Varta Gerätebatterien.

www.lup.de

Ihr bester Mitarbeiter

Express Print Station EPS8000

Rund um die Uhr einsatzbereit, nie krank, keine Sozialkosten, kein Urlaub, schnell amortisiert und mehr Profit für Sie. Das besonders kompakte Selbstbedienungs-System EPS8000 ist überall einsetzbar. Es besticht durch kinderleichte, selbsterklärende Bedienung und Bildbearbeitung via Touchscreen und superschnelle Ausdrucke zur Sofortmitnahme. Es verarbeitet alle gängigen digitalen Speichermedien und erstellt auf Wunsch Foto-CDs und CD-Kopien. Mit der Express Print Station EPS8000 bieten Sie Ihren Kunden „Print it yourself" für alle DigiCam-Fotos. Erstklassige Qualität zum günstigen Preis – Sie müssen nur noch kassieren.

Mitsubishi Markenqualität – erstklassig in puncto Technik, Verarbeitung und Support.

Mitsubishi Electric Europe B.V.
Niederlassung Deutschland
Electronic Visual Systems
Gothaer Straße 8
40880 Ratingen
Tel.: +49 (0) - 21 02 - 4 86 92 50
Fax: +49 (0) - 21 02 - 4 86 73 20
www.mitsubishi-evs.de

photokina
world of imaging
25.-30. september 2002
Halle 14.2, Stand R 80/Q 81

MITSUBISHI ELECTRIC
Changes for the Better
Electronic Visual Systems

Die Einführung der Marke „Das Photo" gehörte zu den Höhepunkten der partnerschaftlichen Zusammenarbeit zwischen dem Oldenburger Laborunternehmen und Bertelsmann.

CeWe Color und Bertelsmann sind seit 25 Jahren Partner

1977 hatte das 1950 von Reinhard Mohn gegründete Unternehmen Bertelsmann beschlossen, das Sortiment seiner Der Club Filialen um Fotoarbeiten zu erweitern. Als Partner wählten die Gütersloher die CeWe Color Gruppe. Seit nunmehr 25 Jahren arbeiten beide Unternehmen erfolgreich zusammen. Erfolgreich deshalb, weil sich der Fotoarbeitenbereich nach dem gemeinsamen Aufbau zu einem Frequenzbringer entwickelt hat und heute zu den profitabelsten Umsatzbereichen innerhalb des Bertelsmann Clubs gehört.

Damit wurde das ursprüngliche Ziel zur Zufriedenheit beider Partner erreicht. Denn der damalige Gedanke war, Fotografen, die sich für einen bevorstehenden Urlaub oder einen sonstigen Fotografieranlaß mit Filmmaterial eindecken wollten, dazu zu bringen, auch gleich noch ein Buch mitzunehmen – gerade vor den Ferien gehört die Suche nach geeigneter Lektüre zu den Hauptbeschäftigungen vieler Menschen. Über die steigende Frequenz sollten und wurden neue Club-Mitglieder akquiriert und zusätzliche Umsätze verbucht. Was vor 25 Jahren als Feldtest begann, ist inzwischen zur Institution geworden. „Heute beliefern wir die Bertelsmann-Filialen in ganz Deutschland mit Fotoarbeiten", so Wilfried Weiss, Key Account Manager bei CeWe Color.

Das Motto der Zusammenarbeit lautete von Beginn an „Keep it simple". Weiss: „Fotoarbeiten müssen klar kommuniziert werden und sich somit leicht verkaufen lassen. Zu 60 Prozent kaufen die Frauen ein. Sie haben normalerweise keine Lust, sich groß mit technischen Fragen auseinanderzusetzen."

Deshalb habe man sich entschieden, ein Dachmarkenkonzept mit einer Zwei-Linien-Politik zu führen, erläuterte Jürgen Spexard, Programm Manager Film-/Fotogeschäft bei Bertelsmann Der Club. „Wir haben eine Standard- und eine Premiumlinie. Durch gezieltes Hochverkaufen ist es gelungen, den Anteil der Premium-Linie auf über 30 Prozent der Fotoarbeiten zu erhöhen."

Neue Umsätze durch digitale Fotografie

Zusätzliche Umsätze hat auch bei Bertelsmann die digitale Fotografie gebracht. Über seinen Katalog und seine Homepage www.derclub.de bewirbt das Unternehmen nach Spexards Schilderung regelmäßig Digitalkameras, digitale Produkte und digitale Dienstleistungen. „In unseren Filialen können die Kunden alle gängigen Speicherkartentypen kaufen", so Spexard, „und seit mehreren Jahren bieten wie den Club-Mitgliedern auch die Online-Bestellung von Fotoarbeiten über den Online Photo Service von CeWe Color an." Dabei könne sich der Besteller entweder für die Zustellung der Fotos zu Hause oder die Abholung in einer der über 300 Der Club Filialen entscheiden. „Mehr als vier von fünf Kunden holen ihre Online-Bestellungen im Geschäft ab", sagte Spexard.

Weitere neue Umsätze erzielt Bertelsmann seit geraumer Zeit mit dem Digi Film-Maker von CeWe. „Ein großer

Zum Jubiläum gibt es auch für die Der Club-Kunden Grund zur Freude: Drei digitale oder fünf analoge Bilder in Premium-Qualität gibt es umsonst.

Anteil unserer Kunden kommt mit selbstgebrannten CDs, Disketten oder teuren Original-Speichermedien in die Filialen, um Fotos zu bestellen“, so Spexard. Man habe sich deshalb nach einem erneuten Feldtest dazu entschlossen, in allen Filialen mindestens einen DigiFilm-Maker zu installieren. Ein Entschluß, der sich schnell als richtig erwies: Das Geschäft brummt. Spexard: „Durchschnittlich bekommen wir über die DigiFilm-Maker Aufträge mit über 50 Fotos – gleichgültig, ob es sich dabei um einen e-Cube oder s-Cube handelt.“

Auch die CeWe Image CD trägt nach den Ausführungen des Bertelsmann-

Freuen sich über die langjährige Zusammenarbeit: Wilfried Weiss, Key Account Manager CeWe Color (l.), und Jürgen Spexard, Programm-Manager Film-/Fotogeschäft bei Der Club Bertelsmann.

Managers in jüngster Zeit in erfreulicher Höhe zum Umsatz bei: Rund sechs Prozent aller konventionellen Filmentwicklungen liefert Der Club heute mit einer Image CD aus – Tendenz leicht, aber kontinuierlich steigend. „Diese Produkte bereiten uns sehr viel Freude, weil wir durch sie die Erlössituation pro Auftragstasche erheblich steigern können“, erklärte Spexard.

Ziel der Verantwortlichen beim Bertelsmann Club ist es, den Digitalbereich in den kommenden Jahren verstärkt auszubauen. Bereits jetzt erzielt das Unternehmen den Angaben zufolge über fünf Prozent des Fotoarbeitenumsatzes mit Digitalprodukten und -dienstleistungen. Spexard: „Bis Ende des Jahres wollen wir den Anteil auf acht Prozent erhöhen, und bis zum Jahr 2005 wollen wir 25 Prozent erreichen. Bis dahin werden wir uns weiterhin auf den erfahrenen Partner CeWe Color verlassen.“

CeWe Color will neue Standards in der Porträtfotografie setzen

In den vergangenen Monaten hat CeWe Color Color-Management für die professionelle Porträt-Fotografie eingeführt. Damit reagierte das Oldenburger Unternehmen auf die wachsende Zahl von Porträt-Profis unter ihren Kunden, die mit digitaler Ausrüstung arbeiten. Wilfried Weiss, Key Account Manager und verantwortlich für den Porträt-Bereich bei CeWe Color, betonte, daß die digitale Fotografie viele neue Möglichkeiten biete und damit auch neue Kundengruppen erschließe.

CeWe Color gehört heute zu den führenden Fotolaboren für digital arbeitende Porträtfotografen. Seit 1997 sammelt das Unternehmen Erfahrung mit der High-end-Belichtung digitaler Daten. Um die Ergebnisse immer weiter zu verbessern, arbeitet man seitdem an einem hausinternen Fertigungsstandard. Mit dem jetzt eingeführten Color-Management soll es nach CeWe Color Angaben möglich sein, Bilder so auszubelichten, wie der Fotograf sie am Monitor sieht.

Damit dies tatsächlich gelingt, empfiehlt Weiss Porträt-Digitalfotografen, im Bildbearbeitungsprogramm Photoshop den ECI-Farbraum einzustellen. Darüber hinaus sollte der Bildschirm mit Hilfe der von CeWe ausgearbeiteten Profile kalibriert werden.

Wilfried Weiss, Key Account Manager und verantwortlich für den Porträt-Bereich bei CeWe Color.

Der Vorteil für die tägliche Arbeit des Fotografen liegt darin, daß der Printer im CeWe Labor bei CeWe Color bereits auf seine Hard- und Software eingestellt ist. Ab der Aufnahme bis zur späteren Ausgabe des Fotos ist alles optimal eingestellt, d. h. ohne weiteren Bearbeitungsaufwand werden die Bilddateien zur Ausbelichtung gegeben. Damit hat der Fotograf die Qualität der Fotos selbst in der Hand.

Die Ausbelichtungen können in sechs Größen (10 x 15 cm bis 50 x 75 cm) und drei verschiedenen Oberflächen (Seidenraster, Glanz und Matt) bestellt werden. Die Bilddaten sollten im RGB-Farbraum als TIF(.tif)-Datei oder gegebenenfalls als JPEG (.jpg)-Datei unkomprimiert angelegt und bei 254 dpi (Pixel/inch) auf Formatgröße eingestellt werden.

Um darüber hinaus die Bestellung zu erleichtern, hat CeWe Color eine Order-Software für Porträt- und Facharbeiten entwickelt. Der Porträt-Fotograf kann einfach und bequem die gewünschten Bilder bestellen. Er braucht nur noch einmal täglich die Bilddaten auf eine CD mit seinen Formatwünschen und der Bilderanzahl zu brennen und in eine Auftragstasche zu stecken. Innerhalb weniger Tage erhält er alle Aufträge des Tages optimal ausbelichtet zurück.

Die Zusammenarbeit mit dem Porträt-Fotografen geht noch weiter. Da ein perfekt ausgeleuchtetes Foto mit viel Stimmung und Emotionen von digitalen Bilddaten viel Know-how erfordert, bietet das Laborunternehmen eine breite Palette an Schulungen und Seminaren an, die jeweils über ein bis drei Tage dauern. Unter anderem wird in drei dreitägigen Veranstaltungen das Thema „Digitale Porträtfotografie für professionelle Anwender“ behandelt. Referentin der Seminarreihe ist die Andernacher Fotografin Elfriede Twardy, die seit fünf Jahren nur noch digital fotografiert. Vermittelt werden u.a. die Grundlagen der digitalen Bildbearbeitung, die Optimierung der Bilddaten für die Ausgabe, Monitorkalibrierung, Color-Management und viele wichtige Möglichkeiten von Photoshop 6.0 und 7.0. Darüber hinaus werden Fragen zur benötigten IT-Hardware, Ausgabemöglichkeiten, Handhabung in Verbindung mit konventioneller Ausrüstung (Einbindung vorhandener Kamera und Blitzanlage) oder der „Verwertungskette“ digitaler Bilddaten im Porträtstudio beantwortet. Die Teilnahmegebühren betragen 450 Euro für CeWe Color-Kunden, 525 Euro für Nichtkunden. Informationen zu den kommenden Veranstaltungen im Oktober gibt es bei: CeWe Color, Michael Schulze-Beerhorst, Telefon 0441/404-534.

Photo+Medienforum Kiel lädt zum Standbesuch ein

Die geistige, mentale und körperliche Fitneß der Messebesucher steht im Mittelpunkt der Präsentation, mit der das Photo+Medienforum Kiel in Halle 3.1 (Stand L/M 40) auf der photokina vertreten ist. So können die Gäste beispielsweise bei einem Foto-Quiz ihre geistige Fitneß testen und etwas gewinnen, wenn sie fit genug sind. Ein Koch hält kulinarische Spezialitäten mit vitaminreicher Nahrung und erfrischenden Getränken bereit. Und für die körperliche Fitneß bietet das Photo+Medienforum außerdem wohltuende Massagen an. Und natürlich beantwortet das Standteam auch alle Fragen zum Photo+Medienforum Kiel und zur Landesberufsschule Photo+Medien Kiel.
Auf der Abendveranstaltung (26. September, 17 Uhr) für Mitglieder des Forums stehen zahlreiche Ehrungen und Preisverleihungen auf dem Programm: Der Heinz-Neumüller-Preis wird durch Dr. Rolf Hollander von der CeWe Color Gruppe an die besten Abgänger des Abschlußjahres der Landesberufsschule überreicht. Rainer Schmidt vom Photoindustrie-Verband verleiht den Preis des Photoindustrie-Verbandes an den besten Absolventen des Hauptlehrgangs 2002 zum Handelsfachwirt Fachrichtung Foto- und Medientechnik. Und auch die besten Absolventen des Fernstudiums von Nikon in Zusammenarbeit mit dem Photo+Medienforum werden geehrt. Schließlich hat das Photo+Medienforum Kiel auch noch einen Überraschungsgast für die Veranstaltung angekündigt.

60 Auszubildende haben in Kiel ihre Prüfung abgelegt

60 Auszubildende haben im Juli an der Landesberufsschule Photo+Medien Kiel ihre Prüfung als Kaufmann/-frau im Einzelhandel, Fachrichtung Foto, Kino, Video, vor der Industrie- und Handelskammer zu Kiel abgelegt. Während einer feierlichen Verabschiedung erhielten die jungen Fotokaufleute ihre Zeugnisse. In einer Ansprache unterstrich Karl-Volker Sauer, Schulleiter der Beruflichen Schule am Ravensberg, die Bedeutung einer guten Ausbildung für den weiteren beruflichen Werdegang. Auch 36 Junggesellen nahmen im Juli im Rahmen der Freisprechungsfeier an der Landesberufsschule vor großer Kulisse und unter den Augen zahlreicher Vertreter der Fotobranche, vieler Ausbilder, Freunde und Verwandter ihre lang ersehnten Gesellenbriefe in Empfang.

DGPh verleiht Kulturpreis im Kölner Museum Luwig

Die Deutsche Gesellschaft für Photographie (DGPh) verleiht ihren Kulturpreis 2002 am 28. September um 19 Uhr im Rahmen einer kleinen Feierstunde in der Cinemathek des Museums Ludwig in Köln. Geehrt werden zwei US-Amerikaner, und zwar der Publizist A.D. Colemann, New York, und der Fotograf Richard Misrach, Berkeley. Mit der Ehrung würdigt die DGPh „eine jeweils einzeln anzuerkennende Leistung, die die beiden Preisträger, jeder auf seinem Gebiet, durch und durch für die Fotografie erbracht haben."

Polaroid belohnt treue Ringfoto-Partner

Mit kostenlosem Studio-Equipment hat Polaroid in einer exklusiven Treue-Aktion im Juni und Juli seine Ringfoto Partner belohnt. Zusätzlich zur Prämienaktion gab es beim Polaroid Gewinnspiel als Hauptpreis einen Wochenendtrip in die „goldene Stadt" Prag zu gewinnen. Bei der Polaroid Treue-Aktion hatten die Händler – je nach Menge der bestellten SP 125 Filme – die Auswahl zwischen verschiedenen Prämien: vom Timer über Paßbildtrockner und Studio Software bis hin zum Studioblitzgerät Polaroid 500. Mit diesem Zubehör konnten die Ringfoto Partner ihre Studioausstattung kostenlos erweitern und ihren Kunden somit umfangreicheren Service anbieten. Zusätzlich zur Treue-Aktion animierte das Polaroid Gewinnspiel die Ringfoto Händler zur Teilnahme. Der Hauptgewinner wird von Polaroid benachrichtigt: Ihn erwartet ein Wochenendtrip nach Prag inklusive einer Übernachtung, einem romantischen Dinner und einer Sightseeingtour durch die „goldene Stadt". Den Höhepunkt der Reise bildet der Besuch im Polaroid 50 x 60 Studio, mit Vorführung der in Europa einzigartigen Großbildkamera, die Sofortbilder im Format 50 x 60 cm macht.

imaging + foto contact
GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

PrePress
ZEITSCHRIFT FÜR PUBLISHING UND DIGITALDRUCK

PoS-MAIL

Als die Bilder fliegen lernten: Telekommunikation und Foto wachsen zusammen

Neue Mobilfunkwelten und breitbandige Festnetzangebote bringen Perspektiven und Umsatzchancen für High-Tech-Händler – professionelle Bildanwender optimieren Zeit und Kosten

BESSERWISSER

WENN DER KANZLER AUGENRINGE HAT,
WEISS ICH, WARUM.

SPIEGEL ONLINE

WENN DE NIRO KEINEN OSCAR
KRIEGT, KENNE ICH DIE GRÜNDE.

cinema

WENN ANDERE NOCH
SUCHEN, STEHE ICH LÄNGST
AN DER THEKE.

PRINZ online

WENN ALLE ZIELLOS
ZAPPEN, HABE ICH
DEN RICHTIGEN TIPP.

TV SPIELFILM

WENN ANDERE ES HABEN WOLLEN,
HABE ICH ES SCHON GEKAUFT.

eBay

WENN ALLE NOCH RÄTSELN,
WEISS ICH SCHON,
OB SIE ECHT SIND.

.de

WENN ES EINEN DUFT GIBT,
DER ANGESAGT IST –
ICH HABE IHN.

Douglas

WENN NOCH FÜNF SPIELE
AUSSTEHEN, GRATULIERE
ICH SCHON DEM MEISTER.

kicker online

WENN DIE BÖRSE CRASHT,
HABE ICH SCHON LANGE VERKAUFT.

comdirect

IMMER WISSEN, WAS WANN WO PASSIERT –
MIT DIESEN UND VIELEN WEITEREN
INTERESSANTEN I-MODE™ PARTNERN.

MEHR INFOS UNTER WWW.EPLUS-IMODE.DE,
I-MODE™ HOTLINE 0 18 03/199 199 (0,09 €/MIN.
AUS FESTNETZ DTAG) ODER ÜBERALL, WO
ES E-PLUS GIBT.

INFORMATION, ENTERTAINMENT UND
KOMMUNIKATION FÜR UNTERWEGS:

I-MODE™– EINE NEUE FORM DES INTERNETS.

Abb. Display ähnlich

exklusiv bei e·plus

i MODE

i-mode and the i-mode logo are trademarks or registered trademarks of NTT DoCoMo, Inc. in Japan and other countries.

03 Editorial 13.09.2002 8:52 Uhr Seite 1

Neues Terrain betreten

Mit Multimedia Messaging Service (MMS) und i-mode sind zwei ehemals unabhängige Technologien zusammengewachsen: mobile Telekommunikation und Fotografie. Wenige Tastenklicks genügen heute, um mit einer in ein Handy integrierten oder daran ansteckbaren Kamera zu fotografieren und die digitalen Bilder sekundenschnell an einen entfernten Empfänger zu schicken, sich Bilder in Online-Archiven anzusehen oder sogar echte Fotos in einem Online-Labor printen zu lassen.

Von den neuen Möglichkeiten, die aus dieser Konvergenz erwachsen, profitieren vor allem zwei Gruppen von Marktteilnehmern, nämlich die Endverbraucher und die High-Tech-Händler. Während sich für die einen eine neue, emotionale Dimension der Kommunikation geöffnet hat, Kommunikation, die einfach Spaß macht, kann der Fachhandel mit seinem Sortiment neues Terrain betreten und zukunftsorientierte Dienstleistungen präsentieren, und er kann sich wieder einmal durch seine besondere Beratungskompetenz von den Billiganbietern auf der grünen Wiese abheben.

Glaubt man den Untersuchungen führender Marktforschungsunternehmen wie der Gartner Group oder der britischen HPI Research Group, könnten Fotos zur langersehnten und dringend benötigten Killer-Applikation in der Mobilfunkbranche werden. Schon wenige Monate nach dem Start der neuen Dienstleistungen zeigt sich, daß Senden und Empfangen von Fotos und Grafiken mit dem Handy nicht nur eine Spielerei sind, sondern vielfach einen hohen Nutzen darstellen. Multimediale Inhalte sind auf dem Weg, zum festen Bestandteil der alltäglichen Telekommunikation von Privatanwendern und Businesstelefonierern zu werden.

Und das Schönste dabei: Dies gilt nicht nur für den Mobilfunk, auch im Festnetz haben die Bilder inzwischen gelernt zu fliegen. Breitbandige DSL-Leitungen bieten Up- und Download-Geschwindigkeiten, von denen man noch vor wenigen Jahren nur träumen konnte. Spezielle Geschäftskundenangebote und -tarife bis hin zur Einrichtung eines privaten virtuellen Netzwerkes, zu dem die Öffentlichkeit keinen Zugang hat, machen die professionelle Arbeit mit Grafiken und Fotos effektiver und tragen dazu bei, Kosten- und Zeitaufwand zu optimieren. Für professionelle Bildanwender und Unternehmen, die mit Fotos und Grafiken arbeiten, werden sich neue Märkte öffnen, neue Zielgruppen entwickeln und Geschäftsabläufe dramatisch verändern.

Nach der CeBIT, in deren Telekommunikationshallen im Frühjahr die Themen MMS und i-mode für Furore gesorgt haben, macht jetzt auch die photokina „die neue Rolle der Fotografie im Kommunikationszeitalter“ zu einem ihrer Schwerpunkte. Schon im Vorfeld der Messe unterstrichen Pressemitteilungen mit Titeln wie „Bilder im Cyberspace“ und „Photos und Handy“ die Bedeutung, die die photokina-Veranstalter diesem Thema beimessen. Und die nächste bedeutende Messe, die sich des Themas annimmt, ist bereits in Sichtweite: Auch auf der Systems in München werden bild- und grafikorientierte Telekommunikationsthemen wie UMTS und Wireless Lan Mitte Oktober eine vorherrschende Stellung einnehmen.

Mit unserem 16seitigen Schwerpunktthema „Als die Bilder fliegen lernten“, das parallel in der photokina-Messeausgabe in den drei deutschsprachigen Fachzeitschriften des C.A.T.-Verlages, imaging+foto-contact, PrePress und PoS-MAIL, veröffentlicht wird, wollen wir Ihnen, liebe Leser, die wachsende Bedeutung des Themas „Fotos und Telekommunikation“ ebenfalls vor Augen führen. Mit Inhalten, die vom Mobilfunk über neue Geräte bis zum Praxisreport reichen, wollen wir Sie anregen, sich mit den vielfältigen Facetten und den neuen Möglichkeiten zu beschäftigen, um neue Erkenntnisse zu gewinnen, die auch Ihren geschäftlichen Erfolg zukünftig sicherstellen.

Herbert Päge

Inhalt

Multimedia Messaging Service, oder: die Evolution der Medien ... Seite 4

Der xda von O_2 als individualisierbares Handwerkszeug ... Seite 6

T-Mobile MDA für Multimedia ... Seite 8

Neues für das drahtlose Surfen ... Seite 9

DSL: Für Nutzer ein Vergnügen, für den Handel eine Chance ... Seite 10

INKAS mobil ermöglicht mobilen Datenbankzugriff ... Seite 12

UMTS-Kongreß auf der Systems ... Seite 13

i-mode macht den mobilen Fotoversand zum Vergnügen ... Seite 14

Impressum

Dieses Schwerpunktthema erscheint als einmaliger Sonderdruck zur photokina 2002 in den drei Fachzeitschriften imaging+foto-contact, PrePress und PoS-MAIL der

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach1229,
40832 Ratingen,
Telefon 02102/2027-0,
Telefax 02102/2027-90

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

Redaktion
Thomas Blömer, DGPh, (verantwortlich), Dipl.-Journ. Herbert Päge

06-07 O2 xda 13.09.2002 8:48 Uhr Seite 1

Der xda von O_2 als individualisierbares Handwerkszeug

Mit dem xda hat der Münchner Mobilfunknetzbetreiber O_2 das erste Produkt einer vollkommen neuen Geräteklasse in sein Portfolio aufgenommen. Er vereint die Vorteile eines PDAs und eines Mobiltelefons und drückt dies auch in seinem Namen aus: „x“ steht laut O_2 für die Konvergenz von Sprach- und Datenkommunikation, „da“ ist die Abkürzung von „digitaler Assistent“. Ausgestattet mit dem Betriebssystem Microsoft Pocket PC 2002 Phone Edition stehen neben der Sprachtelefonie unter anderem Office-Anwendungen wie Internet Explorer, Outlook, Word und Excel zur Verfügung.

Der umfangreichen Ausstattung entsprechend wendet sich O_2 mit dem xda an eine breite Zielgruppe. „Zu den potentiellen Nutzern des Gerätes gehört zum einen die große Gruppe der Privatanwender, die sich für den Kauf eines PDAs interessieren und die Vorteile eines Handheld PCs und eines Mobiltelefons in einem Gerät zu schätzen wissen“, erläuterte Stefan Kaas, Leiter Geschäftskundenmarketing, in einem Gespräch mit der Redaktion. Zum anderen sei der xda vor allem für die Geschäftskunden von Interesse, zu deren beruflichem Alltag neben der Nutzung der vielfältigen Bürofunktionen auch die mobile Datenkommunikation bzw. der mobile Zugriff auf text- oder bildbasierte Datenbanken gehöre.

Diese Business-Kundengruppe zeigt sich schon nach den ersten Erfahrungen während der Testphase äußerst breit gefächert; eine Beschränkung auf bestimmte Branchen scheint es nicht zu geben. „Auffällig war in den ersten Wochen, daß sich vor allem Berufsgruppen für den xda interessierten, deren Geschäftserfolg unter anderem von der visuellen Darstellung ihrer Produkte abhängt“, berichtete Kaas. Dazu zählten beispielsweise Makler, die Interessenten noch weitere Alternativen in Wort und vor allem Bild bieten könnten, wenn diese sich während einer Wohnungs- oder Grundstücksbesichtigung nicht für das live vorgeführte Objekt entschieden. Durch einfaches Einloggen in eine zentrale Datenbank, die ständig aktualisiert werde und allen Mitarbeitern des Unternehmens zur Verfügung stehe, könnten alle relevanten Informationen zu den alternativen Angeboten abgerufen werden.

Insbesondere durch die Möglichkeit, auf Firmen- oder Internetdatenbanken zurückzugreifen, schaffe der xda ein großes Vermarktungspotential für die O_2 Handelspartner, meinte Kaas. Denn fast jedem Geschäftskunden könne der Zugriff auf eine Datenbank dienen, sei es, um mehr Geschäfte zum Abschluß zu bringen, sei es, um die eigene Arbeit effektiver zu gestalten.

Ein denkbarer Kunde sei zum Beispiel der Gebrauchtwagenhändler, der mit mehreren Betrieben in einer Stadt vertreten sei. Er könne einem Kunden, der in dem einen Betrieb den gewünschten Pkw nicht findet, sofort auf dem xda den gewünschten Wagentyp plus aller notwendigen Informationen (Ausstattung, Preis etc.) demonstrieren, sofern dieser an einem anderen Standort vorhanden sei. Auch für „ganz normale“ Handwerks- und Handelsunternehmen lohne sich datenbankbasiertes Verkaufen per xda. „Wenn ein Kunde sich wegen einer Renovierung, einer Umgestaltung seiner Wohnung oder eines Möbelkaufs an ihn wendet und er schon beim Beratungs- oder Verkaufsge-

Ausstattung und Technik des O_2 xda

Betriebssystem: Pocket PC 2002 Phone Edition; Prozessor: Intel Strong ARM; Taktfrequenz: 206 MHz; Display: 4096 Farben, 240 x 320 Pixel, hintergrundbeleuchtet; Infrarot-, serielle, USB-Schnittstelle, GPRS; Freisprecheinrichtung; Aufzeichnen der Anrufe; Klingeltöne von extern ladbar; Spiele; Taschenrechner; Vibrationsalarm; Kontakt-, Terminverwaltung; Terminserien verwalten und synchronisieren; Textverarbeitung; Tabellenkalkulation; Bearbeiten von Word- und Excel-Dokumenten; Organizer bei ausgeschaltetem Telefon; Synchronisation mit Outlook für PC; E-Mail-Client, HTML- und WWL (WAP)-Browser; Anzeige von Frames; Anzeige von JavaScript; SSL-Verbindungen; vorformulierte Textbausteine für SMS; Wiedergabe von Windows Streaming Media; Akku: Lithium-Polymer; Gewicht: 201 g; Abmessungen: 129 x 73 x 18 (L x B x H); Sonstiges: integrierter MP3-Player; Lieferumfang: Gerät, Headset, USB-Kabel, Docking-Station, Tasche; der im Internet erhältliche WAP-Browser EzWAP 2.5 (www.ezos.com) macht den O_2 xda zusätzlich fit für den Multimedia Messaging Service (MMS).

06-07 O2 xda 13.09.2002 8:49 Uhr Seite 2

Die Bedienung des xda erfolgt intuitiv über das scharfe Farbdisplay.

spräch nicht nur die neue Badewanne, das neue Sprossenfenster, den neuen Kaminofen, die neuen Vorhänge oder die neuen Eßzimmermöbel im Bild präsentiert, sondern auch alle benötigten Informationen ohne langwierige Rückfragen oder aufwendiges Suchen in Katalogen liefert, dann gelingt der Verkaufsabschluß sicherlich schneller“, sagte Kaas.
Auch die eigene Arbeit lasse sich damit optimieren, unnötige Wege und Zeit sparen. „Ein Monteur kann beispielsweise schon direkt vor Ort beim Kunden feststellen, ob das Ersatzteil, das er etwa für die Reparatur der Waschmaschine benötigt, vorrätig ist, und mit einem Blick in die Fotodatenbank kann er sicherstellen, daß es sich tatsächlich um das richtige Teil handelt“, beschrieb Kaas eine mögliche Anwendung. Noch vom Kunden aus könne er außerdem per mobiler Datenübertragung veranlassen, daß das entsprechende Teil, vielleicht sogar schon zusammen mit der Rechnung, bereitliegt, wenn er in den Betrieb zurückkehrt.
Damit berufliche Anwendungen optimal laufen, kann der xda mit speziellen, branchenbezogenen Softwarepaketen geliefert werden. O_2 arbeitet dazu mit einer Reihe spezialisierter Softwareentwickler zusammen, deren Stärke nicht nur das Anbieten standardisierter Branchenprogramme ist, sondern die Entwicklung von Businesslösungen, die exakt auf die individuellen Notwendigkeiten, Wünsche und Bedürfnisse der späteren Anwender zugeschnitten werden. Aus dieser Möglichkeit erwachsen auch für die Handelspartner neue Umsatzperspektiven, neben dem Verkauf von Geräten und Mobilfunkverträgen.

Fotos auf einem großen Display mit 4096 Farben

Um den xda als Fototool nutzen zu können, hat der Hersteller das Gerät mit einem 240 x 320 Pixel großen Display ausgestattet, auf dem bis zu 4096 Farben bzw. Graustufen dargestellt werden können. Die Ansteuerung der einzelnen Funktionen erfolgt per Stift über die klar gegliederte Bildschirmdarstellung; selbst Einsteiger in die PDA-Technik dürften mit dem Menü und den einzelnen Funktionen von Beginn an ohne Schwierigkeiten klarkommen.
Die Datenübertragung erfolgt im O_2 GPRS-Netz, das der Münchner Netzbetreiber bereits Anfang 2001 in Betrieb genommen hatte. Der Vorteil dieser Technologie liegt nicht nur in der höheren Schnelligkeit gegenüber GSM, sondern auch darin, daß der Nutzer ständig online sein kann, Einwahlvorgänge und -zeiten fallen weg. Außerdem ist nur die Datenübertragung kostenpflichtig. Hat der Nutzer also ein Foto aus einer Datenbank auf seinen xda runtergeladen, muß er lediglich für die Übertragung der Bilddaten zahlen, durch die anschließende Betrachtung des Fotos auf dem Bildschirm entstehen keine weiteren Gebühren.
Um die Kosten für die Bildübertragung möglichst gering zu halten, setzt O_2 mit seinen Softwarepartnern bei der Entwicklung individueller Kundenapplikationen ein besonderes Komprimierungsverfahren ein. Dies reduziert die vorhandene Datenmenge auf ein Fünfundzwanzigstel; aus einem Megabyte werden also 40 Kilobyte.

O_2 data wendet sich vor allem an Geschäftskunden

Als speziellen Tarif für die Datenübertragung bietet O_2 den Tarif O_2 data an. Er richtet sich vor allem an Geschäftskunden, die hauptsächlich Daten per GPRS, WAP und SMS übertragen. Neben einer Grundgebühr von 6,50 Euro erhalten die Kunden des Münchner Anbieters monatlich fünf Euro Rabatt, wenn sie sich für eine der GPRS-Optionen entscheiden – beim Tarif GPRS Click L entfällt die Grundgebühr. Als Vertragslaufzeit stehen drei, zwölf oder 24 Monate zur Auswahl. Soll die SIM-Karte ausschließlich für die Übertragung von Daten genutzt werden, ist es möglich, die Sprachübertragung zu deaktivieren und nur Datenübertragung zuzulassen.

PC Card Merlin für den Datenversand per GSM und GPRS

O_2 bietet neben dem xda neuerdings auch die PC Card Merlin G201 zur Datenübertragung per GSM und GPRS an. Die Karte wird mit Notebooks sowie speziellen PDAs eingesetzt und unterstützt GPRS Class 10 mit Datenraten im Download bis zu 53,6 kbps. In Verbindung mit dem O_2 data Tarif kostet die PC Card 269 Euro.

06-07 O2 xda 13.09.2002 8:43 Uhr Seite 1

Der xda von O_2 als individualisierbares Handwerkszeug

Mit dem xda hat der Münchner Mobilfunknetzbetreiber O_2 das erste Produkt einer vollkommen neuen Geräteklasse in sein Portfolio aufgenommen. Er vereint die Vorteile eines PDAs und eines Mobiltelefons und drückt dies auch in seinem Namen aus: „x“ steht laut O_2 für die Konvergenz von Sprach- und Datenkommunikation, „da“ ist die Abkürzung von „digitaler Assistent“. Ausgestattet mit dem Betriebssystem Microsoft Pocket PC 2002 Phone Edition stehen neben der Sprachtelefonie unter anderem Office-Anwendungen wie Internet Explorer, Outlook, Word und Excel zur Verfügung.

Der umfangreichen Ausstattung entsprechend wendet sich O_2 mit dem xda an eine breite Zielgruppe. „Zu den potentiellen Nutzern des Gerätes gehört zum einen die große Gruppe der Privatanwender, die sich für den Kauf eines PDAs interessieren und die Vorteile eines Handheld PCs und eines Mobiltelefons in einem Gerät zu schätzen wissen“, erläuterte Stefan Kaas, Leiter Geschäftskundenmarketing, in einem Gespräch mit der Redaktion. Zum anderen sei der xda vor allem für die Geschäftskunden von Interesse, zu deren beruflichem Alltag neben der Nutzung der vielfältigen Bürofunktionen auch die mobile Datenkommunikation bzw. der mobile Zugriff auf text- oder bildbasierte Datenbanken gehöre.

Diese Business-Kundengruppe zeigt sich schon nach den ersten Erfahrungen während der Testphase äußerst breit gefächert; eine Beschränkung auf bestimmte Branchen scheint es nicht zu geben. „Auffällig war in den ersten Wochen, daß sich vor allem Berufsgruppen für den xda interessierten, deren Geschäftserfolg unter anderem von der visuellen Darstellung ihrer Produkte abhängt“, berichtete Kaas. Dazu zählten beispielsweise Makler, die Interessenten noch weitere Alternativen in Wort und vor allem Bild bieten könnten, wenn diese sich während einer Wohnungs- oder Grundstücksbesichtigung nicht für das live vorgeführte Objekt entschieden. Durch einfaches Einloggen in eine zentrale Datenbank, die ständig aktualisiert werde und allen Mitarbeitern des Unternehmens zur Verfügung stehe, könnten alle relevanten Informationen zu den alternativen Angeboten abgerufen werden.

Insbesondere durch die Möglichkeit, auf Firmen- oder Internetdatenbanken zurückzugreifen, schaffe der xda ein großes Vermarktungspotential für die O_2 Handelspartner, meinte Kaas. Denn fast jedem Geschäftskunden könne der Zugriff auf eine Datenbank dienen, sei es, um mehr Geschäfte zum Abschluß zu bringen, sei es, um die eigene Arbeit effektiver zu gestalten.

Ein denkbarer Kunde sei zum Beispiel der Gebrauchtwagenhändler, der mit mehreren Betrieben in einer Stadt vertreten sei. Er könne einem Kunden, der in dem einen Betrieb den gewünschten Pkw nicht findet, sofort auf dem xda den gewünschten Wagentyp plus aller notwendigen Informationen (Ausstattung, Preis etc.) demonstrieren, sofern dieser an einem anderen Standort vorhanden sei. Auch für „ganz normale“ Handwerks- und Handelsunternehmen lohne sich datenbankbasiertes Verkaufen per xda. „Wenn ein Kunde sich wegen einer Renovierung, einer Umgestaltung seiner Wohnung oder eines Möbelkaufs an ihn wendet und er schon beim Beratungs- oder Verkaufsge-

Ausstattung und Technik des O_2 xda

Betriebssystem: Pocket PC 2002 Phone Edition; Prozessor: Intel Strong ARM; Taktfrequenz: 206 MHz; Display: 4096 Farben, 240 x 320 Pixel, hintergrundbeleuchtet; Infrarot-, serielle, USB-Schnittstelle, GPRS; Freisprecheinrichtung; Aufzeichnen der Anrufe; Klingeltöne von extern ladbar; Spiele; Taschenrechner; Vibrationsalarm; Kontakt-, Terminverwaltung; Terminserien verwalten und synchronisieren; Textverarbeitung; Tabellenkalkulation; Bearbeiten von Word- und Excel-Dokumenten; Organizer bei ausgeschaltetem Telefon; Synchronisation mit Outlook für PC; E-Mail-Client, HTML- und WWL (WAP)-Browser; Anzeige von Frames; Anzeige von JavaScript; SSL-Verbindungen; vorformulierte Textbausteine für SMS; Wiedergabe von Windows Streaming Media; Akku: Lithium-Polymer; Gewicht: 201 g; Abmessungen: 129 x 73 x 18 (L x B x H); Sonstiges: integrierter MP3-Player; Lieferumfang: Gerät, Headset, USB-Kabel, Docking-Station, Tasche; der im Internet erhältliche WAP-Browser EzWAP 2.5 (www.ezos.com) macht den O_2 xda zusätzlich fit für den Multimedia Messaging Service (MMS).

06-07 O2 xda 13.09.2002 8:43 Uhr Seite 2

Die Bedienung des xda erfolgt intuitiv über das scharfe Farbdisplay.

spräch nicht nur die neue Badewanne, das neue Sprossenfenster, den neuen Kaminofen, die neuen Vorhänge oder die neuen Eßzimmermöbel im Bild präsentiert, sondern auch alle benötigten Informationen ohne langwierige Rückfragen oder aufwendiges Suchen in Katalogen liefert, dann gelingt der Verkaufsabschluß sicherlich schneller", sagte Kaas.
Auch die eigene Arbeit lasse sich damit optimieren, unnötige Wege und Zeit sparen. „Ein Monteur kann beispielsweise schon direkt vor Ort beim Kunden feststellen, ob das Ersatzteil, das er etwa für die Reparatur der Waschmaschine benötigt, vorrätig ist, und mit einem Blick in die Fotodatenbank kann er sicherstellen, daß es sich tatsächlich um das richtige Teil handelt", beschrieb Kaas eine mögliche Anwendung. Noch vom Kunden aus könne er außerdem per mobiler Datenübertragung veranlassen, daß das entsprechende Teil, vielleicht sogar schon zusammen mit der Rechnung, bereitliegt, wenn er in den Betrieb zurückkehrt.
Damit berufliche Anwendungen optimal laufen, kann der xda mit speziellen, branchenbezogenen Softwarepaketen geliefert werden. O_2 arbeitet dazu mit einer Reihe spezialisierter Softwareentwickler zusammen, deren Stärke nicht nur das Anbieten standardisierter Branchenprogramme ist, sondern die Entwicklung von Businesslösungen, die exakt auf die individuellen Notwendigkeiten, Wünsche und Bedürfnisse der späteren Anwender zugeschnitten werden. Aus dieser Möglichkeit erwachsen auch für die Handelspartner neue Umsatzperspektiven, neben dem Verkauf von Geräten und Mobilfunkverträgen.

Fotos auf einem großen Display mit 4096 Farben

Um den xda als Fototool nutzen zu können, hat der Hersteller das Gerät mit einem 240 x 320 Pixel großen Display ausgestattet, auf dem bis zu 4096 Farben bzw. Graustufen dargestellt werden können. Die Ansteuerung der einzelnen Funktionen erfolgt per Stift über die klar gegliederte Bildschirmdarstellung; selbst Einsteiger in die PDA-Technik dürften mit dem Menü und den einzelnen Funktionen von Beginn an ohne Schwierigkeiten klarkommen.
Die Datenübertragung erfolgt im O_2 GPRS-Netz, das der Münchner Netzbetreiber bereits Anfang 2001 in Betrieb genommen hatte. Der Vorteil dieser Technologie liegt nicht nur in der höheren Schnelligkeit gegenüber GSM, sondern auch darin, daß der Nutzer ständig online sein kann, Einwahlvorgänge und -zeiten fallen weg. Außerdem ist nur die Datenübertragung kostenpflichtig. Hat der Nutzer also ein Foto aus einer Datenbank auf seinen xda runtergeladen, muß er lediglich für die Übertragung der Bilddaten zahlen, durch die anschließende Betrachtung des Fotos auf dem Bildschirm entstehen keine weiteren Gebühren.
Um die Kosten für die Bildübertragung möglichst gering zu halten, setzt O_2 mit seinen Softwarepartnern bei der Entwicklung individueller Kundenapplikationen ein besonderes Komprimierungsverfahren ein. Dies reduziert die vorhandene Datenmenge auf ein Fünfundzwanzigstel; aus einem Megabyte werden also 40 Kilobyte.

O_2 data wendet sich vor allem an Geschäftskunden

Als speziellen Tarif für die Datenübertragung bietet O_2 den Tarif O_2 data an. Er richtet sich vor allem an Geschäftskunden, die hauptsächlich Daten per GPRS, WAP und SMS übertragen. Neben einer Grundgebühr von 6,50 Euro erhalten die Kunden des Münchner Anbieters monatlich fünf Euro Rabatt, wenn sie sich für eine der GPRS-Optionen entscheiden – beim Tarif GPRS Click L entfällt die Grundgebühr. Als Vertragslaufzeit stehen drei, zwölf oder 24 Monate zur Auswahl. Soll die SIM-Karte ausschließlich für die Übertragung von Daten genutzt werden, ist es möglich, die Sprachübertragung zu deaktivieren und nur Datenübertragung zuzulassen.

PC Card Merlin für den Datenversand per GSM und GPRS

O_2 bietet neben dem xda neuerdings auch die PC Card Merlin G201 zur Datenübertragung per GSM und GPRS an. Die Karte wird mit Notebooks sowie speziellen PDAs eingesetzt und unterstützt GPRS Class 10 mit Datenraten im Download bis zu 53,6 kbps. In Verbindung mit dem O_2 data Tarif kostet die PC Card 269 Euro.

T-Mobile MDA für Multimedia

Mit dem T-Mobile MDA (Mobile Digital Assistant) hat T-Mobile Deutschland ebenfalls ein neuartiges PDA-Telefon auf den Markt gebracht. Als eines der ersten Geräte dieser Art vereint der MDA die Funktionen eines Personal Digital Assistant (PDA) mit denen eines Mobiltelefons und GPRS-Technik. Der T-Mobile MDA ermöglicht vielfältige mobile Multimedia-Anwendungen wie unter anderem die E-Mail Bearbeitung und den mobilen Internetzugang.

Als Taschen-PC mit farbigem Touchscreen und dem Betriebssystem Microsoft Windows Pocket PC 2002 Phone Edition bietet der T-Mobile MDA umfangreiche Organizer- und Office-Funktionen. Ergänzt wird das Spektrum durch Multimedia-Anwendungen wie MP3-Player, Spiele oder Video Player. So können Nutzer Pocket Word- und Pocket Excel-Dateien bearbeiten und als E-Mail Anhänge von unterwegs verschicken. Im Posteingang lassen sich SMS und E-Mails mit Anhängen übersichtlich verwalten. Dateien und Einträge in Pocket Outlook wie Termine, Notizen und Adressen können über eine Infrarot-Schnittstelle zum Beispiel mit dem Arbeitsplatz-PC abgeglichen werden. Dank eingebautem Lautsprecher und Mikrofon kann mit dem T-Mobile MDA wie mit einem Handy telefoniert werden.

Autofahrer werden künftig mit dem T-Mobile MDA auch einen komfortablen dynamischen Navigationsdienst namens „T-D1 NaviGate“ auf der Basis der Satellitenortung (GPS) einsetzen können. Die Fahrtrouten werden dabei unter Berücksichtigung der aktuellen Verkehrslage auf zentralen Rechnern der Tegaron Telematics GmbH ermittelt und via GPRS an den T-Mobile MDA übertragen.

PDA-Portal bietet viele Fotos und Grafiken an

Der T-Mobile MDA ermöglicht neben direkten Zugriffen auf Informationen und Dienste des neuen PDA-Portals von T-Mobile, dessen Seiten für das Gerät optimiert und exakt auf dessen Bildschirmgröße abgestimmt wurden, auch das Surfen auf Internet-Seiten. GPRS-Technik sorgt dafür, daß auch bildorientierte Webseiten, beispielsweise der Online Photo Service von T-Online, schnell dargestellt werden und Bilddateien ebenso schnell herauf- und heruntergeladen werden können.

Der T-Mobile MDA gehört zu einer neuen Gerätegeneration, deren Erfolgszug gerade angelaufen ist.

Das neue PDA-Portal von T-Mobile ist wie die Startseiten von T-Online übersichtlich in die einzelnen Informationsbereiche t-info, t-news, t-sports, t-music, t-games und t-finance untergliedert. Hier finden sich neben ständig aktualisierten Wirtschaftsnachrichten und fundierten Hintergrundberichten auch detaillierte Börseninformationen. Zu vielen Nachrichten und anderen Informationen werden über das PDA-Portal von T-Mobile Fotos oder Grafiken angeboten. Des weiteren werden kurze Video- und Audiostreams bereitgestellt, zum Beispiel Kinotrailer, Musikclips oder spannende Szenen aus sportlichen Wettkämpfen. In Kürze werden weitere Dienste wie standortbezogene Informationen, etwa die nächste Apotheke oder die topaktuellen Ergebnisse der Fußball-Bundesliga, der Formel 1 oder vom Radsport, abrufbar sein. Mit t-email bietet T-Mobile volle E-Mail Funktionalität auf Basis von smtp und pop3.

Ausstattung und Technik des T-Mobile MDA

Betriebssystem: Pocket PC 2002 Phone Edition; Prozessor: Intel Strong ARM; Taktfrequenz: 206 MHz; Display: 4096 Farben, 240 x 320 Pixel, hintergrundbeleuchtet; Infrarot-, serielle, USB-Schnittstelle, GSM 900/1800, GPRS; Freisprecheinrichtung; Vibrationsalarm, Sprachaufzeichnung; Word, Excel, Outlook, Internet Explorer, Windows Media Player, Video Player, Image Viewer, SIM Manager; Spiele; MP3-Player, MMC-/SC-Steckplatz für Speicherkarte oder Anwendungen; Infrarot-Schnittstelle; HTML- und WWL (WAP)-Browser; Gewicht: 201,5 g; Abmessungen: 129 x 72,6 x 18,3 mm (L x B x H); maximale Standby-Zeit: 180 Stunden; maximale Sprechzeit: 300 Minuten; Lieferumfang: Gerät mit zwei Touch-Pens (Stifte), hochwertiges Stereo-Headset mit PPT-Taste (Push-to-Talk), T-Mobile MDA-Tasche, Netzladegerät, Docking-Station mit USB, Datenkabel, Microsoft ActiveSync und Outlook.

Neues für das drahtlose Surfen

Gooroo entwickelt Tablet PC für WLAN-Hotspots

Immer mehr öffentliche Plätze und Einrichtungen werden derzeit mit WirelessLAN-Infrastruktur ausgestattet. Die Gooroo AG hat speziell für diesen Anwendungsbereich ein Produkt entwickelt, das sich durch eine hervorragende Stabilität und Servicefreundlichkeit auszeichnet – die entscheidenden Kriterien für einen reibungslosen Betrieb in Locations wie Hotels, Flughäfen usw. Die GoWEB-Geräte können dort ausgeliehen werden und ermöglichen sofort nach dem Einschalten – ohne jegliche Kabelverbindung – eine Nutzung des Internets und der Mail-Funktionen. Das GoWEB besteht aus einem über Wireless LAN an das Internet angebundenen Tablet-PC und einer embedded Linux Software mit Browser. Die Software läßt keine Veränderungen am System zu, so daß sich die Tablet-PC nach einem Vermietvorgang und einem Neustart wieder in der Ausgangskonfiguration befindet. Weitere Vorteile für die Betreiber sind zusätzlich die bekannte Stabilität von Linux sowie die Fernwartbarkeit.

Siemens vereint Sprach- und Datenkommunikation

Siemens hat mit dem Gigaset 4975 voice & data das erste Siemens Produkt vorgestellt, das in einer Box die drahtlose Sprach- und Datenkommunikation vereint. Bis zu acht PCs oder Notebooks können so in einem Haushalt schnurlos vernetzt werden, um große Datenmengen untereinander drahtlos zu übertragen oder im Internet zu surfen. Zum Telefonieren können bis zu sechs Mobilteile angemeldet werden – und das am analogen Telefonanschluß. Außerdem verfügt das Gerät über einen integrierten Anrufbeantworter. Voraussetzung für die Datenübertragung ist eine Breitband-Verbindung (zum Beispiel über DSL-Modem oder Kabel).

Mit einer Datenübertragungsrate von 10 MBit/s pro Sekunde innerhalb des heimischen Netzwerkes läßt sich mit der Basisstation ein leistungsfähiges Kommunikationsnetzwerk aufbauen. Notebooks können ganz einfach mit der PC-Karte Gigaset 498 data, PCs mit dem USB-Adapter Gigaset 497 data in das Netzwerk eingebunden werden. Dazu lassen sich MP3- und DVD-Player, Digitalkameras und Drucker, die mit einem der PCs verbunden sind, drahtlos ansteuern.

Das Gerät ist laut Hersteller leicht zu installieren. Mit der beiliegenden Software ist die Inbetriebnahme von bis zu acht PCs oder Notebooks mit wenigen Maus-Klicks erreicht, und die Anmeldung der Mobilteile ist mit ein paar Tastendrücken erledigt.

Das Gigaset 4975 voice & data ist ein Produkt, das für die Philosophie „mobile life @ home“ von Siemens steht. Die grundlegende Idee dabei ist, daß nahezu alle Schnurlosprodukte von Siemens leicht miteinander kombiniert werden können und somit auch langfristig verwendbar sind. Es bietet den Benutzern an jeder Stelle ihres Wohn- oder Arbeitsplatzumfelds die Möglichkeit zu telefonieren und zu surfen, ohne durch Kabel eingeschränkt zu sein. Der Abstand zur Basisstation kann bei den PCs bis zu 30 Meter in Räumen und bei Mobilteilen bis zu 50 Meter betragen. Im Freien ist sogar ein Abstand von bis zu 300 Metern möglich. „Beim Entwurf unseres neuesten Produkts wollten wir die Anforderungen derjenigen Benutzer erfüllen, die ein einfaches und leicht zu bedienendes, aber dennoch anspruchsvolles Netzwerk zu Hause oder in ihrem Home Office einrichten wollen“, erklärte Christoph Caselitz, President von Cordless Products beim Siemens-Bereich Information and Communication Mobile. „Ganz gleich, welche Priorität der Anwender setzt – Arbeiten von zu Hause aus, Streitvermeidung in bezug auf Telefon, E-Mail oder Spiele oder auch nur der Wunsch, im Garten in Ruhe im Internet surfen zu können – das Gigaset 4975 voice & data trägt dazu bei, das Leben daheim einfacher und angenehmer zu gestalten.“

Gigaset 4975 voice & data ist ab sofort erhältlich und kostet inklusive einem Mobilteil Gigaset 4000 Comfort und einem USB-Adapter Gigaset H497 data 489,95 Euro*. Ein zusätzlicher USB-Adapter Gigaset H497 data kostet 139,95 Euro*, die PC-Karte Gigaset H498 data 129,95 Euro*; weitere Mobilteile inklusive Ladeschale kosten für ein Gigaset 4000 Comfort 124,95 Euro* und für ein Gigaset 4000 Micro 149,95 Euro*.

* alle Angaben sind unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen)

10-11 DSL-Technik 13.09.2002 8:26 Uhr Seite 1

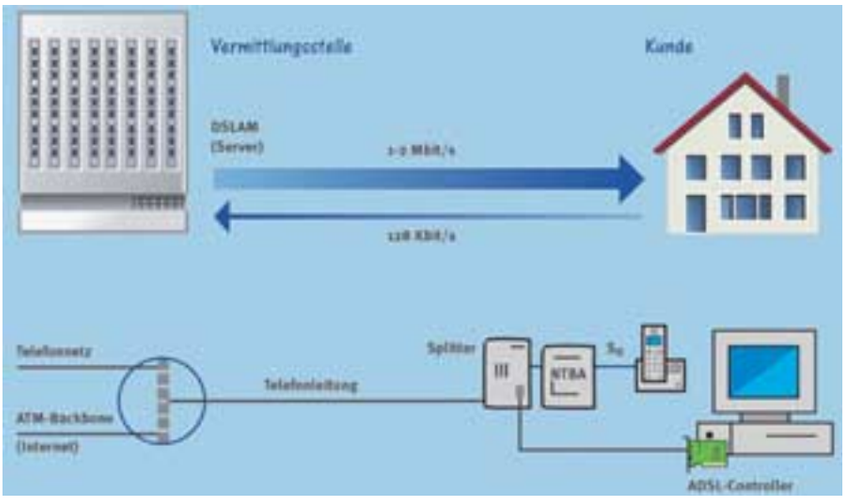
DSL: Für Nutzer ein Vergnügen, für den Handel eine Chance

Die Zahl professioneller Foto-Datenbanken und privater Fotoarchive im Internet sowie von Online-Printservices steigt kontinuierlich. Richtig Spaß machen derartige bildgestützte Web-Seiten aber erst, wenn dem Nutzer ein breitbandiger Zugang zum Internet zur Verfügung steht. Unter allen Lösungen, zu denen auch die Internet-Anbindung über ein Kabelmodem oder das Stromnetz gehören, hat sich DSL inzwischen zum Festnetz-Erfolgsprodukt schlechthin gemausert. Der Markt für DSL boomt ungebrochen, nicht zuletzt durch die intensiven Aktivitäten der Deutschen Telekom in diesem Bereich.

Da DSL nicht nur mit ISDN-Leitungen funktioniert, sondern auch als zusätzliche Dienstleistung mit einer herkömmlichen analogen Leitung (sogar während des Telefonierens) genutzt werden kann, stellt die schnelle Datenleitung ein riesiges Potential für den Handel dar.

Fachhändlern bieten sich hier solide Umsatzchancen, auch wenn sie nicht mit dem magentafarbenen Riesen vom Rhein zusammenarbeiten wollen, und Anwender, private wie professionelle, können sich über ein vielfältiges Angebot und ständig attraktivere Preise freuen. Um von dem wachsenden Markt, Experten erwarten bis zum Jahr 2005 eine Zunahme des Breitbandbedarfs um 900 Prozent, zu profitieren, muß der Fachhandel kundenorientiert reagieren und individuelle Lösungen bieten. In der Beratungskompetenz liegt wieder einmal die besondere Chance für den Fachhandel, denn Standardlösungen dürften den neuen Ansprüchen der Kundschaft nicht mehr genügen. So werden sich langfristig nur die Fachhändler bei DSL behaupten, die verschiedene Lösungsansätze für private Nutzer und Geschäftskunden basierend auf moderner Hardware bieten.

Auch die Nachfrage nach Beratungsgesprächen wird steigen. Der Kunde wird vom Fachhandel erwarten, kompetent alle Fragen rund um DSL beantwortet zu bekommen. Fundierte Kenntnisse der DSL-Technologie sind also eine Grundvoraussetzung für deren erfolgreichen Verkauf.



Bei DSL werden Datenraten im Megabit-Bereich über herkömmliche Telefonleitungen übertragen. Als physikalische Voraussetzung für DSL sind Kupferkabel erforderlich. *AVM-Grafik*

Physikalische Voraussetzung sind Kupferleitungen

Bei der Digitalen Teilnehmerleitung (DSL = Digital Subscriber Line) werden Datenraten im Megabit-Bereich über herkömmliche Telefonleitungen übertragen. Als physikalische Voraussetzung für DSL sind Kupferkabel erforderlich; mit Glasfaserleitungen, die in vielen Neubaugebieten verlegt werden oder von einigen alternativen Netzbetreibern in Stadtnetzen angeboten werden, funktioniert DSL nicht. Klassische

Breitband-Leitungen sparen Zeit und Geld beim Datentransport

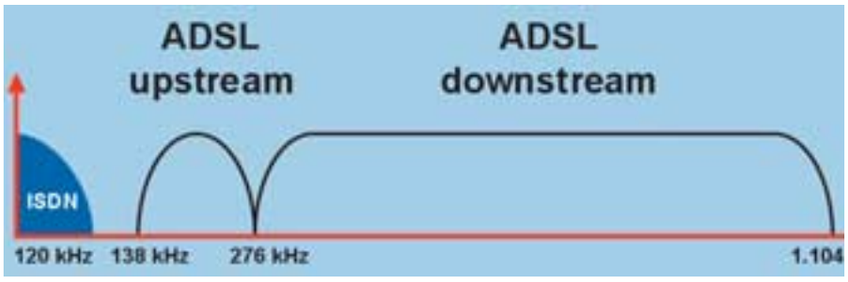
Telekommunikationsdienste (Sprachtelefonie, Telefax etc.) laufen dagegen parallel mit DSL auf der gleichen Leitung weiter, und zwar unabhängig davon, ob dem Nutzer ein ISDN- oder ein analoger Anschluß zur Verfügung steht. Das heißt, auch wenn per DSL im Internet gesurft wird, Daten oder E-Mails online verschickt werden, ist das Telefonieren oder das Versenden/Empfangen von Telefaxen problemlos möglich. Diese Tatsache beschränkt die Zielgruppe für DSL nicht nur auf ISDN-Telefonierer, sondern weitet sie auf alle Besitzer eines Telefonanschlusses aus – mithin ein Potential von Zig-Millionen deutscher Haushalte.

Eine ideale Kombination für den Nutzer und auch für das Schnüren von Angebotspaketen im Handel bietet allerdings das Zusammenspiel von ISDN und DSL. Denn die drei wesentlichen Funktionen von DSL (Verbindung vom Rechner ins Internet, Verbindung von einem lokalen Netzwerk [LAN] ins Internet [diese beiden Möglichkeiten bietet auch SDN] sowie Video on Demand) werden durch die ISDN-Funktionen gleichzeitige Telefonie über mehrere Leitungen, gleichzeitiges Faxen über mehrere Leitungen, Remote Access sowie Verbindung von einem zu einem anderen LAN deutlich ergänzt.

ADSL ist in Deutschland am weitesten verbreitet

Die am weitesten verbreitete DSL-Technik ist ADSL (Asymmetrical Digital Subscriber Line). Dabei weist der Zusatz A (Asymmetrical) darauf hin, daß das Herunterladen von Dateien aus dem Internet auf einen Rechner (der sogenannte Downstream) mit höherer Geschwindigkeit erfolgt als das Heraufladen von Dateien vom Rechner ins Internet (der sogenannte Upstream), beispielsweise um eine eigene Homepage mit neuen Daten zu aktualisieren. Rechnerisch möglich ist bei ADSL ein maximaler Downstream mit 6 Mbit/s und ein Upload mit 768 Kbit/s.

Die maximale Datenrate hängt im wesentlichen von der Länge und der Qualität der zur Verfügung stehenden Kupferleitung sowie der Technik in der Vermittlungsstelle ab. Die in den jeweiligen Angeboten der Netzbetreiber genannten Übertragungsraten gelten dabei stets als garantierte Geschwindigkeit. Sind die physikalischen Voraussetzungen günstig, sind durchaus auch höhere Übertragungsraten möglich. Um Enttäuschungen beim Kunden vorzubeugen, sollte man beachten und im Verkaufsgespräch erwähnen, daß die garantierte Übertragungsgeschwindigkeit sich ausschließlich auf die Strecke zwischen dem DSL-Anschluß beim Nutzer und der Vermittlungsstelle bezieht – läuft der Verkehr auf dahinterliegenden Internetservern wegen hoher Zugriffszahlen langsam, könnte auch DSL langsamer werden.



DSL nutzt einen anderen Frequenzbereich als herkömmliche Telefoniedienste. *AVM-Grafik*

Rund 2,6 Mio. DSL-Nutzer gibt es derzeit in Deutschland. Die meisten von ihnen surfen mit dem Produkt T-DSL der Deutschen Telekom im Internet.

Neben einer DSL-geeigneten Leitung zur Vermittlungsstelle benötigt der Anwender ein DSL-Modem und einen DSL-Splitter. Außerdem muß er per Kabel oder Funk ein Netzwerk installieren, um seinem Computer die Kommunikation mit dem DSL-Anschluß zu ermöglichen. Der DSL-Splitter steht am Anfang der DSL-Hausinstallation. Er wird mit dem herkömmlichen TAE-Anschluß verbunden, über den der Nutzer auch seine Tk-Geräte mit dem außerhäusigen Telefonnetz verbindet. Der Splitter trennt die eingehenden Signale und stellt dem Anwender entweder über eine integrierte TAE-Schnittstelle die gewohnten Telefonfunktionen oder über einen RJ45-Ausgang die Datenkommunikation mit dem DSL-Modem zur Verfügung, er splittet mithin Telefon- und Datendienste. Das DSL-Modem ist ein Signalwandler, der die Frequenzen der Telefonleitung so umwandelt, daß die im Netzwerk befindlichen Geräte mit dem Internet kommunizieren können.

Mehrere Möglichkeiten für ein DSL-Netzwerk

Das DSL-Modem wird schließlich über ein Netzwerk mit dem Computer des Anwenders verbunden. Dabei sind verschiedene Varianten möglich. So kann beispielsweise per Ethernet und Kabel eine Verbindung installiert werden (das machen beispielsweise Macintosh-Anwender), aber auch die kabellose Funkverbindung über Wireless-LAN oder Home RF ist möglich.

Ingram Macrotron liefert WLAN-DSL Produkte

Die Ingram Macrotron Distribution hat mit der Firma Actiontec einen neuen Hersteller im Bereich Wireless LAN-DSL aufgenommen. Dieser Wachstumsmarkt wird gerade für die Kundschaft des Distributors aus dem Small-and-Medium-Business-Bereich immer attraktiver. Ingram Macrotron hält den Distributionsvertrag für Deutschland derzeit exklusiv. Ingram Macrotron hat es sich nach eigenen Angaben zur Aufgabe gemacht, immer das breiteste Produktportfolio anzubieten und stets neue Geschäftsfelder für die Kunden zu ermöglichen. Gerade im Bereich WLAN-DSL sieht der Münchner Broadliner jetzt gute Perspektiven. „Wir haben uns dazu entschieden, Actiontec in unser Portfolio aufzunehmen, da wir einerseits im WLAN-Markt ein deutliches Wachstumspotential erkennen können und andererseits Actiontec Produkte gerade für den Einsteigerbereich anbietet“, meinte Andreas Bichlmeir, Product Group Manager Netzwerke & Kommunikation bei Ingram Macrotron. „Ein großer Teil unserer Kundschaft im Netzwerkbereich kommt aus dem kleinen und mittelständischen Umfeld. Diese sind bereit, neue, zukunftsträchtige Märkte mit uns zu erschließen. Da fiel uns die Entscheidung zur Zusammenarbeit mit Actiontec leicht.“

T-DSL SpeedManager liegt in Version 2.1 vor

Die Deutsche Telekom bietet ihren T-DSL Kunden den T-DSL SpeedManager in der neuen Version 2.1 zum kostenlosen Download unter der Adresse www.telekom.de/t-dsl an. Mit der Version 2.1 wurde der Leistungsumfang des integrierten „T-DSL Installations- und Funktionstests“ um zusätzliche Prüfschritte erweitert. Dieser Test gibt Aufschluß über mögliche Fehlerquellen und liefert einen Fehlercode, mit dem die Kunden erkennen, ob es sich um ein lokales PC-Problem handelt, das sie gegebenenfalls selbst ohne fremde Hilfe beheben können, oder ob sie sich an den T-Service wenden sollten. Die Version 2.1 beinhaltet auch bisherige Features wie Anzeige der aktuellen Datenübertragungsgeschwindigkeit und Optimierung des Betriebssystems für einen maximalen Datendurchsatz über T-DSL ins Internet.

Mit INKAS mobil können Servicemitarbeiter vor Ort einen Ersatzteilkatalog aufrufen, das notwendige Ersatzteil identifizieren und dessen Verfügbarkeit prüfen.

INKAS mobil ermöglicht mobilen Zugriff auf (Foto-)Datenbanken

In der Kunden-/Lieferanten-Beziehung spielt der Kundendienst eine entscheidende Rolle. Um diesen im Problemfall reibungslos sicherstellen zu können, sind schnelle Reaktionszeiten und effiziente Kommunikation besonders wichtig. Die Vodafone Mobile Systems GmbH, eine 100prozentige Tochter der

Anbieter des Dienstes ist Vodafone Mobile Systems

Vodafone Information Systems GmbH, bietet mit ihrem elektronischen Informations- und Katalogsystem INKAS sowie dessen mobilen Funktionen den Schlüssel für einen effizienteren Kundendienst: Servicemitarbeiter können von unterwegs auf INKAS zugreifen und beispielsweise Ersatzteile auswählen und bestellen, die in einer (Foto-)Datenbank hinterlegt sind. Dies beschleunigt die Reaktionszeiten, reduziert die Kosten für beide Seiten und soll damit für eine höhere Kundenzufriedenheit sorgen.

Gibt es beispielsweise in der Fertigung ein schwerwiegendes Problem, sind Ersatzteilrecherche und Bestellung zur Behebung eines technischen Defektes mit konventionellen Methoden ein kostenintensiver und zeitraubender Vorgang. Fällt etwa eine Maschine auf Grund eines technischen Problems aus, verursacht jede Ausfallminute Umsatzverluste. Hier setzt INKAS mobil an. Über ein mobiles Endgerät (zum Beispiel Handheld, PDA, Notebook oder auch O_2 xda oder T-Mobile MDA) kann der mit der Reparatur beauftragte Servicetechniker vor Ort einen Ersatzteilkatalog aufrufen und das Ersatzteil identifizieren. Über die mobile Kommunikation kann das System im Ersatzteillager die Verfügbarkeit des Ersatzteiles prüfen, und der Servicetechniker kann die Bestellung und Anlieferung des Ersatzteiles veranlassen.

Ersatzteilkatalog unterwegs aufrufen

Im Hintergrund erfolgt die Buchung des Ersatzteiles in das Warenwirtschaftssystem des Herstellers. Diese löst automatisch eine Auftragsbestätigung aus, die per Telefax zum Kunden geschickt wird. Wird das Ersatzteil angeliefert, stellt INKAS mobil technische Details und eine Montageanleitung zur Verfügung. Damit leistet INKAS mobil innerhalb der Kunden-/Lieferanten-Beziehung einen erheblichen Beitrag zur Informationsbeschleunigung, Fehlerreduzierung und letztendlich zur Verringerung der Prozeßkosten.

UMTS-Kongreß auf der Systems

Unter dem Motto „Europe goes UMTS – Communication is mobile“ findet am 15. Oktober auf der Systems 2002 ein europäischer UMTS-Kongreß statt, der die Vielfalt der neuen Mobilfunk-Anwendungen ebenso beleuchtet wie das wirtschaftliche Potential, das der multimediale Mobilfunk für Unternehmen in Europa beinhaltet. Veranstalter des „mobilen Gipfeltreffens“ sind die Bayerische Staatskanzlei, die Messe München GmbH und die Standortmarketing-Agentur des Freistaates, gotoBavaria.

Die wirtschafts- und arbeitsmarktpolitische Dimension der neuen Mobilfunk-Generation wird vielfach unterschätzt, insbesondere jetzt, da die wirtschaftlichen Eckdaten alles andere als positive Erwartungen wecken. Unabhängig von der derzeitigen Talfahrt der High-Tech-Branche soll nach Berechnungen des US-amerikanischen Marktforschungsunternehmens Telecompetition allein bis zum Jahr 2010 weltweit ein neuer Markt von über 320 Milliarden Dollar entstehen – über 100 Milliarden davon in Europa. Der mobile Markt erreicht damit in weniger als zehn Jahren eine Größe, die dem heutigen Medienmarkt entspricht.

Die Dynamik und die generelle wirtschaftliche Bedeutung, die im Markt für mobile Dienste steckt, beleuchtet der europaweite UMTS-Kongreß in München. Er soll zeigen, wie sich die Wirtschaft im Übergang von der Computer- in die mobile Informationsgesellschaft verändert und welche wirtschaftlichen Potentiale für deutsche und europäische Unternehmen in der neuen Technologie stecken. Zu einem Forum der Politik hat der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei, Staatsminister Erwin Huber, den bei der EU-Kommission zuständigen Generaldirektor für die Informationsgesellschaft, Fabio Colasanti, und den Präsidenten der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, Matthias Kurth, eingeladen. Die Vorstandsvorsitzenden aller großen Netzbetreiber geben einen Einblick in die neue multimediale Mobilfunkwelt. Themen sind unter anderem der Ausbau der Netze, neue Anwendungsmöglichkeiten wie „Mobile Communities“ sowie die neue Funktion der Carrier als Infodienstleister.

Die weitere Rolle von „Services, Content und Endgeräten als Motoren des multimedialen Mobilfunks“ beleuchten die Vorstände international tätiger Konzerne. Rudi Lamprecht, Vorstand der Siemens AG, und Mads Winblad, Geschäftsführer der Nokia GmbH, beurteilen die Zukunft der mobilen Kommunikation aus Sicht der Endgerätehersteller. Der Geschäftsführer der SAP Deutschland, Michael Kleinemeier, schildert die neuen Möglichkeiten der mobilen Netze für die moderne Kundenbindung. Als Vertreter der Medien erläutert Prof. Dr. Hubert Burda die Chancen, die sich für Verlage aus dem neuen Kommunikationskanal ergeben, bei dem gut aufbereitete Inhalte eine entscheidende Rolle spielen.

Bayern hat nach Meinung der Kongreßveranstalter in der dritten Generation des Mobilfunks europaweit die Nase vorn. Nirgendwo sonst seien Mobilfunkgesellschaften, Diensteanbieter und Zulieferer von Software- und Hardware in so konzentrierter Form präsent wie in München. Kurz nach der milliardenschweren Versteigerung der UMTS-Lizenzen im Jahr 2000 hatte der Freistaat Bayern bereits das Kompetenzzentrum UMTS/Mobile Dienste Bayern rund um die mobile Kommunikation koordiniert. Im „Forschungsverbund UMTS/Mobile Dienste“ fördert die Staatsregierung die Entwicklung von UMTS-Diensten in Bayern.

Der hochkarätige Kongreß „Europe goes UMTS – Communication is mobile“ beginnt am 15. Oktober um 13.00 Uhr im ICM der Neuen Messe München.

„Die Mobilfunkbetreiber und die Endgerätehersteller haben bereits erhebliche Mittel in die neue UMTS-Technologie investiert. Im Moment wird viel über Lösungen und Anwendungen spekuliert, wie diese Investitionen rentabel gemacht werden können“, so Klaus Dittrich, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe München.„Auf dem UMTS-Kongreß treffen sich die Telcos, die IT-Industrie und die Gestalter der politischen Rahmenbedingungen zum Informationsaustausch und zum Dialog. Ich bin überzeugt, daß dieser UMTS-Gipfel für mehr Klarheit in der Diskussion sorgt, welche Potentiale im Hinblick auf Anwendungsmöglichkeiten und Wirtschaftlichkeit in dieser neuen Technologie stecken.“

i-mode macht den mobilen Fotoversand zum Vergnügen

Seit der Einführung des mobilen Multimediadienstes i-mode in Europa wächst dessen Beliebtheit beständig. Knapp ein halbes Jahr nach dem i-mode Marktstart liegt die Zahl derjenigen, die mit einem i-mode Handset ausgestattet sind, allein in Deutschland weit jenseits der 77.000er Marke – und viele Dutzend Content-Provider stellen inzwischen ihre Inhalte über das Mobilfunknetz des holländischen Netzbetreibers KPN und dessen ausländische Tochtergesellschaften bereit.

Vom Start an gehörten Fotoanwendungen, so erste Umfragen, zu den am häufigsten genutzten i-mode Diensten. War es zu Beginn zunächst die Freude an der Qualität der Bilder, die auf dem großen Farbdisplay des Handsets erschienen, gleichgültig, welchen Dienst auch immer der Anwender nutzte, nahm das Interesse an gewohnten Fotoangeboten schnell zu.

Zu diesen gewohnten Fotoangeboten gehören zum Beispiel Online-Bild/Postkartenversand oder Online-Bildarchivierung. Kannten die Verbraucher diese Möglichkeiten bereits aus dem Internet, so wurde die Anwendung um eine neue Dimension erweitert: Mit i-mode wurde plötzlich auch der mobile Zugriff möglich. Es wundert nicht, daß Unternehmen, die ohnehin bereits im Fotomarkt präsent waren, die neuen Chancen für sich und ihre Kunden erkannten: Die Oldenburger CeWe Color Gruppe, Europas größtes konzernunabhängiges Fotolaborunternehmen, realisierte in Holland mit der niederländischen Supermarktkette Albert Heijn und dem Netzbetreiber KPN ein i-mode Fotoangebot, und in Deutschland nutzte Foto Quelle die Tatsache, gleichzeitig als Handelsunternehmen und Großlabor im Markt aktiv zu sein, um gemeinsam mit Mobilfunkpartner E-Plus ein i-mode Fotoportal einzurichten.

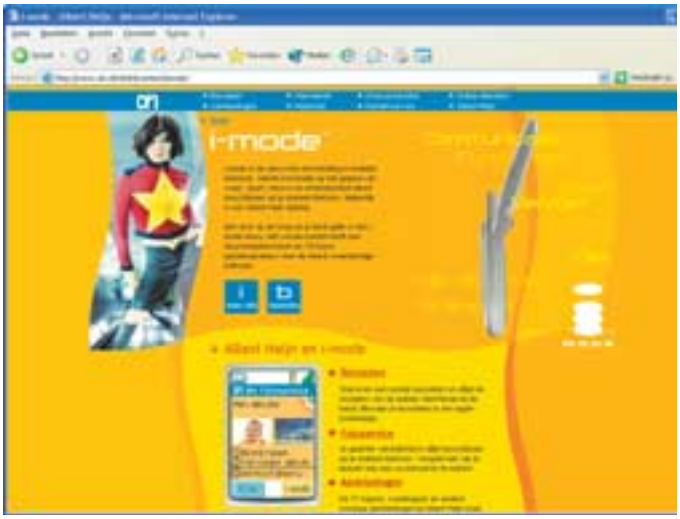
Um die Fotoportale auch per i-mode Handy nutzbar zu machen, waren zunächst einige Hürden zu nehmen. So mußten beispielsweise beim CeWe Color/Albert Heijn/KPN Angebot die Interessen von insgesamt fünf an dem Projekt beteiligten Partnern koordiniert werden, denn neben den genannten saßen auch noch Software-Firmen mit im Boot, die zum einen die Handysoftware, zum anderen die Software des Laborunternehmens den neuen Möglichkeiten und Ansprüchen anpassen mußten. „Wir haben in dieser Zeit davon profitiert, daß wir bereits seit Jahren ein Online-Fotoportal betreiben“, sagte Wulf D. Schmidt-Sacht, für Technik zuständiges Vorstandsmitglied bei CeWe Color, in einem Gespräch mit dem C.A.T.-Verlag. „So mußte die bestehende Software ‚lediglich‘ nach unseren Vorgaben neu in den für i-mode notwendigen Programmiersprachen neu geschrieben werden.“

Das übersichtliche Menü und die schnelle Datenübertragung per GPRS machen Fotoanwendungen mit i-mode zum Vergnügen.

Albert Heijn nutzt das i-mode Fotoportal als Ergänzung zu seinem schon existierenden Onlineportal. Neben Fotodienstleistungen können Kunden sich dort beispielsweise über aktuelle Sonderangebote informieren oder sich durch das „Rezept des Tages“ inspirieren lassen. Eine vollkommen neue Dimension erhielt das Online-Portal durch die Möglichkeit, auch mobil auf die bereitstehenden Informationen zuzugreifen. So ist beispielsweise denkbar, daß der Kunde bereits im Laden steht, sich über i-mode einen Rezepttip holt und die dafür benötigten Zutaten anschließend direkt vor Ort einkauft. Der Vorteil der Datenübertragung per GPRS: Ist die Seite mit dem Rezept einmal auf das i-mode Handy heruntergeladen, entstehen keine weiteren Online-Gebühren.

Dies gilt natürlich auch für die Nutzung des Fotoportals. Lediglich das Stöbern in den Archiven verursacht Kosten (für die Datenübertragung). Hat man ein bestimmtes Bild gefunden, kann man dieses ohne zusätzliche Gebühren im Online-Betrieb selbst betrachten und das Gerät auch an Freunde, Bekannte oder Arbeitskollegen weiterreichen.

Das Verfahren, das erforderlich ist, um in den Genuß eines i-mode Fotoalbums zu kommen, entspricht dem bekannten Verfahren für Online-Fotoarchive: In allen holländischen Supermarktbetrieben von Albert Heijn besteht die Möglichkeit, auch Fotodienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Wird bei der Filmabgabe das entsprechende Kästchen angekreuzt, stellt CeWe Color als Laborpartner der Niederländer die Bilder in ein Online-Archiv. Der Auftraggeber hat dann die Möglichkeit, öffentliche und private Alben anzulegen bzw. Bilder für Dritte zum Betrachten freizugeben oder zu



Das i-mode Archiv von Albert Heijn bietet eine ganze Reihe von Funktionen an, vom Zugriff auf öffentliche und private Alben bis zum Versand von Fotopostkarten.

sperren. Die Alben können anschließend jederzeit und von überall dort, wo eine Mobilfunkverbindung exisitiert, mobil per i-mode angesteuert werden (natürlich funktioniert dies auch über einen PC und das Internet). Sollen Dritte in den Genuß der Bilder kommen, kann der Besitzer des Archivs diese per SMS oder E-Mail zum Besuch der freigegebenen Galerie einladen. Die potentiellen Galerie-Besucher erhalten ein Paßwort und einen Link, der ihnen mitteilt, wo die Bilder zu finden sind.

In Holland arbeitet CeWe Color mit Albert Heijn, in Deutschland bietet es Foto Quelle allein an

In Deutschland ermöglicht Foto Quelle den i-mode Nutzern, sich Fotos direkt auf ihr Handy schicken zu lassen. Nutzer können mit dem Service „Mobile Picture" jederzeit ihre Bilder ansehen, versenden, archivieren, organisieren, per i-mode Mail versenden, im Adreßbuch den Personen zuordnen, als Hintergrundbild speichern oder als Screensaver benutzen. Dazu müssen sie über www.mobile-picture.de ihre Bilddaten in das Foto Quelle i-mode Album laden. Um mobile picture zu starten, benötigt der Anwender über das übersichtliche i-mode Menü lediglich fünf Schritte.

Neben den eigenen Alben steht den Anwendern natürlich auch in Deutschland eine Vielzahl weiterer foto-orientierter i-mode Dienste zur Verfügung, beispielsweise aus den Themenbereichen Erotik, Rock und Pop oder Sport.

„Das mobile Medium i-mode bietet Fotofreunden eine hervorragende Möglichkeit, eine breite Palette von Diensten anwenderfreundlich zu nutzen", erklärte Stephan Köppe, der bei Foto Quelle für den Bereich Neue Medien zuständig ist. „i-mode bringt Bilder in Farbe in hoher Qualität auf das Handy – in einer Funktionalität, die der User aus dem Internet kennt." Der mobile Fotodienst kostet bei Foto Quelle

derzeit zwei Euro pro Monat und darüber hinaus die GPRS-Kosten für die tatsächlich übertragene Datenmenge. Die Preise dafür werden nach übermittelten Daten in Kilobyte berechnet, und jedes KByte kostet in der Preispromotion bis Ende September 0,001 Euro.

Für beide Laborbetriebe stehen kundenfreundlicher Service und ein gleichbleibend hohes Qualitätsniveau im Vordergrund. Dabei gewinnen die Themen „digitale Fotografie" und „Echte Fotos von digitalen Daten" sowohl für CeWe Color als auch für Foto Quelle zunehmend an Bedeutung, nicht zuletzt durch die neuen Möglichkeiten, die mobile Telekommunikationsdienste wie i-mode oder MMS bieten. Übereinstimmend betonten beide Finishingunternehmen, daß die Content-Partnerschaft mit i-mode ein wichtiger Baustein des digitalen Dienstleistungskonzeptes sei. Um die Möglichkeiten des mobilen Multimedia-Dienstes weiter auszubauen, arbeiten beide Laborbetriebe derzeit an der Entwicklung eines neuen Services, mit dem Printabzüge der katalogisierten Bilder auch über das i-mode Handy bestellt werden können.

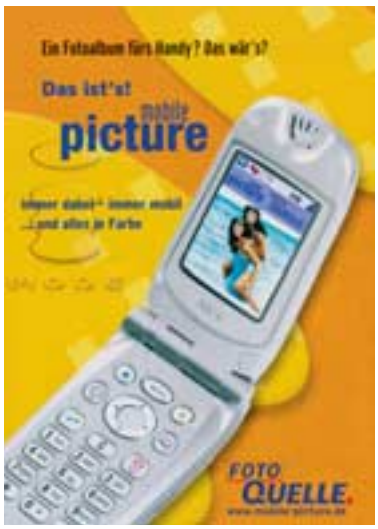
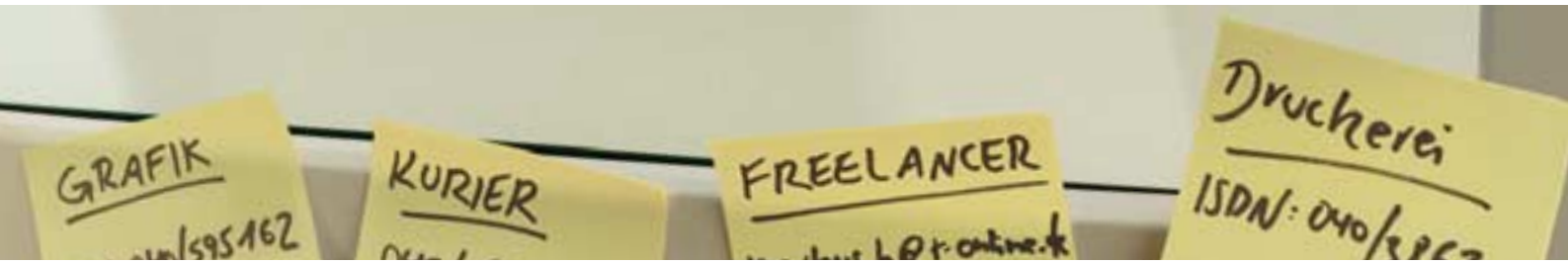


Foto Quelle hat eine spezielle i-mode Broschüre herausgegeben, die alles Wissenswerte rund um mobile Fotos mit dem E-Plus Handset enthält.

Layout besorgen Schriften besorgen Feindaten bestellen Daten versenden



Es geht auch effektiver:

Den Datenaustausch optimieren.
Mit Grapheno, der Kommunikationsplattform der Medienbranche.

Bevor der Datenaustausch in Ihrem Unternehmen im Chaos endet, nutzen Sie besser Grapheno. Auf dieser Server-Plattform der Deutschen Telekom können Sie und Ihre Partner **alle Daten** eines laufenden Arbeitsprozesses **zentral archivieren und abrufen** – schnell und einfach, protokolliert und kontrolliert. Und das **unabhängig** davon, **mit welchem Betriebssystem oder Netzzugang** Sie arbeiten. Wenn's besonders schnell gehen soll, nutzen Sie am besten **DataExpress** für große Datentransfers. Für kleinere Datenmengen **BusinessOnline.**
Lassen Sie sich von uns beraten: Wir von der Deutschen Telekom haben zukunftssichere Telekommunikations- und Computerlösungen und stehen Ihnen mit Kompetenz und Engagement zur Verfügung. Interessiert an einem Gespräch? Sie erreichen uns kostenlos unter der Hotline **0800 33 01 123** oder unter **www.telekom.de/grafische-industrie**. Entscheiden Sie sich für einen Partner, der Ihnen alles aus einer Hand bietet.

Deutsche Telekom

Neues von Schneider

Die Apo-Symmar-L-Baureihe löst die Apo-Symmare ohne das „L“ im Namen ab. Schneider-Kreuznach hat diese erfolgreichen, universell einsetzbaren Objektive jetzt vollständig überarbeitet, um sie dem heutigen Stand der Objektivkonstruktion und Fertigung anzupassen. Dabei wurden in fast allen Fällen der nutzbare Bildkreis vergrößert und die Abbildungsleistung weiter optimiert. Die angebotenen Brennweiten der neuen L-Baureihe zwischen 120 und 480 mm sorgen – passend zum maximalen Aufnahmeformat eingesetzt – für Bilder mit normalen Perspektiven ohne ausgeprägte Tele- oder Weitwinkeleffekte.

Copal-Verschlüsse mit Blendenrastung kommen jetzt von Schneider-Kreuznach. Nach der Umrüstung im Werk verfügen sie über eine Rastung in 1/3-Stufen mit prägnanten Stopklicks; dennoch bleiben Zwischenstufen einstellbar. Die Blendenrastung ist durchgehend bis hin zur kleinsten Blende vorhanden. Deutlich fühl- und hörbare Rastpunkte erlauben das präzise Einstellen ohne hinzuschauen. Dies bedeutet einen nicht zu unterschätzenden Praxisvorteil, besonders unter schwacher Beleuchtung oder bei schlecht zugänglichem Verschluß. Ab dem kommenden Jahr werden alle Schneider-Objektive mit diesen optimierten Copal-Verschlüssen ausgeliefert. Eine Umrüstung vorhandener Copal-Verschlüsse ist auf Anfrage möglich.

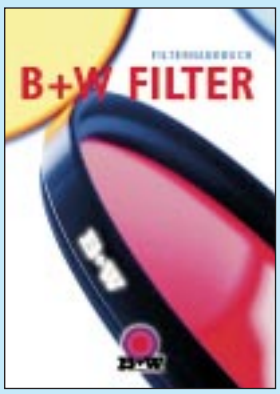
Weiterhin präsentiert Schneider zur photokina erstmals eine Lupe mit eingebauter Lichtquelle. Die neue Lupe 10x ist damit ideal für die Begutachtung von Aufsichtsvorlagen unter schlechten Lichtbedingungen. Für Meßzwecke kann eine als Zubehör erhältliche Strichplatte an der Unterseite angesetzt werden. Batteriebetriebene Leuchtdioden liefern eine gleichmäßige Ausleuchtung mit weißem Licht und wurden unauffällig ins Design integriert. Eine Automatik schaltet das Licht bei Nichtgebrauch ab und verlängert so die Lebensdauer der Batterie.

Alles läßt sich verbessern, haben sich die Entwickler bei Schneider gedacht, auch ein zirkularer Polfilter nach Käsemann. Und haben das dann auch

gemacht: B+W gelang die Kombination mit der MRC-Vergütungstechnologie. Käsemann-Polfilter bestehen aus besonders farbneutraler Polarisationsfolie zwischen extra geschliffenen und polierten Deckgläsern. Dank dieser aufwendigen Fertigung liefern sie schärfere und neutralere Aufnahmen als herkömmliche Polfilter. Die zusätzliche MRC-Vergütung verstärkt diesen Effekt durch mehrere hauchdünne, reflexmindernde Vergütungsschichten. Darüber hinaus schützt sie die Deckgläser vor schnellem Verkratzen und Verschmutzen – die Reinigung wird erleichtert. Lieferbar sind zirkulare Polfilter nach Käsemann MRC in den neuen F-Pro Standardhaltern bis zum Durchmesser von 77 mm; vorerst nur in zirkularer Ausführung. Größere Durchmesser (bis 95 mm) sind in Vorbereitung.

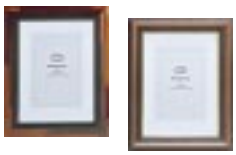
B+W Filterbroschüre in neuer Aufmachung

Die bekannte Filterbroschüre von B+W erscheint in vollkommen neuer Form. Das Filterhandbuch im DIN A4-Format ist informativer und übersichtlicher ausgefallen. Dazu ist es in einem ansprechenden Design gestaltet. Für alle



Filter wurden die Bildbeispiele aktualisiert. Dem interessierten Leser werden neben der Vorstellung aller Filter mit ihrer Wirkungsweise in Text und Bild zusätzliche Anwendungstips aus der Praxis geboten. Die Aufteilung der Filter nach Aufgabengebieten soll bei der Orientierung oder der Suche nach Anregungen hilfreich sein. B+W Adapterringe, Streulichtblenden sowie Reinigungs- und Aufbewahrungszubehör ergänzen das Angebot. Darüber hinaus finden sich zahlreiche Tips, Hintergrundinformationen zur Funktionsweise und über die aufwendige Fertigung aller B+W-Produkte. Die deutschsprachige Ausgabe kann der Fotohandel ab sofort gegen eine Schutzgebühr anbieten, eine englischsprachige Ausgabe wird zum Jahresende erhältlich sein.

HAGEE

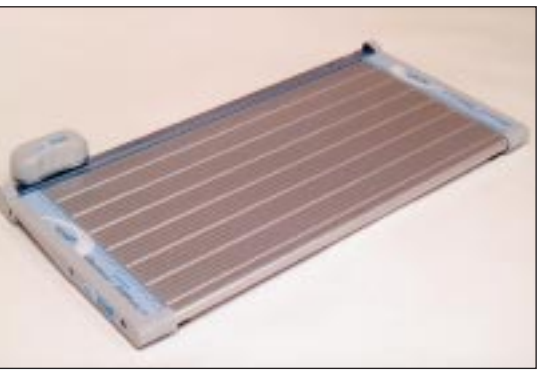


RAHMEN, ALBEN,
ORDNUNGSSYSTEME
FÜR FOTOS UND NEGATIVE,
SCHRÄGSCHNITT-PASSEPARTOUTS,
PORTRAIT-TASCHEN,
ENDLOS-LEPORELLOS

HAGEE-Goltdammer GmbH
83230 Bernau/Chiemsee • Postfach 1146
Telefon 0 80 51/80 48-0 • Telefax 0 80 51/73 12
www.hagee.de • E-Mail: info@hagee.de

Keencut führt neue Schneidemaschinen ein

Der in Großbritannien ansässige Hersteller Keencut hat zur photokina die neue Marke Technic an ultrasicheren Drehschneidemaschinen hoher Präzision eingeführt, die spezifisch zum Schneiden und Beschneiden einer großen Zahl von biegsamen Bogenmaterialien gebaut wurde. Die Konstruktion der neuen Maschine weicht deutlich von der traditionellen



Konstruktionsweise von Drehschneidemaschinen ab. Insbesondere das Auslassen einer Überkopfführungsschiene ist dafür ein typisches Kennzeichen. Dadurch ist die Schneidelinie vollkommen unbehindert. Ein unter der Oberfläche liegendes Führungsgleis schließt die Möglichkeit einer Beschädigung der Maschine durch Überlastung oder Unachtsamkeit aus. Das bedeutet, daß das größte Modell exakt die gleichen Materialdicken schneidet wie die kleinste Maschine. An allen Modellen wird Schneiden in beide Richtungen durch Hochleistungs-Doppelschneidräder aus Wolframstahl ermöglicht. Ein durchsichtiger, bruchsicherer Klemmstreifen voller Länge hält das zu bearbeitende Teil fest. Des weiteren sorgen zwei Gummirollen für eine Doppelklemmfunktion. Für die Sicherheit des Bedieners sind die sich selbst schleifenden Schneidräder in einem bruchsicheren Gehäuse aus Metall und Polycarbonat eingeschlossen. Die Technic Drehschneidemaschinen verfügen über ein robustes Unterteil aus eloxiertem Aluminium. Sie sind in 13 Standardgrößen zwischen 30 und 300 cm erhältlich. Der Hersteller gewährt auf die Gleitlager 20 Jahre Garantie.

B+W Weichzeichner für die Porträtfotografie

Gute Weichzeichner sind besonders in der Porträtfotografie ein stets gefragtes Zubehör. B+W ist jetzt die Herstellung eines neuartigen Weichzeichners für Aufnahmen in hoher optischer Qualität gelungen: Eine innovative Dünnschichttechnik ermöglicht die Herstellung aus Glassubstrat, den Weichzeichnereffekt übernimmt eine Glasoberfläche mit eingelassenen Mikrolinsen. Außer der besseren optischen Eigenschaft verfügt Glas im Gegensatz zu Kunststoff über eine höhere Resistenz gegen Verkratzen und eine leichter zu reinigende Oberfläche. Die Weichzeichnerwirkung des neuen B+W Soft Pro Filters sorgt in der People- und Porträtfotografie für eine feine Glättung der Haut oder setzt in der Landschaftsfotografie Akzente mit zart überstrahlten Lichtern. Geeignet ist dieses Filter für die digitale wie analoge Fotografie in Farbe und SW. Lieferbar ab sofort sind die gängigen Größen bis 105 mm. Geplant ist ebenso ein Soft Pro II Filter mit stärkerer Wirkung und eine Soft Pro Warmton Variante.

Multiblitz Halogenlicht ist im Set zu haben

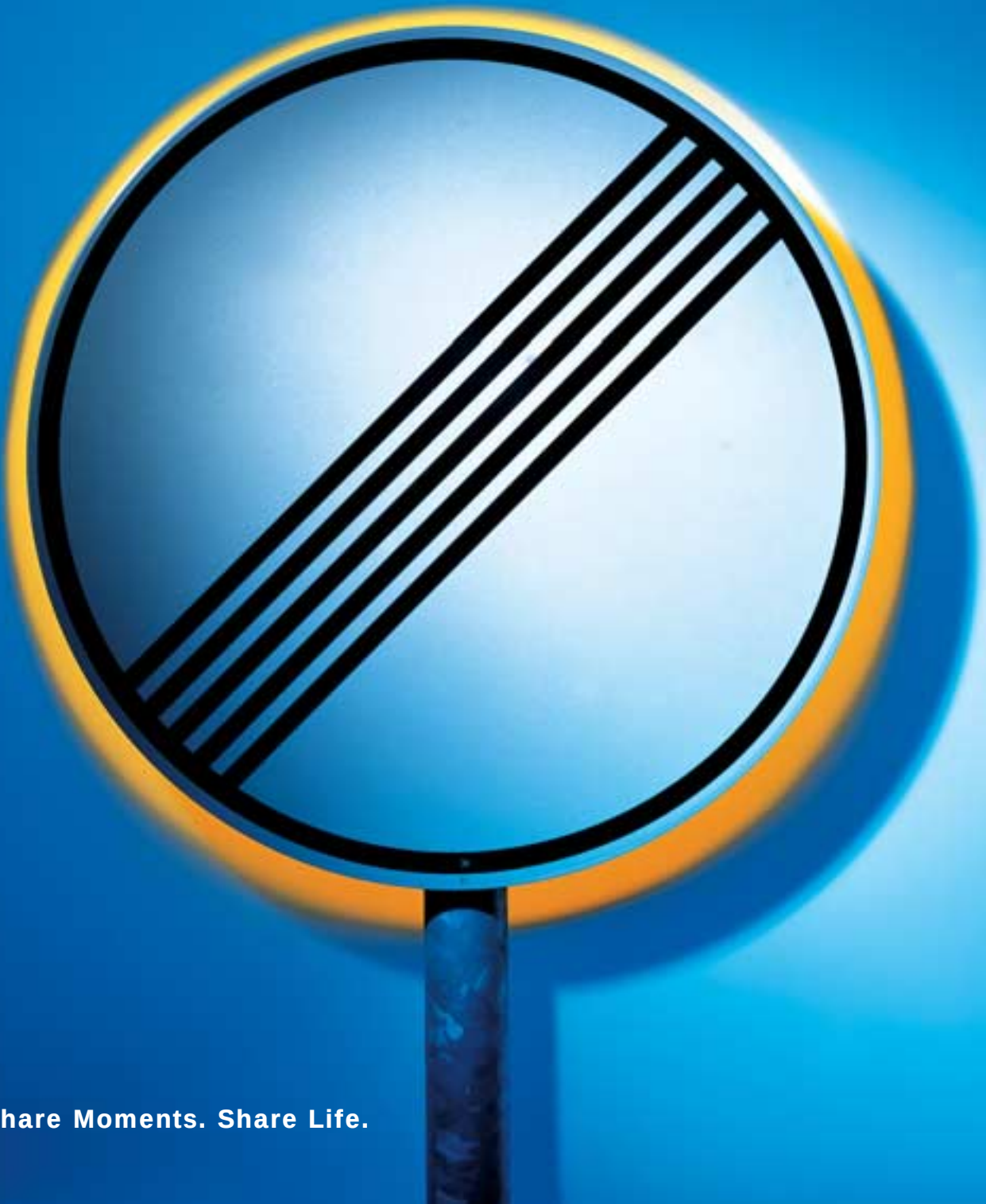
An Fotografen, die mit Digitalkameras ohne Synchronkontakt arbeiten, wendet sich Multiblitz mit dem neuen DigiX. Dabei handelt es sich um professionelles Halogenlicht (250 W, 3.200 K), das durch Weißabgleich oder individuelle Kameraeinstellung neutrale Farbergebnisse ermöglicht. Dank des echten Wechselreflektorsystems können alle Reflektoren aus dem Multiblitz Compactlite/Profilux System verwendet werden. Merkmale von DigiX sind der Spezialbrenner 250 W mit 2000 Stunden Brenndauer in Bajonetfassung und der eingebaute, sehr leise Kühlventilator. Das komplette Set mit zwei betriebsfertigen Geräten inklusive Reflektoren und zwei Manfrotto Leuchtenstativen kostet 380 Euro (UVP).

Neue Apo-Tele-Xenare von Schneider-Kreuznach

Mit den Apo-Tele-Xenaren 9,0/600 und 12/800 hat Schneider-Kreuznach ein Baukastensystem aus einem Front- und zwei unterschiedlichen rückwärtigen Elementen für Aufnahmeformate bis 8x10 inch entwickelt: Anwender können durch den Kauf der entsprechenden Module entweder ein 600er oder 800er Tele zusammenstellen. Das extreme Apo-Tele-Xenar 12/800 wiegt kaum mehr als 2.000 g und ist aufgrund seiner immer noch handlichen Abmessungen in der Outdoor-Fotografie einfach einsetzbar. Die ausgeprägte Telewirkung der langen Brennweiten ermöglicht die Überbrückung längerer Distanzen, erleichtert das Freistellen vor dem Hintergrund und verhilft zu neuen Sichtweisen dank komprimierter Bildtiefe. Die verkürzte Schnittweite der Telekonstruktion erlaubt relativ kurze Balgenauszüge; besonders bei Kameras im 8x10" Format ist so die Gefahr von verwackelten Aufnahmen merklich verringert.

Gas geben im digitalen Markt.

Kodak zeigt, wo´s lang geht.



Share Moments. Share Life.

Hama mit drei neuen Taschenserien

Hama stellt zur photokina die beiden eigenen Taschenserien Auckland und Digital Sift sowie die Modellreihe Biskaya des Lizenzpartners Samsonite vor. Die verschiedenen Modelle der Serie Biskaya sind aus strapazierfähigem und modischem Materialmix PU-Leder und Polyester gefertigt und bieten Platz für jede Ausrüstung, von der kleinsten Kompakt- bis zur digitalen Videokamera plus Zubehör. Details wie Schultergurt,

Tragegriff, Gürtelschlaufe, Vorder- und Seitentaschen, die Netztaschen seitlich oder im Deckel, variable Innenteiler und Stellfüße gegen Schmutz und Nässe variieren je nach Modellgröße. Als Universaltasche mittlerer Größe bietet Hama das Modell Biskaya DV 55 Duo. Sie besitzt eine angedockte Untertasche, die sich bei Bedarf leicht abtrennen läßt. Dadurch kann die Größe dem jeweiligen Bedarf entsprechend angepaßt werden. Die Taschen kommen in der Farbkombination Schwarz/Grau auf den Markt.

Speziell für digitale Kameras sind die fünf Modelle der Hama-Serie Digital Soft konzipiert. Neben dem sportlichen Outfit, das durch gummierte Zipper-Puller unterstrichen wird, soll vor allem ihr Innenleben überzeugen. Das extra-weiche Innenfutter aus Fleece-Material schützt speziell die hochempfindlichen LCD-Monitore vor Kratzern und anderen Beschädigungen. Gürtelschlaufe, Schultergurt und integrierte, kleine Netztasche für Speichermedien haben alle Modelle gemeinsam. Die beiden größeren bieten durch Vordertasche und Reißverschlußfach zusätzlichen Stauraum, variable Innenteiler machen das Hauptfach flexibler. Die Taschen sind in Schwarz, Schwarz/Rot oder Schwarz/Beige erhältlich.

Aus sieben Größenmodellen aus strapazierfähigem 840-D-Nylon-Material in den modischen Farbkombinationen Schwarz/Orange bzw. Schwarz/Silbergrau besteht die neue Taschenserie Auckland. Besonderen Wert haben die Monheimer nach eigenen Angaben auf

das innovative Design der Taschen gelegt. So soll beispielsweise der asymmetrische Reißverschluß nicht nur eine optische Spielerei sein, sondern er soll den Zugriff auf das Hauptfach vergrößern und damit das Herausnehmen der Kamera erleichtern. Je nach Größe variieren die Ausstattungsmerkmale wie Nacken- bzw. Schultergurt, Gürtelschlaufe, Tragegriff, Vorder- und Seitentaschen und die variable Inneneinteilung. Die Verkaufspreise der Modelle dieser Taschenserie liegen zwischen rund elf und 52 Euro.

Benbo hat den Trekker zum Trekker 2 aufgerüstet

Benbo hat sein Bestsellerstativ Trekker zum Trekker 2 aufgerüstet. Die neuen zusätzlichen Eigenschaften machen es zum vielseitigsten Stativ der Benbo-Serie. Die Mittelsäule, die gleichzeitig Schwenksäule ist, bekommt ein zusätzliches Gelenk von 180 Grad. Der Fotograf kann sie jetzt vorne in jedem Winkel abknicken. Aufnahmen aus niedriger Position heraus und in Bodennähe gelingen dadurch besser. Auch das Trekker 2 ist nach dem „Pyramiden-System“ gebaut: Jedes der drei Beine besteht aus nur zwei Teleskoprohren. Die unteren Rohre sind dicker und schwerer als die oberen. Der Schwerpunkt des Statives liegt daher tiefer als üblich – ein großer Stabilitätsvorteil gegenüber Stativen mit mehrteiligen Beinen. Deshalb trägt das Trekker 2 die meisten SLR- und Mittelformatkameras. Der prägnant feste Stand läßt sich zusätzlich verbessern durch Anhängen der Fototasche an den dafür vorgesehenen Haken. Die unteren Rohre können bedenkenlos ins Wasser eintauchen. Neu sind ferner die ergonomisch geformten Feststellschrauben. Damit lassen sich die Beine mit nur einer Hand ausziehen und festklemmen. Eine Variante ist das 71 cm hohe Mini-Trekker Stativ mit extra kurzen Stativbeinen. Es bietet sich als Tabletop-Stativ und für Fotos kleiner Objekte an. Eine Serie von drei neuen Kugelköpfen rundet das Trekker-Programm ab. Die Arbeitshöhen des Trekker 2 lassen sich von 150 cm bis null cm (Erdboden) variieren.

Bei Keyfoto ist Neues von Vivitar zu sehen

Mit einer ganzen Reihe neuer Produkte der Marke Vivitar und verschiedenen Eigenmarkengeräten ist das britische Unternehmen Keyphoto auf der photokina vertreten. Zu den Neuheiten zählen unter anderem zwei Digitalkameras mit vier bzw. zwei Mio. Pixeln, ein Sortiment von Nachtsichtgeräten, Objektive, Blitzgeräte und weiteres Zubehör wie Ferngläser. Weiter ausgebaut wird zur Weltmesse des Bildes auch die Palette von Keyphoto Kleinbildkompaktkameras, die in diesem Jahr in den Markt eingeführt wurde. Zur Messe wird das neue Modell QM50 präsentiert. Neben Informationen zu den Produkten erhalten die Besucher des Standes auf Wunsch auch Infos über die Konditionen und den Kundendienst des Unternehmens.

Das richtige Angebot für die digitalen Vorreiter: Die KODAK Digital Camera Order Station.

Mit der KODAK Digital Camera Order Station kommen Ihre Kunden schnell und unkompliziert zu erstklassigen Bildern von ihrer Digitalcamera – und Sie kommen ins digitale Bildergeschäft.

Besuchen Sie Kodak auf der photokina. Jetzt in Halle 4!

Share Moments. Share Life.

Ansmann stellt neue Akkus und neues Ladegerät vor

Energy 8 heißt ein neues Ladegerät von Ansmann (97959 Assamstadt). Es ist mit einer neuartigen bediener- und akkuschonenden Ladetechnik ausgestattet. Nach dem Einlegen der NiCd- oder NiMH-Akkus wird zunächst eine Diagnose durchgeführt und bei beschädigtem Akku ein Refreshing-Programm gestartet. Je nach Zustand des eingelegten Akkus wird dieses Programm unter Umständen mehrmals durchlaufen, bis sich der Akku regeneriert hat. Alterungserscheinungen oder dem „Memory-Effekt“ wird damit entgegengewirkt, und die Leistungsfähigkeit der Akkus wird gesteigert. Energy 8 kann dank neuartiger Dual-Ladeschächte bis zu acht Akkus der Größen Micro (AAA), Mignon (AA), Baby (C) oder Mono (D) gleichzeitig „behandeln“. Die microkontrollerüberwachte Ladesteuerung sorgt für eine Beendigung des Ladevorgangs, sobald die Akkus voll sind. Akku-Defekterkennung und Impuls-Erhaltungsladung sind weitere Ausstattungsmerkmale des Energy 8. Die intelligente Ladesteuerung arbeitet automatisch, die einzelnen Programme werden optisch mit Hilfe von mehrfarbigen Leuchten einzeln angezeigt.

Ebenfalls neu aus dem Hause Ansmann ist eine NiMH-Zelle der Baugröße Mignon (AA) mit einer extrem hohen Kapazität von 2.000 mAh. Die neue Powerzelle ermöglicht noch längere Betriebszeiten bei Geräten mit hohem Stromverbrauch, etwa Digitalkameras oder Blitzgeräte. Die Akkus stehen dem Handel in Zweier- und Vierer-Blisterpackungen zur Verfügung.

Neue Maus läßt Profi-Präsentatoren viel Gestaltungsfreiraum

Die Gyration Inc., ein US-amerikanisches Technologie-Unternehmen, hat die nach eigenen Angaben technologisch fortgeschrittenste optische Maus für Präsentations-Profis vorgestellt: die Ultra Professional Optical Mouse. Mit ihr können professionelle Präsentatoren ihren PC mit einem Bewegungsradius von 30 Metern frei aus dem Raum steuern, ohne daß hierbei eine Sichtverbindung zum Empfänger bestehen muss. Außerdem können sie Auszüge markieren, 80 dynamische Präsentationseffekte via einfacher Handbewegungen nutzen und zwischen verschiedenen Programmen hin und her wechseln. Die spezielle Software GyroTools ermöglicht außerdem, dreidimensionale Bewegungen in konkrete Befehle umzusetzen, so daß bei einer bestimmten Handbewegung der PC beispielsweise von Powerpoint ins Internet wechselt. Die Ultra Professional ist außerdem die bisher einzige erhältliche Funkmaus, die sowohl frei im Raum als auch auf festen Unterlagen eingesetzt werden kann. Ihre Eigenschaften verdankt Ultra Professional den innovativen Technologien GyroPoint und Gyroscope, auf die sich Gyration die weltweiten Patente gesichert hat. In Kombination mit der von Gyration neu entwickelten energiesparenden Funk-Technologie wird so eine 15mal schnellere und präzisere Steuerung des Cursors als bei optischen Mäusen mit Bewegungssensor möglich.

Das neue Nokia 3650 besitzt eine integrierte VGA-Digitalkamera

Nokia hat ein neues Imaging-Phone vorgestellt: das Nokia 3650 Mobiltelefon ist mit einer integrierten Digitalkamera für Video- und Fotoaufnahmen ausgestattet und erlaubt es, visuelle Inhalte per MMS (Multimedia Messaging Service, siehe dazu S. 56) zu verschicken. Als Tribandgerät funktioniert das Nokia 3650 weltweit. Das Handy wird voraussichtlich im Verlauf des ersten Quartals 2003 erhältlich sein. Um Augenblicke festzuhalten und mit anderen zu teilen, verfügt das Nokia 3650 über eine integrierte Digitalkamera mit VGA-Auflösung, ein großes Farbdisplay mit 176 x 208 Pixeln und 4.096 Farben sowie über eine einzigartige kreisförmige Tastatur mit Fünf-Wege-Navigation. Das Nokia 3650 besitzt außerdem eine Kamera für Videoaufnahmen und einen RealOne Player, mit dem man Video-Clips herunterladen und abspielen oder online anschauen kann (Streaming). Darüber hinaus unterstützt das Nokia 3650 umfangreiche E-Mail-Anwendungen und bietet über seinen xHTML-Browser einen mobilen Zugang zu attraktiven, farbigen Internetinhalten. Das Handy wiegt 130 Gramm und verfügt über einen internen Speicher von 4 MB. Dieser kann mit einer Speicherkarte erweitert werden. Mit dem neuen kompakten und sehr leichten 850-mAh Li-Ion-Akku erreicht das Nokia 3650 eine Sprechzeit von bis zu vier Stunden und eine Standby-Zeit von bis zu acht Tagen. Die Ladezeit beträgt nur noch etwa eine Stunde. Auswechselbare Xpress-on Cover ermöglichen, das Nokia 3650 individuell zu gestalten.

Neue Chancen bei der Laufkundschaft: Mit dem KODAK Picture Maker.

Mit dem KODAK Picture Maker können Sie digitale Bilder bearbeiten – und sofort ausdrucken. Das führt zu neuen Service-angeboten – zum Beispiel Passbilder, bei denen der Kunde die Auswahl hat und die Bilder trotzdem sofort mitnehmen kann.

Besuchen Sie Kodak auf der photokina. Jetzt in Halle 4!

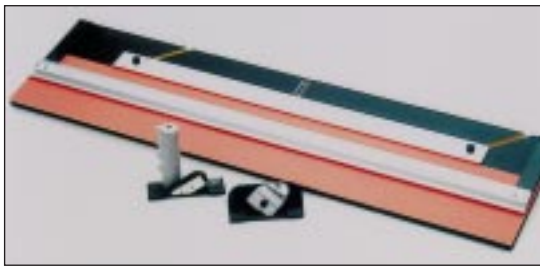
Share Moments. Share Life.

Hedler HT 19 hat erstmals drei 650 W-Lampen eingesetzt

Im Bereich der Dauerlichtleuchten ergänzt Hedler Systemlicht seine H-Reihe um die Hedler HT 19. Erstmalig werden bei diesem Modell in einer Dauerleuchte drei Lampen à 650 Watt eingesetzt. Sie erzeugen durch ihr spezielles Anordnungs-Design kaskadierende, weichere Schattenübergänge als Leuchten mit einer oder zwei Lampen. Die Schaltmöglichkeit von einer, zwei oder drei Lampen bietet als Hauptvorteil jedoch eine Leistungsstufung ohne jede Änderung der Farbtemperatur. Für alle Farbfotografen eine deutliche Erleichterung bei Farbkorrekturen, bietet dieses Feature in der Digitalfotografie die Gewähr von Leistungsveränderungen ohne zusätzlich notwendige Neuanpassung des Weißlichtabgleichs. Bei der Verwendung von individuellen Korrekturen der Farbtemperatur stellt dies einen erheblichen Zeitvorteil dar, darüber hinaus lassen sich hierdurch standardisierte Bedingungen in Dokumentationssystemen schaffen. Die Integration in die bestehende Hedler H-Reihe gewährleistet die Verwendung von fast allen aktuellen Reflektoren, die Ausstattungs- und Handhabungsmerkmale der existenten Dauerlichtmodelle wurden in vollem Umfang beibehalten.

Passepartout-Schneidebrett im Vertrieb der BIG GmbH

Komfortables und professionelles Passepartoutschneiden ermöglicht nach Angaben der BIG GmbH das Profi-Schneidebrett Compact 301s von Logan. Um einen sicheren Stand zu gewährleisten, ist das schwere Gerät mit den Abmessungen 81 x 20,5 cm mit sechs rutschsicheren Gummifüßen ausgestattet. Auf der Oberseite ist das Schneidelineal angebracht, das als Führung für die Handcutter dient und eine Schneidlänge bis zu 70 Zentimetern ermöglicht. Am verstellbaren Abstandhalter, der mit zwei Schrauben arretiert ist, wird die exakte Randbreite von null bis elf Zentimeter eingestellt. Um ein Verkratzen des Schneidebrettes zu verhindern, ist ein Passepartoutkarton in



den Abmessungen 81 x 12 cm beigelegt. Für professionelles Aussehen der Passepartouts sind der Schrägschnitt-Cutter Logan 2000 und der Gradschnitt-Cutter Logan 701 in einem funktionellen Set enthalten. Logan 2000 besteht aus Metall und ist gleichermaßen für Rechts- wie für Linkshänder geeignet. Eine angebrachte Start-/Stoplinie gewährleistet, daß ungewollte Überschneidungen vermieden werden. Der patentierte Klingenschlitz des Logan 2000 trägt dazu bei, ein Verbiegen der Klinge zu verhindern.

Hama erweitert das Porträtrahmensortiment und bringt neue Holzrahmen-Modelle

Hama hat zur photokina das Porträtrahmensortiment um die neue Serie Austin erweitert. Auf den äußeren Hauptrahmen wurde hier ein kleinerer, farblich unterschiedlicher Rahmen gesetzt. Auf diese Weise soll eine räumliche Passepartoutwirkung entstehen, die das Porträt fokussiert. Die durch Präzisionsschnitt und Speziallackierung nicht sichtbare Gehrung der abgerundeten Leisten unterstreicht diesen Effekt zusätzlich. Der Echtholz-Rahmen Austin mit stabilem Aufsteller ist in den Farben Schwarz, Nuß, Blau und Creme und in den Größen 10 x 15 cm und 13 x 18 cm erhältlich.

Hinter den nordischen Städtenamen Malmö, Göteborg, Bergen und Oslo verbergen sich die neuen Hama-Rahmen für den Holzrahmenbereich. Das Monheimer Unternehmen setzt bei diesen Modellen eigenen Angaben zufolge vor allem auf ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis, das schlichte Eleganz mit bester Verarbeitung zu günstigen Konditionen verbinden soll. Speziell auf Großformate zugeschnitten sind die extrabreiten Leisten der Modelle Malmö und Göteborg. Bilder in Postergröße

sollen dadurch wirkungsvoll aufgewertet werden. Während Malmö ab dem Rahmenformat 24 x 30 cm in sieben Formaten und den beiden im Trend liegenden Naturtönen Ahorn und Buche erhältlich ist, bietet Göteborg neun Farben und neun Formate, ebenfalls ab 24 x 30 cm. Die breiten Halbrund-Profilleisten von Bergen sind dagegen schon ab der Rahmengröße 13 x 18 cm in zehn Formaten und jeweils fünf Farben zu bekommen. Für kleinere Bilder bietet das Modell Oslo mit schmalen Leisten in neun Größen ab 9 x 13 cm zu je fünf Farben eine Alternative im neuen Rahmenprogramm von Hama.

Neue Kunden auf der digitalen Spielwiese: Mit der KODAK Picture CD.

Mit der KODAK Picture CD machen Sie Ihren Kunden den Einstieg in die digitale Welt so einfach wie möglich: So können auch Kunden, die analog fotografieren, ihre Bilder digital bearbeiten oder per e-mail verschicken.

Besuchen Sie Kodak auf der photokina. Jetzt in Halle 4!

Kodak

Share Moments. Share Life.

XD-Picture Card als Speicherstandard

Auf der photokina wird Olympus neben der bereits vorgestellten Camedia C-5050Zoom zwei weitere neue Digitalkameras präsentieren. Auch sie werden ihre Bilder auf dem Ende Juni vorgestellten neuen Medium xD-Picture Card speichern. Die Drei-Megapixel-Kamera C-730 Ultra Zoom wartet mit einem zehnfachen Zoombereich auf, die C-50Zoom besticht durch ein Top-Design und hohe innere Werte.

Neue Camedia-Digitalkameras von Olympus

Die übersichtlich angeordneten Bedienelemente auf der Rückseite der C50Zoom sorgen für eine schnelle und einfache Handhabung der Kamera.

Mit der C-50Zoom trägt Olympus dem Wunsch vieler Konsumenten nach kleineren Digitalkamera-Modellen Rechnung. Möglich wurde die Gestaltung des kleinen Gehäuses mit den Maßen 58,5 (H) x 99,5 (B) x 41,5 (T) mm durch den Einsatz des neuen Speicherstandards xD-Picture Card mit den derzeit nach Aussage von Olympus kleinsten Speicherkarten der Welt (Stand Juli 2002). Das Gehäuse der Kamera wurde aus Vollmetall gestaltet, aber auch ihre inneren Werte können sich sehen lassen: Ein 5 Megapixel-CCD sorgt zusammen mit der von Olympus entwickelten True Pic-Technologie für hochwertige Digitalaufnahmen, die hinsichtlich Schärfe, Kontrast, Farbechtheit und Farbabstimmung optimiert wurden. Darüber hinaus verfügt die Kamera über ein optisches Dreifach-Zoomobjektiv, das eine Brennweite, umgerechnet aufs Kleinbildformat, von 38 bis 114 mm bietet.

Für Schnappschüsse steht eine Programmautomatik, für Aufnahmen von Standardsituationen (z. B. Portraits oder Landschaftsaufnahmen) stehen sechs voreingestellte Programm-Modi zur Verfügung. Versiertere Fotografen können zudem manuell Blende und Verschlußzeit wählen.

Ein bedienerfreundliches Menü und die Möglichkeit, häufig verwendete Einstellungen unter der Funktion „My Mode“ zu speichern, tragen zu einer komfortablen Bedienung der Kamera bei.

Automatische Belichtungsreihen, digitale Effekte wie Sepia und Schwarzweiß sowie die Möglichkeit, Videosequenzen im Quick Time Motion-JPEG-Format aufzeichnen zu können, runden die Ausstattung der C-50Zoom ab. Ein USB AutoConnect-Anschluß sorgt dafür, daß die Kamera beim Anschluß an einen Computer sofort erkannt wird. Somit ist ein schneller und einfacher Bilddatentransfer möglich. Die Camedia C50Zoom wird ab Herbst lieferbar sein und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 799 Euro.

Camedia C-730 Ultra Zoom

Die zweite Digitalkamera, die Olympus zur photokina vorstellen wird, kann ebenfalls ein Superlativ für sich beanspruchen. Die Olympus Camedia C-730 Ultra Zoom ist laut Aussage des Unternehmens (Stand Juli 2002) die weltweit erste Digitalkamera mit 3,2 Megapixeln, die mit einem zehnfachen Zoomobjektiv ausgestattet ist. Es bietet eine Brennweite von 38 bis 380 mm im Vergleich zum Kleinbildformat und zeichnet sich durch eine hohe Licht-

Die neue µ[mju:]-Generation

Eine kompakte Größe, das Dreifach-Zoom und ein wetterfestes Metallgehäuse zeichnen die µ[mju:]-V aus.

Die 1991 von Olympus auf den Markt gebrachte Kompaktkameraserie µ[mju:] hat sich mittlerweile weltweit mehr als 22 Millionen mal verkauft. Diesen Erfolg feiert das Unternehmen mit der Vorstellung der kleinsten 35 mm-Kamera mit Dreifach-Zoom und einer Brennweite bis 105 mm (Stand Juli 2002, basierend auf Olympus' internen Untersuchungen). Die µ[mju:]-V hat ein kompaktes Gehäuse mit den Maßen 101 (B) x 57 (H) x 42 (T) mm, in das ein leistungsstarkes Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 38 bis 105 mm integriert wurde. Ihr auf Hochglanz polierter Metallbody ist sogar wetterfest. Zu den weiteren Vorzügen der vollautomatischen 35 mm-Kompaktkamera zählt ein von Olympus neu entwickeltes passives 11-Punkt-Autofokus-System. Mit diesem Verfahren sorgen noch mehr Meßpunkte als zuvor für eine exakte Scharfstellung. Das integrierte Blitzsystem der µ[mju:]-V sorgt mit sechs Blitzmodi auch bei schlechten Lichtverhältnissen für gute Bildergebnisse. Die edle Kompaktkamera wird ab November lieferbar sein und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 269 Euro.

Mit der bedienerfreundlichen µ[mju:]-III Wide 100 präsentiert Olympus das erste Modell der dritten µ[mju:]-Generation. Das noch kompaktere und leistungsfähigere Modell ist mit einem 3,6-fach Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 28 bis 100 mm ausgestattet und ist damit für Weitwinkel- und Teleaufnahmen gleichermaßen geeignet. Für eine optimale Scharfstellung setzt Olympus auch hier das innovative 11 Punkt-Autofokus-System, zusammen mit dem ebenfalls neu entwickelten passiven Autofokussensor, ein. Weil die µ[mju:]-III Wide 100 eine im Vergleich zu anderen µ[mju:]-Modellen doppelt so große Aufnahmefläche auswertet und somit präzisere Basisinformationen zur Verfügung stehen, zeichnen sich die Ergebnisse durch eine hohe Bildschärfe aus. Ein automatisches Drei-Zonen-Belichtungssystem mit drei optischen Sensoren gewährleistet exakt belichtete Aufnahmen. Die Kamera wird ab Oktober zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 259 Euro im Handel verfügbar sein.

Das erste kompaktere und leistungsfähigere Modell der dritten µ[mju:]-Generation ist die µ[mju:]-III Wide 100.

stärke aus (f2,8 – f3,5). Zusätzlich kommt bei der Kamera ein dreifacher Digitalzoom zum Einsatz. Somit bietet sich dieses Camedia-Modell beispielsweise für Anwender an, die bei Sportveranstaltungen oder bei Tieraufnahmen Close-ups aus größeren Entfernungen durchführen möchten. Für Anwender, die Nahaufnahmen bevorzugen, steht eine Makrofunktion, die Aufnahmen bis zu einer Entfernung von vier Zentimetern ermöglicht, zur Verfügung.

Die Olympus Camedia C-730 Ultra Zoom ist mit einem leistungsstarken Zehnfach-Zoomobjektiv ausgestattet, das aus zehn Elementen in sieben Gruppen inklusive zwei asphärischer Linsen besteht.

Durch einen neuen elektronischen Sucher, der eine 60 Prozent höhere Auflösung gegenüber anderen Ultra-Zoom-Modellen hat, erhalten Anwender vor der Aufnahme ein sehr klares Bild ihres Motives.

Eine Vielzahl automatischer Funktionen und sechs voreingestellte Aufnahmemodi, beispielsweise für Nacht- oder Sportaufnahmen, tragen zur Bedienerfreundlichkeit der Kamera bei. Versiertere Fotografen können Blende und Verschlußzeit manuell einstellen sowie eine Histogramm- und die Rauschunterdrückungsfunktion nutzen. Auch die Camedia C-730 Ultra Zoom bietet die Möglichkeit, Filmsequenzen im Quick Time Motion JPEG-Format aufzuzeichnen.

Übertragungsmöglichkeiten bietet die Kamera durch den USB AutoConnect-Anschluß sowie einen Audio-/Videoanschluß. Wie alle vorläufig ausgelieferten Digitalkameras von Olympus wird auch dieses Modell mit einem Dual-Slot ausgestattet sein, mit dem neben der neuen xD-Picture Card auch SmartMedia-Karten für die Speicherung der Bilder eingesetzt werden können. Eine 16 MB xD-Picture Card mit Panoramafunktion gehört zum Lieferumfang.

Die Camedia C-730 Ultra Zoom wird ab Herbst dieses Jahres lieferbar sein und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 749 Euro. höl

Cool und viele Pixel:

Neue Digitalkameras von Nikon

Nikon präsentiert zur photokina zwei neue Coolpix-Digitalkameras. Mit der Coolpix 3500 stellt das Unternehmen das leistungsstarke Schwestermodell der Coolpix 2500 mit origineller Schwenkoptik vor. Mit der Coolpix 4300 wird das neueste Modell in der Vier-Megapixel-Klasse des Unternehmens auf den Markt gebracht.

Die Coolpix 4300 liefert mit einer effektiven, höchsten Auflösung von 2.272 x 1.704 Pixeln Bilder, die bis zu einem Format von A3 problemlos ausgegeben werden können. Wie ihr Drei-Megapixel-Vorgängermodell Coolpix 885 ist die Kamera mit einem Dreifachzoom-Nikkor mit einer Brennweite von 38 bis 114 mm (entsprechend Kleinbildformat) bei einer Lichtstärke von 2.8 bis 4.9 ausgestattet. Die Kamera bietet Verschlußzeiten von 1/1.000 bis 8 Sekunden, kann Makroaufnahmen bis zu einer Entfernung von vier Zentimetern aufnehmen und verfügt über verschiedene Möglichkeiten der Serienbildaufnahme. Darunter auch die Funktion „Best-Shot-Selector“, die bei Serienaufnahmen automatisch das Bild mit der größten Schärfe auswählt.

Die Coolpix 4300 spricht Anfänger und fortgeschrittene Anwender gleichermaßen an. Mit der Automatik gelingen selbst dem Einsteiger brillante Aufnahmen, anspruchsvollere Fotografen können aus den zwölf Motivprogrammen (z. B. für Strandaufnahmen, im Schnee, Portraits oder Sonnenuntergänge) wählen, und versierteren Nutzern stehen manuelle Modi zur Verfügung, um eine gezielte Steuerung von Verschlußzeit und Blende vorzunehmen. Letztere Anwender-

Nikon baut Lite Touch-Kompaktkameraserie aus

Als neues Topmodell der erfolgreichen Lite Touch Zoom-Serie stellt Nikon die Kompaktkamera Lite Touch Zoom 150 ED mit Vierfach-Zoom vor. Mit ihren geringen Abmessungen und einem Gewicht von nur 195 Gramm ist sie laut Aussage des Unternehmens (Stand: 1.8.2002) die weltweit kleinste und leichteste Kamera in ihrer Zoomklasse. Eines ihrer wichtigsten Ausstattungsmerkmale ist das hochauflösende, leistungsfähige Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 38 bis 150 mm. Wie bei den Profikameras des Unternehmens kommt auch bei dem Objektiv der Lite Touch Zoom 150 ED das von Nikon stammende ED-Glas zum Einsatz, durch das Farbverfälschungen minimiert werden. Überdies wirken zwei asphärische Linsen der Verzeichnung entgegen. Der passive Autofokus erleichtert durch ein großes AF-Meßfeld die präzise Scharfstellung mittels des AF-Schärfespeichers auch dann, wenn sich das Motiv nicht in der Bildmitte befindet. Nahaufnahmen sind ab einer Entfernung von 80 cm möglich. Darüber hinaus bietet die Lite Touch Zoom 150 ED ein intelligentes Blitzsystem mit vier Blitzfunktionen und einem Vorlicht zur Reduzierung des „Rote-Augen-Effekts“. Die Lite Touch Zoom 150 ED QD bietet zusätzlich eine Panoramafunktion und die Möglichkeit der Einbelichtung von Datum und Uhrzeit. Die als Zubehör angebotene Infrarot-Fernbedienung ML-L3 ermöglicht das Auslösen aus Entfernungen von bis zu fünf Metern. Die Kameras werden Ende November ausgeliefert. Die LTZ 150 ED hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 259 Euro, die LTZ 150 ED QD von 279 Euro. Ab Ende September wird die Nikon Lite Touch Zoom 110s erhältlich sein. Sie verfügt über ein leistungsfähiges 2,9-fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 38 bis 110 mm. Ein aktives Autofokus-System, die Programmautomatik und ein vielseitiges Blitzgerät mit vier Betriebsfunktionen und einem Vorlicht zur Verringerung des „Rote-Augen-Effekts“ runden die Ausstattung ab. Die Kamera gibt es wahlweise auch mit Datenrückwand zur Einbelichtung von Datum und Uhrzeit. Die LTZ 110s hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 169 Euro, die LTZ 110s QD von 189 Euro.

Nikon Lite Touch Zoom 150 ED

gruppe wird auch die Kompatibilität der Kamera zu den optional erhältlichen Objektivvorsätzen für Tele-, Weitwinkel- und Fisheyeaufnahmen zu schätzen wissen.
Eine Weißabgleichssteuerung sorgt für eine naturgetreue Farbwiedergabe. Des weiteren trägt eine Rauschunterdrückung zu hochwertigen Nachtaufnahmen, selbst bei langen Belichtungszeiten, bei. Mit der Kamera sind auch Film-

Attraktiv gestaltet wurde die Coolpix 3500 mit silbergrauem Gehäuse und Schwenkoptik.

aufzeichnungen ohne Ton bis zu einer Länge von vierzig Sekunden möglich.
Die Coolpix 4300 ist voraussichtlich ab Oktober lieferbar und hat einen UVP von 699 Euro.
Hervorstechendes Merkmal der 3,2 Megapixel-Kamera Coolpix 3500 ist das schwenkbare Objektivelement. Das dreifach optische Zoom liefert äquivalent zum Kleinbildformat eine Brennweite von 37 bis 111 mm. Zusätzlich steht ein vierfaches Digitalzoom zur Verfügung. Der Multiautofokus ermittelt mit fünf Meßfeldern die optimale Motivschärfe. Für die Belichtungsmessung steht eine 256-Segment-Matrixmessung zur Verfügung. Makroaufnahmen können mit einem Abstand von bis zu vier Zentimetern aufgenommen werden. Ein Automatikmodus für Schnappschüsse und zwölf Motivprogramme für typische Aufnahmesituationen schaffen die Voraussetzungen für gelungene Aufnahmen. Filmsequenzen ohne Ton können in einer Länge von bis zu 15 Sekunden aufgezeichnet werden. Für die Bildaufnahme und -kontrolle hat die Kamera einen hellen LC-Monitor mit einer Diagonalen von 1,5 Zoll und einer Auflösung von 110.000 Pixeln. Mit der Coolpix 3500 ist es möglich, während die Kamera im Aufnahmemodus ist, eine schnelle Bildkontrolle durch die kurzzeitige Bildwiedergabe vorausgegangener Aufnahmen durchzuführen. Zur Coolpix 3500 ist optional ein Monitor-Lichtschacht erhältlich, der die Betrachtung der Bilder auch unter sehr hellen Lichtbedingungen ermöglicht. Die Kamera ist ab Ende November lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 499 Euro.
Zum Lieferumfang beider Coolpix-Modelle gehören eine 16 MB-CompactFlash-Karte, ein USB-Kabel, ein wiederaufladbarer Akku, ein Akku-Ladegerät und die Software Nikon View 5.0, mit der sämtliche Aufnahmen per Knopfdruck zum Computer übertragen werden können. Darüber hinaus gehören die Softwareprogramme Fotostation Easy, Adobe Photoshop Elements und der Arc Soft Panoramamaker zur Grundausstattung. höl

Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

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

Dinkel KG
80336 München • Landwehrstr. 6
0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59
e-mail: info@dinkel-foto.de • 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
e-mail: info@photouniversal.de • www.photouniversal.de

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
e-mail: info@woeltje.de • www.woeltje.de

Ihre Fachberater für den Einkauf in 2002

Neues Inkjetpapier-Sortiment von Mitsubishi

Mitsubishi HiTec Paper präsentiert während der photokina 2002 in Halle 10.1 auf Stand A28 das neue jetscript Inkjetpapier-Sortiment „The Photo Family for Professionals“. Die Produktfamilie umfaßt den Grammaturbereich von 180 – 240 g/qm und zielt auf den Anwendungsbereich der digitalen Fotografie. Die neue Produktrange besteht aus matten, seidenmatten und glänzenden Inkjetpapieren mit folgenden Eigenschaften: sofort-trocknend, hochauflösend und wasserresistent.
Zweiseitig gestrichene Papiere für den beidseitigen Fotoausdruck runden das Angebot ab. Das neue Sortiment ist je nach gewünschter Sorte als Formatware, Plotterrolle oder Jumborolle verfügbar.

JumpDrive jetzt günstiger

Lexar Media senkt die Preise für das neue USB High-Speed-Flash-Laufwerk JumpDrive. JumpDrive, ein portables USB Hochgeschwindigkeits-Flash-Laufwerk für Endverbraucher, wird jetzt noch günstiger. Die Version mit 64 MB Speicherkapazität ist ab sofort für 64,99 Euro (UVP) erhältlich, 128 MB stehen für 109,99 Euro (UVP) zur Verfügung. Das Gerät in der Größe eines Schlüsselanhängers speichert und überträgt schnell und zuverlässig digitale Texte, Bilder, Audiodateien und Daten.

Adobe Photoshop Elements 2.0 verfügbar

Ab sofort ist die Bildbearbeitungssoftware Adobe Photoshop Elements 2.0 verfügbar. Hobbyfotografen können mit der neuen Version ihre digitalen Bilder leichter nachbearbeiten. Neue Farbkorrektur-, Verwisch- und Kreativwerkzeuge sowie eine verbesserte Hilfefunktion schaffen noch mehr Raum für Kreativität. Die deutschsprachige Version hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 110 Euro.

Neue Tintenstrahldrucker von Epson

Vier neue Tintenstrahldrucker, bei denen Epson zum Teil neue Technologien wie beispielsweise die Resolution Performance Management (RPM)-Technologie oder die Update Software Print Imaging Matching II (P.I.M. II) einsetzt, bringt das Unternehmen jetzt auf den Markt.
Der neue Tintenstrahldrucker Epson Stylus C82 zeichnet sich durch eine besonders hohe Farbdruckqualität auch auf Normalpapier aus. Die neuentwickelte Epson DuraBrite-Tinte, die im Epson Stylus C82 erstmals zum Einsatz kommt, macht das möglich. Dank des Epson Resolution Performance Management druckt der Epson Stylus C82 gestochen scharfe Bilder mit einer maximalen Auflösung von bis zu 5.760 dpi. Ein weiteres Plus ist seine hohe Produktivität. Im Textdruck schafft er bis zu 22 Seiten pro Minute. Die vier Epson Individual Ink-Patronen können einzeln ausgetauscht werden und zeigen über den Treiber den aktuellen Tintenstand an. Diese Eigenschaften machen den Epson Stylus C82 zum Partner für zu Hause oder im geschäftlichen Umfeld. Er kann seit dem 1. September zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 179 Euro angeboten werden.
Den direkten Ausdruck von Bildern auch ohne Umweg über den Computer ermöglichen jetzt zwei neue Sechsfarb-Fotodrucker. Während der Epson Stylus Photo 915 ein einfach zu bedienender Drucker für die ganze Familie ist, richtet sich sein großer Bruder, der Epson Stylus Photo 925, an anspruchsvollere Privat-Anwender. Ambitionierte Hobbyfotografen und Profis können den Stylus Photo 925 als digitale Sofortbildlösung nutzen. Das Drucken ohne PC funktioniert beim Stylus Photo 915 über spezielle Kartenadapter, während der Stylus 925 den Direktdruck von der Kamera über

Der Epson Stylus 830 ist der neue Sechsfarb-Drucker von Epson.

einen USB-Port und drei Kartenslots beherrscht. Beide Drucker haben eine maximale Auflösung von bis zu 5.760 dpi durch Resolution Performance Management (RPM). Sie sind Print Image Matching- und Exif Print-kompatibel, beherrschen den Randlos- und Rollendruck und sind dank einer separaten Schwarzpatrone auch für den Textdruck bestens gerüstet. Beide Modelle sind im silber-schwarzen Design gehalten. Der Epson Stylus Photo 915 ist seit dem 1. September lieferbar und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 249 Euro. Der Epson Stylus Photo 925 hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 349 Euro.
Mit dem Epson Stylus Photo 830 bringt Epson ein Einstiegsmodell für den Fotodruck am heimischen PC auf den Markt, das zudem über sehr gute Textdruckeigenschaften verfügt. Die Druckqualität von sechs Farben und die Möglichkeit der randlosen Einzelblatt-Ausgabe machen aus jedem Ausdruck ein „echtes Foto“. Besonders scharf und brillant werden die Details und Farben des Fotos durch die feinen Epson Ultra Micro Dots in Kombination mit einer besonders hohen Auflösung. Auch dieser Drucker bietet das Epson Resolution Performance Management (RPM) und erzielt damit eine Auflösung von maximal 5.760 dpi. Das Gerät hat eine Druckleistung von bis zu 14 Seiten sowohl im Farb- als auch im Schwarzweißdruck. Ein umfangreiches Software-Paket für automatisch optimierte Ausdrucke und kreative Fotoideen ist im Lieferumfang enthalten. Der Epson Stylus Photo 830 ist seit Anfang September auf dem Markt. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 149 Euro.

DER AUGENBLICK GEHÖRT MIR.

Die neue EXILIM.
Klein, schnell, immer dabei.

CONSEQUENCE • HH

Originalgröße

Verführerische Aussichten für Ihren Umsatz!
Die neue EXILIM. Jetzt unwiderstehliche 2 Millionen Pixel.

EXILIM – die neue Digitalkamera von CASIO. So klein, dass sie immer dabei ist. So einfach und schnell zu bedienen, dass jeder sie haben will – ab jetzt erst recht. Denn nun kommt die neue **EXILIM EX-S2**: mit beeindruckenden 2 Millionen Pixel für noch brillantere Bilder. Und die neue **EXILIM EX-M2** sogar mit zusätzlichem MP3-Player für unterwegs. EXILIM – innovative Technologie im eleganten Metallgehäuse.

- in einer Sekunde aufnahmebereit
- Movie-Funktion für Filmsequenzen
- einfache Bedienung durch *BESTSHOT* Motivprogramme
- digital TFT-Farb-Display
- integrierter Blitz
- wiederaufladbarer Lithium-Ionen-Akku
- Speichererweiterung durch Wechselspeicher möglich

2 Mio. Pixel

photokina
world of imaging
25.–30. september 2002
Halle 5-1, Gang J001

digital evolution by CASIO

EXILIM
www.exilim.de

Bezugsquelleninfo: CASIO Europe GmbH, Bornbarch 10, D-22848 Norderstedt • Österreich: Stadlbauer Service GmbH, Magazinstraße 4, A-5027 Salzburg
Schweiz: Hotline S.A., Via Magazzini Generali 8, CH-6828 Balerna, Tel.: 0041 (0)91 683 20 91, Fax: 0041 (0)91 683 34 44, E-Mail: info@hotline-int.ch, web: www.hotline-int.ch

Minolta Europe verhilft Handelspartnern zur Umsatzsteigerung

Nicht erst seit der Euroumstellung klagen viele Fotohändler über Umsatzeinbußen. „Wir haben uns deshalb Gedanken darüber gemacht, was wir tun müssen, um Verbraucher und Handel zu motivieren“, erklärte Norbert Keller, Vertriebsleiter Minolta Europe. Das Ergebnis der Überlegungen: Das Langenhagener Unternehmen veranstaltet derzeit die Foto-Fachhandels-Offensive 2002/2003. Keller: „Sie soll unseren Handelspartnern helfen, mehr Umsatz zu erzielen – kurzfristig und langfristig.“ Zudem soll sie Händler unterstützen, in ihrem lokalen Markt die Nummer eins zu werden, bzw. den bereits erreichten Spitzenplatz weiter auszubauen.

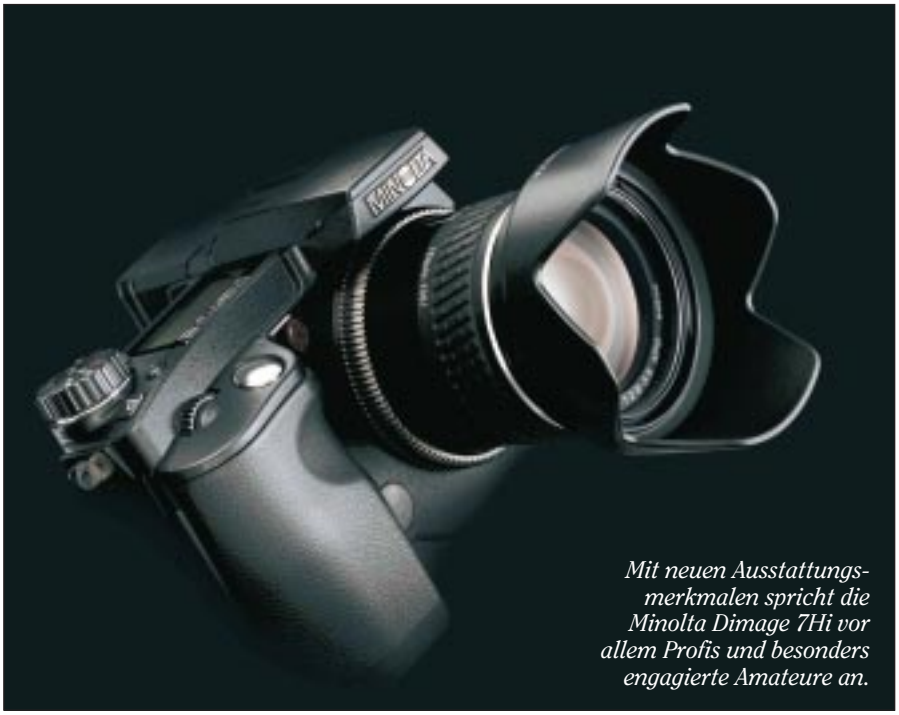
Begonnen wurde die Offensive Anfang September mit den „Minolta-Power-Tagen“: In fünf deutschen Städten stellte Helmut Machemer, branchenbekannter Spezialist für Umsatzsteigerungen am Point of Sale, das von Minolta und ihm gemeinsam entwickelte Partner-Erfolgs-Steigerungs-Programm und die zwölf Gewinnstrategen vor, auf denen die Foto-Fachhandels-Offensive 2002/2003 basiert.

Im Anschluß an die Aktionstage begann die eigentliche Offensive. Bei ihr solle der Umsatz laut Machemer „nicht durch blinden Aktionismus, sondern mit System gesteigert werden“. Dazu wurde eine Reihe von Bausteinen entwickelt, die auf die individuellen Bedürfnisse des jeweiligen Händlers zugeschnitten und den Gegebenheiten vor Ort angepaßt werden können.

Das Suchen nach Umsatzpotentialen in den Läden, die Entwicklung spezieller Aktionsprogramme zur Steigerung der Kundenfrequenz, Seminare und Workshops für Inhaber, Geschäftsführer und deren Mitarbeiter, in denen es beispielsweise um spezielles Marketing für Frauen oder Verkaufstechniken geht, sind nur einige der Aktivitäten, die Machemer und seine Mitarbeiter im und für den Fotohandel durchführen.

Begleitet werden diese Aktionen von neuen Marketing- und Verkaufshilfen, die Minolta entwickelt hat, um den Händlern das Umsetzen der Strategien und Konzepte zu erleichtern.

Nähere Informationen zum Minolta Partner-Erfolgs-Steigerungs-Programm gibt es bei: Minolta Europe, Monika Karos, Telefon 0511/404-831.



Mit neuen Ausstattungsmerkmalen spricht die Minolta Dimage 7Hi vor allem Profis und besonders engagierte Amateure an.

Minoltas Dimage 7 wird aufgewertet

Minolta wartet zur photokina mit Weiterentwicklungen in der Serie der hochauflösenden Dimage 7 Digitalkameras auf: Mit der Dimage 7Hi hat sich zu der vor rund einem Jahr eingeführten Minolta Dimage 7 und der zur CeBIT 2002 in Deutschland vorgestellten Dimage 7i ein aktuelles Schwestermodell hinzugesellt. Gleichzeitig präsentiert Minolta ein Firmware Upgrade für die Dimage 7, das die Kamera dem derzeitigen Stand der Digitaltechnik anpaßt.

Die neue Dimage 7Hi besitzt einen Aufnahmechip mit 5,24 Megapixeln Auflösung (maximal 2.560 x 1.920 Pixel) und ein Siebenfach-Zoomobjektiv, mit dessen Brennweite von 28–200 mm (entsprechend Kleinbild) sich die am häufigsten vorkommenden Fotomotive auf dem Chip festhalten lassen. Wie das Vorgängermodell präsentiert Minolta auch die Dimage 7Hi in einem schwarzen Gehäuse aus stabiler Magnesiumlegierung, in das ein Synchronkontakt für den Anschluß von Studioblitzanlagen integriert wurde. Wie bei den Minolta Kameras im höheren Preissegment üblich, ermöglicht auch die Dimage 7Hi die drahtlose TTL-Blitzfernsteuerung.

Mit der Hochgeschwindigkeits-Serienbildfunktion lassen sich zirka drei Aufnahmen in der Sekunde machen – auch im Tiff- oder Raw-Format. Der Anwender kann zwischen sRGB oder Adobe RGB Farbraum wählen, und für gleichbleibende Druckqualität stehen als Datei anhängbare ICC Profile bereit. Der digitale Bildwandler sorgt mit 12 Bit für nuancierte Farbabstufungen. Der Verschlußzeitenbereich von einer extrem kurzen 1/4.000 Sekunde bis 15 Sekunden sowie die weiche Gummierung des Kamerahandgriffes runden die Liste der wichtigsten Features ab.

Upgrade für Dimage 7

Das Firmware-Upgrade für die Dimage 7, das ab der photokina zur Verfügung steht, wertet die Kamera in ihren Funktionen und ihrer Leistungsfähigkeit deutlich auf. Mit der neuen Software

wird beispielsweise die Geschwindigkeit des Autofokussystems, abhängig von Motiv und Brennweite, bis zu 50 Prozent erhöht. Die Serienbildrate wird von 1,1 Bildern pro Sekunde auf 1,5 Bilder/Sekunde gesteigert; und die Ultra High Speed (UHS) Serienbildfunktion kommt vollkommen neu hinzu. Mit Direct Manual Focus (DMF) wird eine direkte, manuelle Schärfegestaltung möglich. Weiterhin stehen jetzt ein Gitternetz und ein Fadenkreuz zur Einblendung in Sucher und Monitor sowie europäische Umlaute und Akzente für die Buchstabeneingabe zur Verfügung. Neue Filmsequenzeinstellungen (UHS Serienbildfilm, Zeitraffer und Nachtfilm in SW), die Leistungsbegrenzung des eingebauten Blitzgerätes in drei Stufen, das Echtzeit-Histogramm und die Lupenfunktion bei der Bildwiedergabe jetzt auch im Quick View sind weitere Ergänzungen der bisherigen Kamerasoftware. Abgerundet wird das Upgrade durch die Exif Print Kompatibilität.

Dimage Xi mit 3,2 Megapixeln

Mit der Dimage Xi kommt zur photokina die laut Minolta „kleinste, leichteste und flachste Digitalkamera mit

Als Minolta Dimage Xi besitzt die „kleinste, leichteste und flachste Digitalkamera mit optischem Zoom der Welt“ jetzt einen 3,2 Megapixel-Aufnahmechip.

optischem Zoom der Welt“ mit einem neuen 3,2 Megapixel-Aufnahmechip auf den Markt. In dem edlen Metallgehäuse aus Aluminium und Edelstahl, das 20 mm flach ist und 135 g wiegt, ist ein optischer Zoom (37–111 mm, entsprechend Kleinbild) mit einem lichtstarken Objektiv 1:2,8–1:3,6 untergebracht. Zur Ausstattung gehören außerdem die Minolta CxProcess Bildbearbeitungstechnologie und die Notizbuchfunktion für bis zu 30 Minuten Tonaufzeichnung.

Der neue Filmscanner Minolta Dimage Scan Dual III bietet eine optische Auflösung von 2.820 dpi und 16-Bit A/D-Wandlung.

Für die Dimage Xi und ihre Vorgängerin Dimage X bietet Minolta ein Unterwassergehäuse an, das eine Tauchtiefe von bis zu 30 Metern ermöglicht. Das MC-DG100 wird aus transparentem Polycarbonat gefertigt und besitzt verchromte Bedienelemente.

Vielseitiger Filmscanner

Dimage Scan Dual III heißt ein neuer preisgünstiger Filmscanner, den Minolta ebenfalls zur photokina vorstellt. Er bietet eine optische Auflösung von 2.820 dpi, 16-Bit A/D-Wandlung, eine Mehrfachscanfunktion gegen unerwünschtes Bildrauschen und ein hochentwickeltes Autofokussystem, wahlweise mit Punkt AF oder manueller Scharfeinstellung. Für automatische oder benutzerdefinierte Farbkorrekturen an verblaßtem oder verfälschtem Filmmaterial steht die Funktion „Pixel-Polish“ zur Verfügung. Weiterhin bietet das Gerät eine automatische Staubpinselsoftware und Easy Scan-Utility plus Scan-Assistent für bedienungsfreundliche und automatische Scanvorgänge. Der Datentransfer zum Computer erfolgt über eine USB 2.0 Schnittstelle.

Interview mit Produkt- und PR-Manager Rainer Bellmann

„Ideale Kamera für Profis“

imaging+foto-contact sprach zur Markteinführung der neuen Dimage 7Hi mit Minolta Produkt- und PR-Manager Rainer Bellmann.

imaging+foto-contact: Herr Bellmann, worin liegen die wesentlichen Unterschiede zwischen der Dimage 7Hi und den beiden Vorgängermodellen Dimage 7 und Dimage 7i?

Rainer Bellmann: Die neue Kamera ist mit drei Bildern pro Sekunde doppelt so schnell wie die Dimage 7i und fast dreimal so schnell wie die Dimage 7. Außerdem bietet sie einen Synchronkontakt für den Anschluß einer Studioblitzanlage, und das Gehäuse präsentiert sich jetzt in „Profi“-Schwarz und mit einem gummierten Handgriff.

imaging+foto-contact: Kann man daraus schließen, daß sich Minolta mit dem neuen Modell vor allem an Profis und besonders engagierte Amateure wendet?

Rainer Bellmann: Das stimmt. Wir sehen als Hauptanwender der Dimage 7Hi vor allem Fotografen, die im PrePress-Bereich tätig sind, also beispielsweise in Werbeagenturen, oder in der Prospekt- und Katalogherstellung arbeiten. Und auch Amateure, die sich beispielsweise auf Actionfotografie oder Stillife- und Peoplefotografie im Studio spezialisiert haben, werden sich über die Dimage 7Hi freuen.

imaging+foto-contact: Müssen sich diejenigen ärgern, die ihre Dimage 7 vor einem Jahr gekauft haben, weil ihre kamera im Vergleich mit den neuen Modellen inzwischen technisch veraltet zu sein scheint?

Rainer Bellmann: Dafür besteht kein Grund. Mit dem neuen Firmware-Update für die Dimage 7, das ab sofort zur Verfügung steht, läßt sich die Software der Kamera preiswert auf den neuesten Stand bringen.

Erste Cyber-shot mit Bluetooth

Verbindungskünstler

Mit den Cyber-shots DSC-F77 und DSC-FX77 stellt Sony zwei neue Digitalkameras vor, die sich nicht nur durch ihr ungewöhnliches Design von Kameras anderer Anbieter abheben. Sie wurden mit einem rotierenden Objektiv von Carl Zeiss ausgestattet. Die DSC-FX77 verfügt als erstes Cyber-shot-Modell über eine Bluetooth-Schnittstelle.

„Innovationen beleben den Markt", so kündigte Christian Lücke, Sony Senior Product Manager, die beiden neuen „Cyberstars" DSC-F77 und DSC-FX77 auf einer Pressekonferenz an. Innovativ ist an den beiden Modellen bereits das Design, das durch ein rotierendes Carl Zeiss Distagon dominiert wird. In einem Winkel von 0° bis 300° kann das Objektiv gedreht werden und ist, sobald es die Ruheposition verläßt, einsatzbereit. Mit ihm werden Aufnahmen auch aus ungewöhnlichen Positionen heraus und sogar Selbstportraits problemlos möglich. Der optische Sucher wurde dabei in den Objektivblock integriert. Darüber hinaus steht für die Bildaufnahme und -kontrolle ein 1,5 Zoll großes Farb-LCD zur Verfügung.

Smart Zoom

Trotz einer Festbrennweite von 37 mm verfügen beide Kameras über eine Zoomfunktion, die sich von normalen Digitalzooms unterscheidet. Bei jeder gewählten Auflösung des Anwenders, ausgenommen der maximalen Auflösung, kann ohne jeglichen Verlust an Schärfe bis zu 3,4fach gezoomt werden. So wird bei einer Bilddatei von 1.600 x 1.200 dpi immerhin noch eine Brennweite von 27 bis 52 mm (umgerechnet auf das Kleinbildformat) erreicht. Möglich wird das durch die neue Zoom-Funktion „Smart Zoom", die den maximal verfügbaren Pixelbereich des CCDs ausschöpft – bei einer gewählten Bildauflösung, die geringer als die tatsächlich auf dem CCD vorhandene Pixelanzahl ist, wird so eine scharfe Bildwiedergabe erreicht.

Beide Kameras sind mit einem Vier-Megapixel-Super HAD CCD ausgestattet, der in Verbindung mit dem 14 Bit Analog/Digital Wandler für eine gehobene Bildqualität mit einem hohen Dynamikumfang und exakten Farbübergängen sorgt. Zur guten Bildqualität tragen darüber hinaus ein Mehrzonen-Autofokus, alternative Meßverfahren für die Belichtungsmessung mit bis zu 49 Meßfeldern sowie der Slow Shutter mit Rauschunterdrückung für Aufnahmen mit langen Belichtungszeiten bei.

Schnell aufnahmebereit

Mit den neuen Cyber-shots können Anwender ohne Probleme auch Action-Szenen oder Sportaufnahmen ablichten. Die Kameras sind nach knapp einer Sekunde betriebsbereit, die reine Verschlußverzögerung beträgt dabei nur noch 0,4 Sekunden.

Für Anwender, die ihre Erinnerungen lieber in bewegten Bildern festhalten möchten, steht eine Videofunktion zur Verfügung, die die Bilder im MPEG HQX-Format aufzeichnet. Das Format ermöglicht das nahezu ruckelfreie Abspielen der Aufnahmen am heimischen Fernseher mit bis zu 16,7 Bildern pro Sekunde. Sogar das Schneiden von Filmmaterial ist in den Kameras möglich.

Dockingstation

Bei der Konzeption der beiden neuen Cyber-shots im eleganten Aluminiumgehäuse stand neben der unkomplizierten Bedienung auch eine einfache Anbindung an den Computer oder an ein Fernsehgerät im Vordergrund. Darum wurde beiden Kameras zum Lieferumfang eine multifunktionale Dockingstation hinzugefügt. Sie dient zur Aufbewahrung und automatischen Übertragung der Bilddaten über ein USB-Kabel und mittels der Software Image Transfer zum Computer. Das Bildbearbeitungsprogramm Pixela

„Das leichte und kompakte Design, das hochwertige Aluminiumgehäuse mit rotierendem Objektiv und die fortschrittliche Bedienung durch die Dockingstation und der automatische Bilddatentransfer zum PC machen die DSC-F77 zum Cyberstar", bemerkte Christian Lücke auf einer Pressekonferenz.

Über die Bluetooth-Schnittstelle der DSC-FX77 können Bilddaten kabellos über eine Distanz von bis zu zwanzig Metern verschickt werden.

Image Mixer öffnet sich dabei von selbst. Mit ihm können Anwender die Bilder bearbeiten oder beispielsweise Diashows entwerfen. Zudem werden die Kameras über die Dockingstation mit Strom versorgt und die Batterien aufgeladen. Per Audio-/Videokabel kann die Dockingstation auch an einen Fernseher für die Bildbetrachtung angeschlossen werden.

Drahtlos in die Zukunft

Mit der DSC-FX77 startet Sony die drahtlose Zukunft seiner Digitalkameramodelle. Die FX77 verfügt als erstes Cyber-shot-Modell über eine Bluetooth-Schnittstelle, welche die kabellose Übertragung von Bild- und Tondaten an andere Bluetooth-Geräte über eine Distanz von zwanzig Metern erlaubt. Zukünftig verspricht man sich bei Sony von derart konzipierten Übertragungsmöglichkeiten den ortsunabhängigen Datenaustausch oder den schnellen Ausdruck von Bildern – den drahtlosen Vernetzungsmöglichkeiten sollen dabei keine Grenzen mehr gesetzt sein. So könnte in naher Zukunft beispielsweise sogar die Fernsteuerung der DSC-FX77 mittels spezieller Software möglich sein.

Im Lieferumfang der Cyber-shot-Modelle sind der InfoLithium Akku NP-FC10, das Ladegerät AC-LS1, ein 16 MB Memory Stick, die Dockingstation mit USB- und AV-Kabel sowie umfangreiche Software (Image Mixer, Image Transfer, USB-Treiber) enthalten.

Beide Kameras werden ab November lieferbar sein. Die DSC-F77 hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 600 Euro, die DSC-FX77 von 700 Euro.

Sonys umfangreiches Zubehörprogramm

Extras als Rendite-Bringer

Sony bietet ein umfangreiches Sortiment an Zubehörprodukten für die Foto- und Videowelt. Allein für diese Bereiche hat das Unternehmen über 320 einzigartige Produkte im Programm. Im Vergleich zu den Bereichen Foto und Camcorder macht der Umsatzanteil von Zubehör bei Sony 15 Prozent aus. Aber nicht nur für das Unternehmen, auch für den Handel kann der Zubehörverkauf ein profitables Zusatzgeschäft bedeuten.

Eine ganze Serie an neuen Zubehörprodukten hat Sony auch zusammen mit den neuen Digitalkameras vorgestellt. So gibt es speziell zu den Cybershots DSC-F77 und DSC-FX77 den aufsteckbaren Weitwinkel-Vorsatz (VCL-07FE). Dieser hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 75 Euro und erweitert den Blickwinkel der beiden Kameras um den Faktor 0,7. Zum Schutz und für die Aufbewahrung der Kameras mit Drehoptik gibt es eine schwarze Kunstledertasche (LCS-FEC) für 50 Euro sowie für den Einsatz bei schlechtem Wetter die Regen- und Schneeschutzhülle SJK-FEB für 55 Euro.

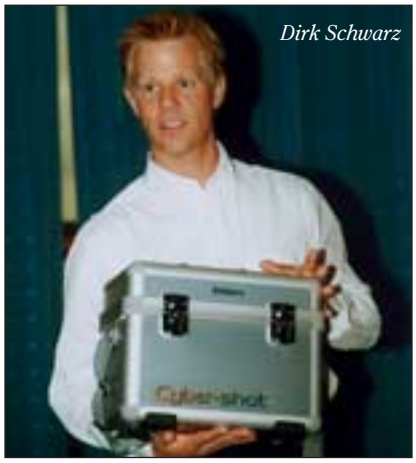
Für Sonys neues Spitzenmodell, die Fünf-Megapixel-Kamera DSC-F717, hat das Unternehmen ebenfalls ein umfangreiches Zubehörpaket gebündelt. Für die mit einem 58 mm-Filtergewinde ausgestattete Kamera werden diverse Vorsatz-Objektive angeboten. Der Tele- (VCL-HGD1758) und Weitwinkelvorsatz (VCL-HGD0758) für je 390 Euro erweitern den Blickwinkel der Kamera um die Faktoren 1,7 bzw. 0,7. Filter wie ein zirkularer Polfilter (VF-58CPKS/135 Euro), der Graufilter (VF-

Weitwinkel-Vorsatz für die DSC-F77 und DSC-FX77.

Dirk Schwarz, Produktmanager Digital Imaging Accessoires, Sony Deutschland GmbH, erklärt, welchen Stellenwert Zubehör im Sony-Sortiment einnimmt und welche Vorteile der Verkauf dieser Produkte für den Handel bietet.

„Die Ausstattung eines Produktes ist ein wesentlicher Faktor bei einer Kaufentscheidung. Dabei ist nicht nur die Grundausstattung wichtig, sondern auch die optional erhältliche Zusatzausstattung – das Zubehör. Wie in der Automobilindustrie fühlen sich die Kunden von einem Produkt angesprochen, das ihnen mehr bietet, als nur die Grundversion. Gerade die Vielseitigkeit des angebotenen Zubehörs macht ein Produkt erst attraktiv.
Bei Sony nimmt das Zubehör für Camcorder und Digitalkameras einen bedeutsamen Platz ein. Wir bieten ein umfangreiches Sortiment mit vielen einzigartigen Artikeln, die aus einem interessanten Produkt ein noch interessanteres Produkt machen. Diese Vielfalt an Zubehör-Produkten (Sonderausstattung) bietet kein anderer Hersteller in den Bereichen Digital-Foto oder Camcorder an.
Doch gerade im Foto- und Video-Zubehör-Segment existiert ein riesiger Kundenbedarf. Dabei ist es Sonys Anspruch, alle Kundenwünsche zu erfüllen. Dies versuchen wir, indem wir auch sehr spezielle Produkte – wie Regen- und Schneeschutzhüllen – anbieten.
Andererseits erfüllen wir mit unseren „multi-kompatiblen“ Accessoires – die nicht nur für ein bestimmtes Kameramodell geeignet, sondern häufig mit mehreren Camcordern als auch Digitalkameras kompatibel sind – die Bedürfnisse des Handels. Mit relativ wenigen Produkten kann ein erheblicher Zusatz-

Für die attraktive Positionierung von Zubehörprodukten am Point of Sale stellt Sony eine Reihe von attraktiven Verkaufshilfen wie die hier gezeigten Glasvitrinen zur Verfügung.



Dirk Schwarz

Umsatz erzielt werden. Dadurch, daß die Sony Zubehörprodukte lange Lebenszyklen haben, preisstabil und in vielen Fällen mit mehreren Sony-Kameras kompatibel sind, verringert sich auch das Lagerrisiko des Handels. Zubehör ist somit für alle Händler, die das Sony-Sortiment auch am PoS zeigen, ein profitables Zusatzgeschäft.
Wir unterstützen den Handel in diesem Bereich mit zahlreichen Aktivitäten. Der Fokus liegt dabei auf dem „Ease of sell“. Das heißt, daß wir es dem Handelspartner so leicht wie möglich machen wollen, das Zubehör zu verstehen und dann auch zu verkaufen. Dabei fokussieren wir auf die Themen „Kompatibilität“ (welches Zubehör paßt zu welcher Kamera), attraktive Darstellung des Zubehörs am PoS und Handelsschulungen zum besseren Verständnis der Sony-Zubehör-Technologien.“

Für das neue Topmodell, die DSC-F717, bietet Sony umfangreiches Zubehör wie diverse Konverter und Filter an.

58M/70 Euro) und das Effektfilter Set (VF-58SC/80 Euro) erweitern den kreativen Spielraum der F717. Ausreichend Schutz findet die hochwertige Kamera in einem Aluminiumkoffer (LCH-FHA/300 Euro). Paßgenau ist die Lederschutzhülle LCJ-FHA, mit ihr haben Anwender die Kamera immer im Griff und müssen sie noch nicht einmal zum Fotografieren komplett herausnehmen.
Für die U10, das erste Ergebnis eines neuen Digitalkamerakonzeptes, mit dem in erster Linie junge Verbraucher angesprochen werden sollen, bietet Sony eine paßgenaue schwarze Tasche (LCS-UA/25 Euro), ein Ministativ (VCT-MTK/25 Euro) oder für die besonders hochwertige Aufbewahrung des Memory Sticks das Aluminium-Etui (MSAC-HGA8/30 Euro) an.

Fotodrucker

Anwender, die ihre digitalen Bilder ohne Umweg über den Computer direkt ausdrucken möchten, können dies über die beiden neuen Fotodrucker DPP-EX5 und DPP-EX7 direkt vom Memory Stick aus tun. Der DD-EX7 verfügt über ein vergrößertes Klappdisplay (3,8 Zoll), mit dem die Bedienung des Gerätes und die Bearbeitung der Fotos möglich ist. Beim DPP-EX5 wird über den Videoausgang des Gerätes ein Fernseher für die Bildbetrachtung angeschlossen. Beide Drucker bieten die Möglichkeit, Kalender, Aufkleber oder Postkarten herzustellen sowie Bilder mit zahlreichen Umrahmungen oder vorinstallierten Texten zu versehen. Neben den bisherigen Papiergrößen von maximal 10,16 x 15,24 cm sowie minimal 7,17 x 9,55 cm erstellen die Drucker nun auch Fotos in dem Format 8,9 x 17,7 cm. Beide Drucker sind ab Oktober lieferbar. Der DPP-EX5 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 365 Euro, der DPP-EX7 von 700 Euro.
höl

EUROCOLOR ist der richtige Partner für Foto und Service. Entdecken Sie unser Leistungsspektrum – entdecken Sie, was Sie Ihren Kunden alles bieten können!

Neugierig?
Besuchen Sie uns:

photokina

25.-30. Sept. 2002, Köln

Halle 5
Stand J4

Ihr Partner für ...

Filmentwicklung ...

... Kleinbild-/APS-Negativ- und Dia-Film

FUJICOLOR CD ...

... Kleinbild-/APS-Negativfilme auf CD gespeichert
... nur bei der Erstbestellung
... inkl. Bildbetrachtungssoftware

Fotos ...

... in allen gängigen Formaten
... PhotoIndex mit Ihrem Logo

Foto-Ideen-Shop ...

... Tassen, Shirts, Mouse-Pads u.v.m.
... mit Bildern und Texten bedruckt

FUJICOLOR order-it ...

... einfache Bildbestellung am Terminal
... verschiedene Terminal-Varianten

FUJICOLOR-order.net ...

... Online-Bildbestellung
... schnell, einfach und bequem vom heimischen Computer
... Abholung bei Ihnen im Geschäft

oder eigener Online-Shop ...

... auf Ihrer Homepage

eurocolor
PHOTOFINISHING

Eurocolor Photofinishing GmbH & Co. KG · Fax +49 (0) 89 649087-75 · info@eurocolor.de
Ansbach · Bonn · Gera · Hannover · Kiel
München · Rostock · St. Wendel · Willich
Unternehmen der Fuji Photo Film (Europe) GmbH **FUJIFILM**

Panasonic-Camcorder für Fotos mit drei Megapixeln

Laut einer Pressemitteilung von Panasonic (Stand August 2002) stellt das Unternehmen mit dem 3-CCD-Camcorder NV-MX500EG den ersten Camcorder der Welt vor, der Fotos mit einer Auflösung von drei Megapixeln aufnehmen kann. Fotos mit einer Auflösung von 2.048 x 1.496 Bildpunkten, das Leica Dicomar-Objektiv mit zehnfachem optischem Zoom, der große 3,5 Zoll-LCD-Monitor und der optische Bildstabilisator ermöglichen Aufnahmen in hoher Qualität. Die SD Memory Card dient nicht nur der Speicherung von Fotos, sondern erlaubt auch die Aufzeichnung von MPEG4-Videos und hohe Bildschärfe bei Videoaufnahmen. Dank einer hohen Lichtempfindlichkeit gelingen schon ab 15 Lux gute Aufnahmen. Der Camcorder bietet durch Automatik-Funktionen für bequemes Filmen, Digital-Funktionen für kreative Gestaltungen und wichtige manuelle Einstellmöglichkeiten einen hohen Komfort. So können beispielsweise neben einer Vollautomatik die Einstellungen Sport, Portrait, Low Light und Surf & Snow gewählt werden. Die vier Voreinstellungen Auto, In, Out und Set sorgen für einen optimalen Weißabgleich. Der Fokus kann automatisch, aber auch manuell eingestellt werden. Für abwechslungsreiche Aufnahmen bietet der NV-MX500EG dreizehn digitale Bildeffekte, darunter Gain-up, Trancer, Wipe, Mirror und Mosaik. Videos werden auf Mini-DV-Bändern aufgezeichnet. Das Modell verfügt über digitale und analoge Ein- und Ausgänge, einen USB-, einen 5polEdit- sowie über einen digitalen Standbildausgang. Im Lieferumfang enthalten sind ein AC-Adapter, ein AV- sowie ein PC-Kabel, eine 16 MB SD Card, Infrarot-Fernbedienung und ein langlebiger 1400 mAH Li-Ion Akku. Der Camcorder ist ab Oktober lieferbar.

Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 2.299 Euro.

Neue Videobearbeitung für Einsteiger ab sofort verfügbar

„MainConcept EVE – Easy Video Editing“, die neue Video-Schnittsoftware der MainConcept AG, ist ab sofort im Internet erhältlich. Die Einsteiger-Software kann nun von der MainConcept- Webseite heruntergeladen werden. Ausgerichtet ist das Programm auf die Bedürfnisse des Einsteigers. Hauptmerkmale der Windows-Anwendung sind die extrem hohe Rendergeschwindigkeit, eine hohe Bildqualität sowie die einsteigergerechte Bedienoberfläche. Zu den Features der Software zählen eine einsteigergerechte Anwendung durch voreingestellte Profile, ein schnittiges Drag-and-Drop Interface mit Storyboard und Timeline sowie eine sehr komfortable Text- und Titelerstellung. Über 100 spektakuläre Übergänge, Effekte und Filter, ein Trimmer, der die gleichzeitige Anpassung von mehreren Clips ermöglicht, die Bearbeitung nativer DV, MPEG-1 und MPEG-2 Dateien sowie integrierte MainConcept Software Codecs für die Formate DV und MPEG runden die Möglichkeiten ab.

Zum Jahresende wird MainConcept eine „Echtzeit DV Version“ von EVE auf den Markt bringen.

Auf der photokina in Köln wird MainConcept auch die Beta-Version des MainActor v5 vorstellen. Weitere Informationen unter: www.mainconcept.de.

Pentax Optio 330GS

Die Pentax photokina-Neuheit Optio 330GS rundet als Digital-Kompaktkamera für die ganze Familie die Pentax Optio-Familie ab. Die Nachfolgerin der Optio 230 zeichnet sich durch eine Vielzahl zeitgemäßer Features aus. Die 3,2 Megapixel-Kamera (effektiv) im

äußerst kompakten, silberfarbenen Kunststoffgehäuse verfügt über ein Dreifach-Zoom von 5,8 – 17,4 mm (entspricht 38 – 114 mm im KB-Format) und über eine praktisch identische Funktionsvielfalt wie ihre beiden Schwestern Optio 330RS und 430RS. Dazu zählen zum Beispiel ein integrierter Automatikblitz, vier Aufnahmeprogramme, Videofunktion für 30 Sekunden bewegte Bilder, Makrofunktion, sechs Weißabgleichsstufen und drei Farbeinstellungen (Farbe, Schwarzweiß, Sepia).

Der Autofokus reicht von 0,4 Metern bis Unendlich. Das Objektiv besitzt eine Lichtstärke von F2,6 bis F5,0 bei 6 Elementen in 5 Gruppen.

Die umfassende Programmautomatik umfaßt sechs Aufnahmeprogramme (Standard, Picture Mode, Nachtaufnahmen, bewegte Aufnahmen, 3D Bilder und Belichtungsreihenautomatik).
Über die Videofunktion lassen sich bis zu 30 Sekunden lange Sequenzen aufzeichnen.
Die Pentax Optio 330GS ist mit einem 1,6 Zoll Display ausgestattet, das aufklappbar und um 180 Grad horizontal schwenkbar ist – somit läßt sich aus jeder Lage stets die optimale Bildauswahl kontrollieren. Zusätzliche Features wie ein 3D-Bildmodus für beeindruckende Perspektiven bringen eine neue Dimension in die digitale Fotografie. Die Kamera belichtet automatisch zwei identische Bilder auf ein Print, so daß sich beim Blick durch den mitgelieferten Viewer ein Bild mit 3D-Effekt ergibt.

Die Aufnahmen werden im JPEG (Exif 2.2) Format auf einer CF-Card Typ I abgespeichert. USB-Anschluß und AV-Ausgang erlauben vielfältige Bildbearbeitungen und die sofortige Bildbetrachtung am TV. Die neue Optio 330GS wiegt gerade einmal 230 Gramm inklusive Akku bei einer Größe von 103 (B) x 63,5 (H) x 42 (T) mm.

Die kleine und robuste Familienkamera für digitalen Fotospaß in hoher Qualität wird ab Oktober 2002 lieferbar sein und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 399 Euro.

Schutz für Digitalkameras

Mit der Taschenserie „Digits“ bietet Crumpler ein auf die Bedürfnisse der Digitalfotografen abgestimmtes Transport- und Aufbewahrungssystem an. Eine der Hauptursachen für Defekte an Digitalkameras sind Flusenbildung und kleine Fäden, die sich hinter dem Display absetzen oder in der empfindlichen Elektronik für Defekte sorgen.
Um dies zu verhindern, sind alle Digit-Taschen mit dem Microfasermaterial 0,9 D ausgestattet. Die Microfaser schützt den Inhalt und unterbindet gleichzeitig die Staubbildung. Die Taschen werden in Deutschland durch die Crumpler Germany GmbH vertrieben und kosten je nach Größe zwischen 19,00 Euro und 59,00 Euro.

Fotoprints wie aus dem Labor

Avery Zweckform präsentiert auf der photokina in der Halle 5 (Ebene 1/Stand B 12) zahlreiche Papierprodukte. Zu den Neuheiten gehören Fotokarten in der sogenannten „Quick & Clean“-Ausstattung – fertige Prints können einfach aus dem Bogen geknickt werden. Neue „Kleinbildformate“ , teilweise selbstklebend, erweitern den kreativen Spielraum. Mit den jetzt verfügbaren Größen 11 x 17 cm und 3,5 x 4,5 cm lassen sich im Handumdrehen selbst Paß- und Bewerbungsfotos herstellen. Avery Zweckforms Antwort auf neue Drucker, die randabfallend drucken können, sind Endformate auf 11 x 17 cm in glossy (hochglänzend) und seidenmatt.

Schneller zum perfekten Bild

Ricoh Caplio RR30 erfüllt Kundenwünsche

Vor der Entwicklung des neuesten Caplio-Modells von Ricoh hat das Unternehmen in Umfragen ermittelt, was Digitalkamerabesitzer am meisten an ihrer Kamera vermissen. Die Ergebnisse wurden bei der Konstruktion der neuen Ricoh Caplio RR30 umgesetzt. Damit ist sie das erste Modell einer neuen Ricoh-Digitalkamera-Generation. Dietmar Franken, Leiter der Düsseldorfer Niederlassung Kameras im Digital Solution Center von Ricoh Europe BV, stellte die RR30 bei einem Besuch der imaging+foto-contact-Redaktion vor.

Ricoh präsentiert mit der Caplio RR30 eine Digitalkamera, die sich bereits äußerlich von den Vorgängermodellen, wie der flachen RR1 im Notebook-Design oder der RR10 im Handyformat, unterscheidet. „Unsere Umfragen haben gezeigt, daß Verbraucher Digitalkameras bevorzugen, die wie eine ganz normale Kamera aussehen. Aus diesem Grund wurde die RR30 in ihrem Aussehen einer analogen Kompaktkamera nachempfunden“, so Dietmar Franken. Auch ein weiterer Punkt, der in der Vergangenheit viele Verbraucher verärgert hat, gehört mit der Caplio RR30 der Vergangenheit an. Mit einer Auslösereaktion von 0,22 Sekunden gilt sie als die schnellste Digitalkamera in der Klasse von vier Megapixeln und weniger (Stand: 20. Juli 2002). Somit ist auch das Fotografieren von sich schnell bewegenden Motiven ohne Probleme möglich.

Mit der neuen Ricoh Caplio RR30 rechnet sich Dietmar Franken gute Chancen im umsatzstarken Marktsegment der 3-Megapixel-Kameras (und höher) aus.

Der hochauflösende CCD der Kamera liefert effektiv 3,24 Megapixel. Ein neues dreifaches Zoomobjektiv bietet eine Brennweite von 35 – 105 mm im Vergleich zum Kleinbildformat. Darüber hinaus steht ein 3,4-facher Digitalzoom zur Verfügung. Der Verschlußzeitenbereich geht von 1/2.000 Sekunde bis zu vollen acht Sekunden und deckt damit von der Sport- bis zur Nachtaufnahme ein breites Einsatzspektrum ab. Mit der Makrofunktion der RR30 können Aufnahmen mit nur einem Zentimeter Abstand zum Motiv gemacht werden. Damit werden detailreiche Großaufnahmen auch aus nächster Nähe möglich.

Ein Hybrid-Autofokussystem vereint die Vorteile eines separaten Sensors und der Scharfstellung durch das Objektiv. Das externe System ist ständig im Betrieb, beschleunigt so die Auslösereaktion und erweitert die Aufnahmemöglichkeiten in dunkler Umgebung. Die Schärfemessung durch das Objektiv ist beispielsweise für Makroaufnahmen vorteilhaft.

Für die richtige Belichtung der Aufnahmen sorgt eine Belichtungsmessung, die das Motiv an 256 Stellen abtastet, um über einen Mittelwert die optimalen Einstellungen zu finden. Weiterhin stellt die Kamera sowohl eine mittenbetonte als auch eine Spotmessung zur Wahl. Darüber hinaus können mit der Kamera auch automatische Belichtungsreihen aufgenommen werden.

Eine langlebige Energieversorgung ist ein weiterer Punkt, der vielen Kunden am Herzen liegt. Ricoh stellt für die RR30 vier verschiedene Möglichkeiten der Stromversorgung zur Auswahl. Neben den im Lieferumfang enthaltenen Alkali-Mangan-Batterien bietet

Der Monitor der RR30 stellt nicht nur Aufnahmen in einer Auflösung von 80.000 Pixeln dar, sondern kann darüber hinaus über die Hochempfindlichkeitsfunktion der Kamera extrem aufgehellt werden, so daß Motivbeobachtung und Ausschnittwahl auch im Dunkeln problemlos möglich sind.

Ricoh optional den wiederaufladbaren Standard-Lithium-Ionen-Akku 900 mAh an. Für Anwender, denen diese Kapazitäten nicht genügen, bietet Ricoh ebenfalls optional den wiederaufladbaren Hochkapazitäts-Lithium-Ionen-Akku 1800 mAh an. Für den Kamerabetrieb in der Nähe eines Stromanschlusses ist zusätzlich ein Netzgerät verfügbar. Für einen sparsamen Batterienverbrauch sorgt auch die synchronisierte Monitor-Einschaltung. In dieser Funktion läßt die Kamera ihren Monitor bis zur Aufnahme ausgeschaltet, um Strom zu sparen. Beim Drücken des Auslösers schaltet sich der Monitor für die Motivbetrachtung ein und geht kurz nachdem er die Aufnahme angezeigt hat, wieder aus.
Für Anwender, die gerne schnelle Bewegungsabläufe in Bildern festhalten möchten (z. B. den Abschlag beim Golf), bietet die Kamera zwei neue praxisgerechte Serienbildfunktionen. Mit der S-Serienbildfunktion nimmt die Kamera nach kurzem Auslöserdruck innerhalb von zwei Sekunden eine Serie von sechzehn Bildern in 0,13-Sekunden-Intervallen auf und setzt sie zu einer Bilddatei zusammen. Hält man in der M-Serienbildfunktion den Auslöser länger gedrückt, werden die letzten sechzehn Aufnahmen (ebenfalls mit Intervallen von 0,13 Sekunden) in einer Bilddatei gespeichert. Diese Funktion bietet sich dann besonders an, wenn der Start- und End-Moment einer Bewegung im voraus noch nicht einschätzbar sind.

Einfache Bedienung

Sechs Motivprogramme (Portrait, Sport, Landschaft, Nachtszenen, Text und hohe Empfindlichkeit) sorgen dafür, daß die RR30 selbst von ungeübten Anwendern problemlos eingesetzt werden kann. Bei jedem zur Auswahl stehenden Motivprogramm wird ein Beispielbild eingeblendet und zusätzlich erklärt, wann welches Programm die richtige Wahl ist (z. B.: „Für Landschaftsaufnahmen mit viel Grün und/oder viel Himmel.“) Neben der Aufnahme von Fotos können mit der RR30 auch kurze Videosequenzen ohne Ton aufgezeichnet werden.
Um Bildergebnisse direkt nach der Aufnahme betrachten zu können, muß bei vielen Kameras anderer Hersteller erst auf die Wiedergabefunktion umgeschaltet werden. Die RR30 bietet eine Taste, über die aus jeder Aufnahmefunktion heraus die letzte Aufnahme betrachtet und anschließend sofort weiterfotografiert werden kann.
Gespeichert werden können die Bilder im internen 8 MB fassenden Speicher oder auf optional erhältlichen SD- und MultiMedia-Speicherkarten.
Für die Bildübertragung zum Computer (mit vorinstallierter Ricoh Gate L Software) wird die Kamera per USB-Kabel mit diesem verbunden. Die Software startet automatisch die Bildübertragung. Anschließend können die Aufnahmen sofort auf Knopfdruck betrachtet werden. Die Caplio RR30 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 399 Euro. „Durch ihr günstiges Preis-/Leistungsverhältnis und die zu erwartenden Margen verspricht die Kamera, die bereits eine Woche vor der photokina (Beginn: 25. September) ausgeliefert wird, auch ein Geschäft für den Fotohandel“, betont Dietmar Franken. höl

Sechs Motivprogramme zeigen dem Anwender nicht nur an einer Beispielaufnahme, für welche Aufnahmesituation sie geeignet sind, sondern beschreiben zusätzlich die Aufnahmebedingungen per Text.

gretag
THE IMAGING COMPANY

20.000 EURO(!)

... für Ihr altes Minilab

Auf dieses Angebot im Rahmen der Gretag/Saal-Umtauschaktion sollten Sie schnell reagieren:

Beim Kauf eines Gretag Analog-Minilabs **„Master Lab 740+“** (oder „Master Flex Analog 1012“) erhalten Sie für Ihr **Altgerät 20.000 EURO!**

Ihre Vorteile:

- Wirtschaftliche Maschinen mit offenen Chemiesystemen
- Sehr hohe Bildqualität
- Inklusive Filmentwicklung/ 21 Filme/Std. (135-24)
- 400 Bilder/Std. 10 x 15 cm
- Bildformate 9 x 9 cm bis DIN A4
- Filmformate von 110 bis APS
- Qualitätskontroll-Software
- Standfläche nur 1m²

masterlab *740+*

Nur
22.500,00
EURO Zuzahlung*

Durch die optional erhältliche Hard- und Software-kombination wird das Gretag Master Lab 740+ jederzeit „digitaltauglich“.

digital 4 master

* Gemeinsame Aktion der Minilabsysteme Saal GmbH und der Gretag Imaging Deutschland GmbH; Angebot so lange Vorrat reicht. Neuwertige Geräte ab Lager Röttenbach; Preise zzgl. MwSt.

Wir wünschen detaillierte Informationen zur Gretag/Saal **Minilab-Umtauschaktion** ifc

Gretag Imaging
Deutschland GmbH
Kreuzberger Ring 46 A
65205 Wiesbaden
Telefon 0611 - 7168 0
Telefax 0611 - 7168 12
www.gretag.com

Kodak ruft die DC5000 Zoom Digital Camera zurück

Die Kodak GmbH ruft die Kodak DC5000 Zoom Digital Camera zurück. Weltweit sind davon etwa 75.000 Kameras berührt. Dieser Schritt folgt auf eine Ankündigung, die die Muttergesellschaft von Kodak am 9.9.2002 gemeinsam mit der Kommission für den Produktschutz in den USA (Consumer Product Safety Commission, CPSC) herausgegeben hat. Der Rückruf erstreckt sich lediglich auf die DC5000 Kamera. Andere Kodak Kameras sind hiervon nicht betroffen. Aufgrund eines Herstellungsfehlers kann der Einsatz dieser Kameras zu einem leichten elektrischen Schlag führen. Kodak hat bislang zwölf Mitteilungen über Kunden erhalten, die beim Wechseln der Batterien oder beim Einlegen oder Entnehmen der Speicherkarte bzw. beim Ein- oder Ausstecken des USB-Kabels einen leichten elektrischen Schlag erlitten haben. Verletzungen sind dabei nicht bekannt geworden.
Der Markenname und die Modellnummer befinden sich in der unteren rechten Ecke an der Vorderseite der Kamera. Alle DC5000 Kameras sind an der Unterseite mit einem Schild versehen, auf dem die Kodak Produktkennung „KJCAA“ vermerkt ist, gefolgt von einer achtstelligen Zahl. Die Kunden sollten die Kodak DC5000 Zoom Digital Camera ab sofort nicht mehr benutzen und sich unverzüglich an Kodak wenden. Das Unternehmen trägt die Kosten für die Überprüfung, für die notwendigen Reparaturen sowie für den Versand zum Kodak Reparaturzentrum und zurück zum Kunden. Endkunden und gewerbliche Benutzer können sich einfach unter www.kodak.com/go/dc5000recall bei Kodak melden oder die Überprüfung des Geräts telefonisch montags bis freitags zwischen 9:00 und 17:00 Uhr mit dem Kodak Digitalservicezentrum vereinbaren. Die Telefonnummern sind: Deutschland: 069 5007 0035, Österreich: 0179 567 357, Schweiz: 01 838 53 51.
Kodak trägt die Kosten für die Überprüfung, für die notwendigen Reparaturen sowie für Verpackung und Versand.
„Die Sicherheit und die Zufriedenheit der Kunden sind das oberste Ziel bei Kodak“, betont das Unternehmen in einer Pressemitteilung vom 9.9.2002. Die Kunden werden daher aufgefordert, ihre DC5000 Kamera zur Überprüfung einzusenden.

Microtek liefert Scanner mit neuem SilverFast 6 aus

Als erster Scannerhersteller bundelt Microtek LaserSofts neueste Version SilverFast 6 mit seinen Geräten. SilverFast 6 verfügt mit SRD (Smart Removal of Defects) erstmals über eine Funktion, um Beeinträchtigungen durch Staub und Kratzer von den Vorlagen zu entfernen – entweder direkt beim Scannen oder von den digitalisierten Rohdaten. Die meisten Microtek-Scanner, bei denen SilverFast zum Lieferumfang gehört, werden ab sofort mit der neuen Version ausgeliefert. Anwender, die schon ein Microtek-Gerät inklusive SilverFast besitzen und dieses nach dem 1.7.2002 erworben haben oder jetzt im Handel noch ein Gerät mit der älteren SilverFast-Version bekommen, können sich das Update auf Version 6 kostenlos aus dem Internet herunterladen.

Auch diejenigen, die ihren Scanner vor diesem Datum gekauft haben, müssen auf die Upgrades von SilverFast nicht verzichten. Für sie steht ein kostenpflichtiger Download unter www.silverfast.com bereit. Für alle Nutzer des Apple-Betriebssystems OS X eine gute Nachricht: SilverFast läuft auch unter MacOS X (Version 10.1.3 oder höher).
Im Gegensatz zu anderen Lösungen zum Entfernen von Staub und Kratzern arbeitet SilverFast SRD sowohl mit farbigen Bilddateien als auch mit Schwarzweiß-Vorlagen. Eine Vorschau in Echtzeit erlaubt es dem Anwender, die bestmögliche Einstellung für seine Korrekturen zu wählen. Um verblaßte Farben wiederherzustellen oder übersättigte zu normalisieren, verfügt SilverFast zudem über die Funktion ACR (Adaptive Colour Restoration). Die Selective Colour Correction hingegen erleichtert die Farbkorrektur und -bearbeitung bei komplexen Bildern durch verschiedene Schichten und Masken. Darüber hinaus können mit SilverFasts SC2G Farbbilder in Graustufen umgewandelt werden, während die Funktion GANE Störungen und grobe Körnung in den Bildern verschwinden läßt, wobei die Details jedoch erhalten bleiben.
Der kürzlich erst in den Markt eingeführte FilmScan 1800 Silver SE wird zunächst noch mit SilverFast SE 5.5 ausgeliefert, da SilverFast SE erst in Kürze in der neuen Version verfügbar sein wird. Das Upgrade auf Version 6 ist dann aber natürlich kostenlos. Beim brandneuen FilmScan 3600 Silver hingegen wird die neue Ai-Version bereits zum Lieferumfang gehören.

Hama-Speicherkartenlesegerät

Das „HubDrive“ von Hama hat sich auf die Kunst des Kartenlesens spezialisiert und ist gleichzeitig ein praktischer USB-Hub. Blitzschnell liest und beschreibt das USB-Gerät CompactFlash-Typ-I-, Typ-II-, SmartMedia-, MultiMediaCard- und SecureDigital-Karten oder kopiert Daten direkt zwischen den Speichermedien. Sein besonderer Trick: Um mit dem Anschluß des Kartenlesers keinen USB-Steckplatz zu verlieren und weitere Geräte mit dem Computer verbinden zu können, bietet das Laufwerk zwei extra USB-Anschlüsse. Im Standby-Modus leuchtet der Unterboden des transparenten Gehäuses orangefarben, während des Betriebs dagegen in Neonblau.

Für jeden der drei Speicherkarten-Schächte wird am Computer ein eigenes Laufwerk angezeigt, das sich individuell benennen läßt. Mit Treiber läuft das Kartenlesegerät unter Windows 98, SE und 2000 sowie unter Mac OS 8.6, treiberlos funktioniert der Betrieb mit Windows ME und XP sowie Mac OS X. Der Hub verfügt über kein eigenes Netzteil, die Kabellänge der Verbindung zum Computer beträgt zirka 1,10 Meter. Der empfohlene Verkaufspreis für das Gerät liegt bei 89 Euro.

gretag
THE IMAGING COMPANY

20.000 EURO(!)

... für Ihr altes Minilab

Auf dieses Angebot im Rahmen der Gretag/Saal-Umtauschaktion sollten Sie schnell reagieren:

Beim Kauf eines Gretag Analog-Minilabs **„Master Flex Analog 1012“** (oder „Master Lab 740+“) erhalten Sie für Ihr **Altgerät 20.000 EURO!**

Ihre Vorteile:

- Wirtschaftliche Maschinen mit offenen Chemiesystemen
- Sehr hohe Bildqualität
- Mit nur 1m² Standfläche das kompakteste Komplett-Minilab seiner Leistungsklasse
- Automatische Filmerkennung
- EYE-TECH-SCANNING
- 900 Bilder/Std. 10 x 15 cm
- Bildformate bis 30 x 45 cm
- LVTT-Technologie

master*flex analog*

Nur
38.000,00
EURO Zuzahlung*

Durch die optional erhältliche Hard- und Software-kombination wird das Gretag Master Flex Analog 1012 jederzeit „digitaltauglich“.

digital 4 master

* Gemeinsame Aktion der Minilabsysteme Saal GmbH und der Gretag Imaging Deutschland GmbH; Angebot so lange Vorrat reicht. Neuwertige Geräte ab Lager Röttenbach; Preise zzgl. MwSt.

Wir wünschen detaillierte Informationen zur Gretag/Saal **Minilab-Umtauschaktion** ifc

Gretag Imaging
Deutschland GmbH
Kreuzberger Ring 46 A
65205 Wiesbaden
Telefon 0611 - 7168 0
Telefax 0611 - 7168 12
www.gretag.com

Tetenal bringt Wacom-Grafiktabletts in den Fotohandel

Zur photokina wird Tetenal offiziell die Kooperation mit Wacom, nach eigener Aussage Marktführer auf dem Gebiet der Grafiktabletts, bekanntgeben. Darüber hinaus zeigt das Norderstedter Unternehmen auf der Weltmesse des Bildes auch erste Produkte für den Einstieg in den Tintenmarkt. Zusammen mit den seit langem erfolgreich in den Markt eingeführten spectra jet-Spezialpapieren und den seit Oktober letzten Jahres vertriebenen Bildbearbeitungsprogrammen von nik multimedia bietet Tetenal dem Fotohandel damit ein Komplettsortiment rund um das Thema digitale Bildbearbeitung und -ausgabe an.

Gesamtkonzept für den Inkjet-Druck

Welche Bedeutung Tetenal dem Inkjet-Markt beimißt, zeigt eine Aussage von Matthias Hübener, Geschäftsführer der Tetenal Unternehmensgruppe, die er unlängst auf dem 1. Tetenal Ink Jet Forum machte: Er sieht Ink Jet „als innovative Schlüsseltechnologie im Zeitalter der digitalen Bildkommunikation – mit enormen Wachstumspotentialen“. Seiner Meinung nach werden Innovationskraft, Convenience, Multifunktionalität sowie das hervorragende Preis-/Leistungsverhältnis dieses Printverfahrens dazu führen, daß die Inkjet-Marktsegmente, in denen sich Tetenal engagiert, nämlich SoHo, Large Format, Büro und Medical Imaging, deutlich expandieren. Hübener ist davon überzeugt, daß die Inkjet-Technologien auch bei der Bildausgabe am Point of Sale eine zunehmend wichtigere Rolle spielen werden.

Tetenal wird mit über 500 Produkten und Lösungen für die Bilderstellung und -ausgabe diese Entwicklung stützen. Bei einem Besuch der imaging+ foto-contact Redaktion erklärte Burkhard Blum, Division Manager Europe, North America, Consumer Products bei Tetenal: „Die Kundschaft im Fotohandel wird sich in den nächsten Jahren mehr und mehr verändern, die klassischen Fotografen mit analoger Ausrüstung werden mehr und mehr von Kunden abgelöst werden, die digital fotografieren und ihre Bilder zu Hause bearbeiten wollen. Wir bieten dem Handel für diese Kundengruppe die Instrumente für bessere Bilder“.

Die Kooperation mit Wacom und der Vertrieb der Produkte des Unternehmens im Fotohandel sind weitere Schritte in diese Richtung. Wacom bietet die Grafiktablett-Linien Graphire2, Intuos2 und Cintiq für Consumer und digitale Media-Profis an und möchte nun durch die Kooperation mit Tetenal die Präsenz im Markt für digitale Fotografie erhöhen und die generelle Akzeptanz von Grafiktabletts im Fotofachhandel stegern. Das erste aus dieser Kooperation hervorgegangene Produkt ist das perfekt aufeinander abgestimmte Hard- und Softwarepaket „Home Photo Studio Collection“. Es besteht aus dem Grafiktablett Graphire2 Maus & Pen-Set und der Bildbearbeitungssoftware Photoshop Elements von Adobe, dem fotografischen Filterset penPalette LE von nik multimedia und dem einfach zu bedienenden Mal- und Zeichenprogramm Painter Classic von Corel. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Set, das bereits lieferbar ist, beträgt inklusive Mehrwertsteuer 149 Euro.

Sabine Mende, Public Relations Manager bei Wacom, und Burkhard Blum von Tetenal stellten bei ihrem Besuch die Home Photo Studio Collection vor, die Tetenal exklusiv über den Fotofachhandel vertreiben wird.

Durch den Einsatz spezieller Beschichtungstechnologien wird auch das neue Photo Archival Matte 241 g-Papier von Tetenal noch lichtbeständiger.

Bildbearbeitung auf dem Monitor

Für Anwender aus den Bereichen Grafik, Industrie und Web hat Wacom das Interaktive Pen Display

Cintiq 18SEx entwickelt. Mit der Cintiq-Reihe kombiniert Wacom seine patentierte elektromagnetische Resonanztechnologie mit der Idee, mit einem Stift direkt auf dem Bildschirm zeichnen, entwerfen und animieren zu können. Das Cintiq 18SX ist mit einem 18,1 Zoll LC-Monitor mit SXGA-Auflösung und 26 Bit Farbtiefe ausgestattet, Preis (UVP): 3.990 Euro.

Mit Hilfe des Grafiktabletts und des Stiftes lassen sich digitale Bilder komfortabel und präzise bearbeiten. Der kabel- und batterienlose Stift liegt bequem in der Hand und eignet sich für punktgenaues und drucksensitives Arbeiten. Je fester man mit der Stiftspitze aufsetzt, desto breiter werden Linien gezeichnet oder desto stärker Farben und Effekte aufgetragen. Anwender, die lieber mit einer Maus ihre Bilder bearbeiten möchten, finden eine ebenfalls batterien- und drahtlose Grahire2-Maus mit drei Tasten und Scrollrad im Paket. Mit der Software Adobe Photoshop Elements erhalten Anwender eine einfach zu bedienende Bildbearbeitungssoftware, mit der Aufnahmen ohne großen Aufwand von kleinen Fehlern wie rote Augen, Flecken oder Kratzer mit Hilfe des Wacom-Stiftes befreit werden können.

Die Software PenPallette LE von nik multimedia wird in Photoshop Elements installiert und von dort aus mit einem eigenen Fenster gestartet. Mit ihr lassen sich über den Stift die vier fotografischen Filter „Warm Tone“, „Cool Tone“, „Contrast“ und „Colorize“ drucksensitiv auf ausgewählte Bereiche von digitalen Bildern anwenden, so daß beispielsweise nur der etwas grau wirkende Himmel einer Aufnahme durch einen entsprechenden Filter wärmer und freundlicher gestaltet werden kann. Mit der dritten Software, Painter Classic von Corel Draw, können den Fotos Zeichnungen oder Schriften hinzugefügt werden. Mit dem Mal- und Zeichenprogramm stehen dem Anwender über 100 drucksensitive Malwerkzeuge, wie z. B. Pinsel, Kreide, Öl- oder Aquarellfarben, zur Verfügung.

Einstieg in den Tintenmarkt

Zur photokina wird Tetenal mit dem „Big Ink“-Konzept auch in den Tintenmarkt einsteigen. „Big Ink“ ist ein Komplettpaket aus sechs (fünf Farb- und eine Schwarzweißtinte) farbstoffbasierenden Tinten in einer jeweils 250 ml fassenden Kartusche, die über ein Schlauchsystem mit einem Epson-Drucker verbunden werden. Der Sechsfarbdrucker, der für Anwender aus dem grafischen und professionellen Bereich

Tintenkosten können mit dem Big Ink-Konzept von Tetenal eingespart werden. Das Foto zeigt das innovative Tanksystem mit den je 250 ml fassenden Behältern.

konzipiert wurde, ist von Tetenal entsprechend den Anforderungen des Konzeptes umgebaut worden. „Mit dem Big Ink-Konzept, bei dem die Kartuschen statt üblicherweise 16 ml, 250 ml enthalten, können Anwender bis zu 50% an Tintenkosten einsparen, was sich gerade für Anwender aus dem grafischen Bereich mit hohen Druckauflagen anbietet“, so Blum. Das komplette Paket, bestehend aus dem Drucker und einem Satz der speziell für hochwertige Inkjetdrucke konzipierten Tinten, soll im Handel für 1.298 Euro (UVP) angeboten werden. Die Farben können auch einzeln nachgekauft werden und kosten je 250 ml-Tank 79,90 Euro.

Neue Papiere

Die vielfach von der Fachpresse und weiteren Gremien, z. B. der DIMA, ausgezeichneten Tetenal spectra jet-Papiere erfreuen sich seit Jahren einer großen Beliebtheit im Markt der fotorealistischen Tintendruckmaterialien. Zur photokina wurde diese Linie um drei neue Medien ergänzt. Zur spectra jet Fine Art Linie ist jetzt das „Photo Archival Matte 241 g“ hinzugekommen. Dabei handelt es sich um ein grammaturstarkes, matt gecoatetes Papier mit hoher Langzeitstabilität, das sich durch eine hohe Wiedergabequalität und optimale Archivierungseigenschaften auszeichnet. Mit dem „Photo Glossy Paper 272 g“ wurde der hochglänzende Bestseller der Photoquality-Linie noch einmal verbessert. Das Papier verfügt jetzt über die Advanced-Ultra-Fine-Cavity-Technology und bietet damit eine deutlich höhere UV-Beständigkeit und intensivere Bildweißen. Darüber hinaus wurde die Grammatur (bisher

Tetenal unterstützt durch Marketingaktivitäten, wie z. B. Preisoffensiven und eine Reihe von PoS-Materialien wie die neuen Stand- und Thekendisplays für die gezielte Präsentation der spectra jet-Papiere, intensiv den Fotohandel.

264 g) weiter erhöht. Innerhalb der preis-/leistungsstarken spectra jet Office-Photo Linie bietet Tetenal jetzt mit dem „180g Glossy Papier“ ein Hochglanz-Fotopapier zum absoluten Einstiegspreis an. Auf der photokina werden die hier vorgestellten Produkte auf dem Tetenal-Digitalstand in Halle 1.2, Stand G 21, zu sehen sein. höl

Minox bringt Digital-Klassiker und Drei-Megapixel-Modell zur photokina

Synergien aus Digital und Klassik

Zur photokina wird Minox neben einer leistungsstarken 3,3 Megapixel-Kamera einen weiteren Klassiker aus der erfolgreichen Miniatur-Serie des Unternehmens präsentieren. Allerdings, und das macht die Kamera zur Weltneuheit, wird die miniaturisierte Leica M3 erstmals mit einem digitalen Innenleben ausgestattet sein.

Mit der Minox Digital Classic Camera Leica M3 trägt der Wetzlarer Kamerahersteller die Extravaganz und feinmechanische Präzision, die das Unternehmen bereits bei einigen anderen, in Miniaturform reproduzierten Kameraklassikern bewiesen hat, in die digitale Welt.

Die DCC Leica M3 wurde dem Original im Maßstab 1:3 perfekt nachempfunden. Einfach und schnell zu bedienen, ist die Digitalkamera auch für Anfänger bestens geeignet. Sie verfügt über einen CMOS-Sensor mit einer Auflösung von 1,3 Millionen Pixeln, speichert die Bilder im internen 32 MB fassenden Speicher und ist für die Bildübertragung mit einer USB-Schnittstelle ausgestattet. Anschließend können die Bilder mit einer im Lieferumfang enthaltenen Software bearbeitet werden.

Die Detailaufnahme zeigt, daß die DCC Leica M3 mit vielen, aus Metall gearbeiteten Einzelteilen konstruiert wurde.

Selbst an ein LC-Display wurde bei der Minikamera, die daneben über einen optischen Sucher mit Galilei-Filter verfügt, gedacht.

Zu einem echten Eyecatcher unter den vielen am Markt erhältlichen Digitalkameras wird die nur 65 x 48 x 44 mm kleine DCC Leica M3 durch viele, aus Metall gearbeitete Details. Die Kamera wird ab Anfang November ausgeliefert und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 299 Euro.

Minox DC 3311

Mit der DC 3311 stellt Minox jetzt die dritte digitale Kompaktkamera vor. Die vielseitige Digitalkamera besitzt eine Auflösung von 3,3 Megapixeln und ist mit einem dreifach optischen und zweifachen digitalen Zoom ausgestattet. Ihre Aufnahmen werden wahlweise im internen Speicher (8 MB) oder mittels einer optional erhältlichen Compact-Flash-Karte gespeichert.

Für die Bildübertragung steht eine USB-Schnittstelle, für die Bildbearbeitung die im Lieferumfang enthaltene Software MGI Photo Suite III zur Verfügung.

Eine übersichtliche Menüführung und ein helles LC-Display ermöglichen eine komfortable Bedienung der Kamera. Dazu tragen auch Funktionen wie die automatische Belichtungsmessung oder der vollautomatische Weißabgleich mit der Möglichkeit zur Vorauswahl der Einstellungen Tageslicht, Kunstlicht und Neonlicht bei. Makroaufnahmen können bis zu einem Abstand von sieben Zentimetern aufgenommen werden. Verschiedene Blitzfunktionen (Auto, Fill-in, Rote-Augen-Reduzierung und Off) und Verschlußzeiten zwischen 1/800 und 2 Sekunden sorgen für weiteren kreativen Spielraum.

Die DC 3311 wurde mit einem wertigen Gehäuse mit speziellem Soft-Touch-Lack ausgestattet. Kompakte Abmessungen und ein Gewicht von 240 g machen die Kamera zur idealen Begleitung. Im Lieferumfang enthalten sind 4 AA-Batterien, Handschlaufe, USB-Kabel sowie eine CD-ROM und ein Handbuch. Die Kamera ist ab sofort erhältlich, ihre unverbindliche Preisempfehlung beträgt 449 Euro. höl

Mit einem auffallenden Soft-Touch-Lack wurde das Gehäuse der Minox DC 3311 gestaltet.

GENAUE WIEDERGABE – MAXIMALER ERTRAG.
FERRANIA OPTIJET

100% KOMPATIBEL

Als ein führendes weltweites Unternehmen der Fotografie- und Imaging Branche bietet Ihnen Ferrania auch Inkjet-Papiere und Tintenpatronen für den Wachstumsmarkt der Digitalfotografie. Unter dem Markennamen Ferrania OptiJet werden neun verschiedene Papiersorten sowie fünfunddreißig verschiedene Arten zuverlässiger, langlebiger Tintenpatronen angeboten. Jeder Ausdruck ist perfekt und die Wiedergabegenauigkeit gegenüber dem Original ist noch größer als bisher, zu einem äußerst wettbewerbsfähigen Preis. Und mit der hohen Marge läßt sich richtig gut Geld verdienen.

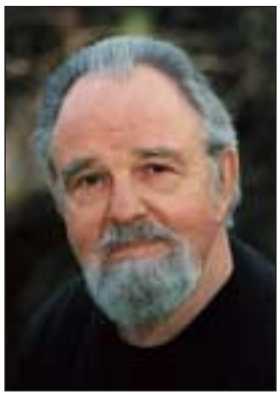
Ferrania
Imaging Technologies

One Image Ahead

OptiJet
inkjet solutions

Besuchen Sie uns auf der photokina
Halle 11.1 • Gang B/C • Stand 10/11

www.ferraniait.com tel 02131 12 46 60 optijet@ferraniait.com



Horst Dieter Lehmann

Goldene Zeiten?

Ein photokina-Jahr ist für die Welt nicht unbedingt das herausragendste Ereignis, für die Fotowelt aber schon. Niemand erwartet einen kaum zu bändigenden Ansturm der Käufer, um die neuesten Modelle zu ergattern, die auf der photokina vorgestellt wurden. Goldene Zeiten werden so schnell nicht hereinbrechen, silberne würden uns schon genügen!

Bislang waren die Fotografen mit dem Silber mehr als zufrieden. Bauten sich doch der Film und das Bild durch die Schwärzung des Silbers als Grundlage für das auf, was Jahrzehnte lang für Fotografen und Amateure nicht wegzudenken war. Nicht erst seit der photokina 2002 wissen wir, daß es auch anders geht. Ja, die Zeit der „Naßfotografen" dürfte sicher früher oder später beendet sein.

Umstellen müssen wir uns alle. Wer zu spät kommt, verpaßt den Anschluß. Wer jedoch zu früh umsattelt und auf das falsche Pferd setzt, landet vielleicht schneller, als ihm lieb ist, im Graben. Das ist nämlich der Haken bei all den neuen Techniken: Sie werden zu schnell von der noch neueren (besseren?) Technik um die berühmte Nasenlänge überholt. An sich kein allzu großes Unglück, wenn der Preis nicht wäre! Gemeint ist nicht der Siegeskranz, sondern der Preis für die oft sündhaft teuren Geräte, der in der fast ein Jahr alten, aber noch längst nicht ganz vertrauten Eurowährung beglichen werden muß.

„Ja, wo laufen sie denn?!" Wer kennt nicht diesen Satz vom witzigsten Pferderennen aller Zeiten, einem Evergreen der Humoristik. Wie oft fragt sich aber der Fotohändler, und ihm ist dabei gar nicht so zum Lachen zumute, wenn er die Kunden, die seine nicht sind, auf die Grüne Wiese laufen sieht.

Was sagt er sich dann? „Es ist zum Davonlaufen!" Doch da hat er noch die Schulden für seine Neuanschaffungen und Altlasten zu begleichen. Brav bleibt er da, ob noch immer „Naßfotograf" oder schon ganz fortschrittlich „Digitalist".

Nun wäre es ja ein leichtes, immer auf dem neuesten Stand der Technik zu sein, wenn man sie **a)** beherrschen würde und **b)** bezahlen könnte. Hierfür müßte man **a)** flexibel und lernwillig genug, **b)** bereitwillig und **z)** zahlkräftig genug sein.

Dafür fehlen uns aber – vor und nach der photokina – die ebenfalls lernwilligen Kunden, die aber nicht nur gut beraten werden dürfen, sondern auch bei uns kaufen wollen. Goldene Zeiten sind also wohl noch nicht in Sicht, weder im Goldenen Oktober, noch im nebligen November.

Die photokina nennt man auch „Weltmesse des Bildes". Eine klare Aussage, vor allem wenn es um das Bild und nicht nur um die Technik geht.

Vergessen ist er noch nicht, der Fotograf, bei dem es in erster Linie um das Bild ging. Aber daß er immer mehr, wie auch der Begriff „Fotografie", in den Hintergrund rückt, ist unschwer zu übersehen. Das ist ein Grund (vielleicht auch eine Ausrede?), warum etliche Fotografen „alten Schlages" nicht mehr gern oder gar nicht zur photokina reisen. „Was hat dieses alles noch mit dem zu tun, was wir gelernt haben?", fragte der betagte Altmeister und schaute bedröppelt auf seine etwas antiquarische Zweiäugige. Da wurden auch bei dem noch nicht ganz so alten Meister Erinnerungen aus seinen Lehr- und Wanderjahren wach, in denen er die ersten Messen in Köln besuchte. Bei einem Fahrradausflug an die Mosel fiel er mit der Klampfe auf dem Rücken und der Plattenkamera in der Satteltasche bei Beilstein in das damals noch recht ungestüme Naß. Den Freunden zum Spaß, aber während Fahrrad, Klampfe und Fotogeselle überlebten, gab die (teure) Plattenkamera ihren Geist auf.

Viele, sicherlich viel wichtigere Messeerlebnisse verblassen. Doch was besonders in Erinnerung bleibt, sind die Begegnungen mit alten Kollegen oder mit den Mitarbeitern namhafter Fotofirmen, die früher das elterliche Geschäft besucht hatten. Es gab nämlich einmal eine Zeit, in der jeder Hersteller seine Außendienstmitarbeiter auch in den kleinsten Fotoladen entsendete. Fast eine freundschaftlich-familiäre Atmosphäre war nicht selten, die sich bis auf die photokina übertrug. Das kann nur noch verstehen, wer sich auch an die „Agfatage" erinnern kann oder and die Zeit, als jeder Konkurrent noch ein Kollege war. Doch die Uhr kann man nicht zurückdrehen.

quickpoint
47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84
Die einzigen Diarahmen mit
* Format-Indikatoren
* Haftfixierung
* Seitenkennung

Die Fotografie, wie wir sie einmal kannten, wird immer mehr verdrängt. Alles, was heute an Informationstechnik geboten wird, kann auf der photokina gesehen werden. Wie viel man davon versteht oder verstehen will, ist eine andere Sache!

Bei all den Neuerungen und Verbesserungen sei es einem Händler und Fotografen aber gestattet, immer wieder Bedenken zu äußern, daß das Bild in der Masse der Technik untergeht.

Jeder kennt versierte Fachleute und Amateure, die sich hervorragend mit ihren und anderen Geräten auskennen. Aber wie sieht es mit den Resultaten aus? Hervorragende Fotografen waren in erster Linie immer Menschen, die das Endziel in den Vordergrund stellten, das sichtbar machten, was die anderen übersahen.

Bei allem Idealismus müssen wir Händler und Fotografen ja darauf achten, daß der Kunde die Freude am Fotografieren nicht durch zu viel Mechanik verliert.

Die photokina 2002 mit ihrem erweiterten Spektrum an Informationen bietet für Auge und Ohr neue Welten, von denen man vor Jahren noch nicht einmal träumen konnte, weil man sie nicht kannte. Das meiste werden Träume bleiben, aber etwas wird für jeden dabei sein. Gerade im Goldenen Herbst sind Erinnerungen und Träume im leicht verklärten Licht meist besser als die raue, kalte und übertechnisierte Wirklichkeit.

Caplio

Digitalkamera RR30

RICOH
Image Communication

Der schnelle Weg zum perfekten Bild...

RICOH Caplio RR30

- **0.22 Sek. Auslösereaktion**
- 3.2 Mega Pixel
- 3x optisches + 3.4x digital Zoom
- 1 cm Makro
- Batterie: 2x AA Alkaline
- 350 Serienbilder mit optionalem Lithium-Ionen Akku

...und zu mehr Rendite!

RICOH Europe B.V. (EPMWC) • Oberrather Str. 6, D-40472 Düsseldorf • Tel.: 0211-6546-0, Fax: 0211-6546-308 • **http://www.ricohpmmc.com**

Gretag setzt nach Neustrukturierung auf Zukunft

Motivation und Kompetenz

Interview mit Rainer Bauer, Geschäftsführer der Gretag Imaging Deutschland GmbH

Von den Umstrukturierungen der Gretag Imaging Gruppe war auch die deutsche Niederlassung betroffen. Sichtbares Zeichen der Neuorganisation war die Schließung des Standortes Erkrath und der Umzug nach Wiesbaden. Auf der photokina will das Unternehmen mit interessanten Neuheiten die Weichen auf Zukunft stellen. imaging+foto-contact hat mit Deutschland-Geschäftsführer Rainer Bauer über die Perspektiven für Gretag gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Bauer, Gretag Imaging hat sich im vergangenen Jahr in Deutschland neu aufgestellt und einen neuen Firmensitz in Wiesbaden bezogen. Was hat sich mit dem Umzug geändert?

Rainer Bauer: Die Gretag Imaging GmbH ist heute eine besonders effizient arbeitende Vertriebs- und Service-Niederlassung. Um eine hohe Kundenzufriedenheit zu gewährleisten, bewältigt unser Team alle notwendigen Aufgaben wie die finanzielle und die Auftragsabwicklung, die Serviceplanung, die wichtige Kundeninformation, die wir sehr ernst nehmen, und vieles mehr.
Inklusive der Servicetechniker sind wir ein Team von etwa 30 Mitarbeitern, auf deren Professionalität ich stolz bin. So wurden unsere Servicetechniker im letzten Jahr alle in der Windows NT/2000 Netzwerktechnik geschult und können im wichtigen Bereich digitaler Workflow bei unseren Kunden hervorragende Arbeit leisten.

Rainer Bauer: „Wir liegen mit dem aktuellen Produktangebot genau richtig."

imaging+foto-contact: Sind in Ihrem Unternehmen kurz- und mittelfristig weitere Veränderungen geplant und zu erwarten?

Rainer Bauer: Ja, es wird erhebliche Verbesserungen geben. Bis Ende dieses Jahres werden wir die Bereiche Service, Verkauf Minilabs sowie Digital-Printing, -Scanning und -Reorder mit kompetenten Spezialisten erweitern. Denn gerade jetzt, in einer Phase der gravierendsten Veränderungen der gesamten Fotoindustrie, sind effiziente Workflow-Lösungen, digitale Qualitätsoptimierungen und rationelle Produktion die entscheidenden Wettbewerbsfaktoren – dazu wollen wir bei unseren Kunden beitragen.
Unsere Kunden benötigen aufgrund der Marktgegebenheiten wirkungsvolle Lösungen von kompetenten Partnern. Wir alle müssen darüber hinaus die Endkunden in den Mittelpunkt stellen, das Wort „Kundenservice" nicht nur benutzen, sondern endlich auch konsequent anwenden. Diese Leistungen zu erbringen und dafür auch bezahlt zu werden, ist das Ziel unserer Kunden – und auch unseres.
Eines meiner wichtigsten Ziele ist es, mit einem kompletten und leistungsfähigen Team in das nächste Jahr zu starten und die genannten Vorstellungen besser denn je zu realisieren.

imaging+foto-contact: Die Gretag Imaging Gruppe hat es zur Zeit bekanntlich nicht leicht. Wie entwickeln sich Ihre Geschäfte in Deutschland?

Rainer Bauer: Wir sind auf dem richtigen Weg: Mit unserem Umsatz, an dem alle Mitarbeiter/innen in unserem Team beteiligt sind, ist unsere Schweizer Muttergesellschaft sehr zufrieden, da wir in den letzten beiden Jahren jeweils eine deutliche Steigerung realisieren konnten. Auch wenn wir in den einzelnen Marktsegmenten bewußt zurückhaltend auftreten, hat kein anderes Unternehmen so viele digitale Hochleistungsprinter, rationelle Verpackungslösungen oder digitale Reorderstationen in den Großlaborbetrieben installiert wie Gretag.

imaging+foto-contact: Sind Sie im Minilab-Bereich auch so zufrieden?

Rainer Bauer: Auch im Minilabbereich sind wir beispielsweise mit dem Erfolg der wirtschaftlich arbeitenden Masterflex Digital Minilabs zufrieden, die nicht ohne Grund vorwiegend von kompetenten Großkunden eingesetzt werden. Weitere bedeutende Erfolge werden wir in diesem Marktsegment auch noch in diesem Jahr mit dem besonders preiswerten und volldigitalen Minilab performa e.motion 408 erzielen, das von zahlreichen Kunden

– aber auch von uns – regelrecht herbeigesehnt und ein echter „Renner“ werden wird. Die ersten Installationen wurden in den letzten Wochen ausgeführt. Die Resonanz des Fachhandels auf die Wirtschaftlichkeit, hohe Bildqualität und Vielseitigkeit stimmt uns sehr optimistisch.

imaging+foto-contact: Welchen Stellenwert haben die Segmente Minilab und Großlabortechnik in Ihrem Unternehmen; wo liegen Ihre Prioritäten?

Rainer Bauer: Für unsere Kunden und für uns ist ein Gleichgewicht der Geschäftsfelder wichtig, auch wenn wir in den einzelnen Bereichen natürlich Prioritäten setzen.
Im Fachhandelsbereich müssen wir die Minilab-Interessenten, Aufsteiger und Umsteiger auf unsere komplett ausgestatteten digitalen und besonders wirtschaftlich arbeitenden High-Tech-Minilabs mit einem konkurrenzlos kleinen Flächenbedarf hinweisen. Außerdem sind die Maschinen mit einer Bedienersoftware ausgestattet, durch die alle engagierten Mitarbeiter/innen ohne eine teure Spezialausbildung in kürzester Zeit hervorragende Bilder produzieren können – und zwar innerhalb der gesamten Angebotspalette vom 9 x 13 cm-Bild bis hin zu Visitenkarten, Kalendern oder individuellen Postkarten.
Im Bereich Großlabore/Finishing sind in erster Linie rationelle und wirtschaftlich arbeitende Komplettlösungen wichtig, wie z.B. das digitale Reorder-System mit der Picture-CD Produktion, das Cyra High-Speed Scanning und High Speed Printing-System sowie die digitale Bild-vom-Bild Produktion. Auch unsere effizienten Systel-Packaginglösungen mit bisher unerreichten Produktionswerten, verbunden mit Lösungen für personalisierte Kundenaufträge, tragen zu einer deutlichen Wirtschaftlichkeitssteigerung bei. Gleichzeitig möchten wir unser Angebot erstklassiger Schulungen für die Mitarbeiter unserer Großkunden fortführen.
Nach einem Bereich haben Sie gar nicht gefragt: den kundenbezogenen Service. Mit Verbesserungen der internen Organisation und unseren sehr gut ausgebildeten Technikern streben wir schnellere Reaktionszeiten für reibungslose Reparaturen und Wartungen an. Das bedeutet auch weniger Produktionsausfall durch Wartungsarbeiten für unsere Kunden. Ein weiterer kostensparender Punkt: Durch den künftigen Einsatz von Remote-Controlinstrumenten können wir schnell und effizient mit den Haustechnikern eventuelle Problemelösen. Das heißt: Ein Service muß wirkungsvoll, aber auch kalkulierbar undbezahlbar sein. Weniger Kilometer auf verstopften Autobahnen sparen unsallen Kosten.

„Wir haben viele sehr zufriedene Kunden“

imaging+foto-contact: Der Einsatz von (digitalen) Minilabs wird im Fotofachhandel immer häufiger als Weg zur Steigerung der Wertschöpfung im wichtigen Bildergeschäft gesehen. Hat sich dieser Trend in Ihrem Unternehmen bereits durch steigende Nachfrage bemerkbar gemacht?

Rainer Bauer: Wir haben viele sehr zufriedene Kunden, die ein oder gar mehrere Masterflex Digital Minilabs besitzen, die mit einer sehr einfachen Bedienung und echten 1.000 Bildern pro Stunde sehr wirtschaftlich arbeiten. Diese Leistung wird nicht zuletzt durch ein integriertes Multitasking erreicht, das aufgrund des integrierten Dual-Prozessor-Systems möglich ist. Das heißt, diese hohe Stundenleistung produzierter Bilder wird auch bei einer gleichzeitigen CD-Produktion nicht reduziert.
Offene Schnittstellen lassen das Anbinden von verschiedenen Bildbearbeitungsstationen zu. Bereits getätigte Investitionen in Scanner, Bildbearbeitungssoftware usw. sind nicht verloren. Grundsätzlich sind bei Gretag die Filmentwicklungsmaschinen bereits in die Maschine integriert, weil damit Arbeitswege und somit wertvolle Arbeitszeit gespart wird. Das alles wird

Das volldigitale Minilab Performa e.motion 408 ermöglicht einen preiswerten Einstieg in das Geschäft mit Bilddienstleistungen am PoS. Es ist jetzt lieferbar.

von unseren Konstrukteuren auf kleinsten Flächen realisiert.
Dies gilt natürlich auch für unser neues digitales Minilab Performa e.motion 408. Wir sind, wie schon erwähnt, gerade dabei, die ersten digitalen Minilabs dieser Baureihe auszuliefern und aufzustellen. Der niedrige Kaufpreis ab rund 75.000 Euro, inklusive einer kompletten integrierten Filmentwicklung, ist auch für kleinere Standorte problemlos finanzierbar. Dieses zukunftsweisende Minilab hat tatsächlich eine Alleinstellung im Markt. Die Produktion von Picture-CD's, gewinnbringende Bildformate bis 20 x 30 cm und natürlich die Ausbelichtung aller digitalen Medien sind damit möglich.

imaging+foto-contact: Welche Voraussetzungen muß ein Fotofachhändler aus Ihrer Sicht heute erfüllen, um ein digitales Minilab erfolgreich betreiben zu können?

Rainer Bauer: Wenn der Fotofachhandel in Zukunft seine Kunden behalten und neue hinzugewinnen will, muß er schnelle, am PoS produzierte Qualitätsbilder anbieten können, also über ein digitales Minilab verfügen. Sonst läuft er Gefahr, daß Digitalkamerakäufer und -Anwender nicht wiederkommen. Es gibt tolle Beispiele in Deutschland, wie Fotofachhändler es verstehen, die zahlreichen Produkte, die ein digitales Minilab produzieren kann, für deutliche Umsatzsteigerungen zu nutzen und erfolgreich zu sein. Der Fotofachhandel kann gerade durch die persönliche, intensive Kundenberatung, (s)ein umfassendes Warensortiment und die kundenfreundliche Präsentation dieses attraktiven Leistungspaketes wieder Land gut machen.
Aber: Es wird künftig nicht ausreichen, morgens pünktlich die Ladentür aufzuschließen. Ein Fotofachhändler muß beispielsweise künftig auch den Unternehmen in seinem Einzugsbereich, der, so meine Empfehlung, großzügig definiert sein sollte, seine Dienstleistungen aktiv anbieten. Es gibt viele Firmen, die um „5 vor 12" Präsentationsmappen für Messen, Visitenkarten für Mitarbeiter, individuelle Postkarten zu verschiedensten Anlässen oder Vorlagen für Prospekte und ähnliche Druckaufträge benötigen – aber von der Existenz und/oder den Möglichkeiten des Fotofachhändlers keine Ahnung haben. Dagegen hilft nur aktive Kundenansprache, die sich lohnt, weil bei solchen Aufträgen der Preis eine untergeordnete Rolle spielt.

imaging+foto-contact: Dennoch geht der Preiskampf im Bildergeschäft auch an Minilab-Betreibern nicht spurlos vorüber.

Rainer Bauer: Da haben Sie leider Recht. Deshalb müssen natürlich auch preiswerte Bilderlinien angeboten werden. Hier kann ich nur die Zusammenarbeit mit einem Großlabor empfehlen. Der Endkunde möchte und muß die Wahl zwischen schnell und preiswert haben. Aber vor allem sollte der Fotofachhandel im wahrsten Sinne des Wortes zeigen – also präsentieren –, was er alles an Bildprodukten liefern kann. Zeitgemäße Dekorationen, die diese Produkte zeigen, werden oft vernachlässigt. Haben Sie schon einmal in einem Schaufenster 50 Bildvisitenkarten und einen attraktiven Preis daneben gesehen?
Nicht vergessen sollte man auch die Faktoren Freundlichkeit, Aufmerksamkeit, Kompetenz und Konzentration auf den Kunden als die wichtigsten Voraussetzungen für eine wirkungsvolle und dauerhaft gewinnbringende Kundenbindung.

imaging+foto-contact: Wie sehen Sie die Zukunft von Gretag?

Rainer Bauer: Durch die nicht einfachen Restrukturierungsmaßnahmen im letzten Jahr, verbunden mit einer leider notwendigen Personalreduzierung, hat sich der Konzern wieder auf seine Kernkompetenzen konzentriert. Da sich Gretag frühzeitig mit Hochleistungsprinting, Hochleistungsscanning und dem digitalen Umfeld wie beispielsweise digitale Bildverbesserungssysteme beschäftigt hat – und auch künftig auf einem hohen Niveau beschäftigen wird – haben wir heute einen sichtbaren Vorsprung in den Großlaborbetrieben.
Dies gilt auch für unsere neuen, weiterentwickelten und leistungsfähigen Verpackungslösungen, die die neuen Anforderungen der analog/digitalen Produktion erfüllen. Damit haben wir die Voraussetzungen geschaffen, daß Großlaborbetriebe jetzt diesen Problembereich rationell bis hin zur Nachbestellung managen können. Dies alles ist der neuen „Ernsthaftigkeit", dem ungeheuren Engagement der jetzigen Mitarbeiter und vor allem vielen treuen Kunden zu verdanken, die uns mit Verständnis und aktiver Unterstützung durch diesen Prozeß begleitet haben.
Im Minilabumfeld haben wir die Produktlinie den Marktanforderungen hervorragend angepaßt und liegen mit dem aktuellen Produktangebot genau richtig. Ich spüre in allen Bereichen eine hohe Motivation und Konzentration auf die Kundenbedürfnisse.

imaging+foto-contact: Welche wichtigen Impulse erwarten Sie persönlich von der photokina für Gretag und für den Fotofachhandel?

Rainer Bauer: Von der photokina erwarte ich vor allem konkrete Abschlüsse in den verschiedenen Geschäftsbereichen, dafür sind wir in Köln. Für die gesamte Branche wünsche ich mir attraktive Angebote und Produkte sowie wirkungsvolle Lösungen im Marketing- und Produktbereich. Wir müssen jetzt alle Möglichkeiten einsetzen, damit beim Endkunden die Faszination und Schönheit eines Fotos weiterhin ihren Stellenwert gegenüber konkurrierenden Freizeitbeschäftigungen behält – und, noch besser, wieder zurückgewinnt. Auch das ist eine Chance, die aus der rasanten Entwicklung der Digitalisierung resultiert und die wir uns als Unternehmen und als Branche nicht entgehen lassen dürfen.

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

„Der Fotohandel muß zukünftig schnelle, am PoS-produzierte Qualitätsbilder anbieten können"

foto contact imaging
GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

profi-contact

Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände

CentralVerband Deutscher Berufsphotographen

ARBEITSKREIS PORTRAIT PHOTOGRAPHIE INTERNATIONAL
sponsored by Kodak

HEINZ BINDSEIL AKADEMIE aph
AKADEMIE FÜR PHOTOGRAPHIE HAMBURG

10/2002

Inhalt:

Impressum
Seite 2

Produkte
Seite 2

News
Seite 3

Brigitte Averdung-Häfner:
„Unter uns"
Seite 4

Ansel Adams Kalender 2003:
Der Klassiker für
Schwarzweiß-Enthusiasten
Seite 6

Titelfoto: Brigitte Averdung-Häfner, Eschweiler

Zwei photokina Highlights von California Sunbounce

Zwei herausragende Produkte für professionelle Fotografen und Filmer feiern am photokina Stand von California Sunbounce (Halle 10.2, Stand N 031) ihre Premiere:

• **Sun-Swatter BIG** – Die Diffusor-

fläche von rund fünf Quadratmetern in Verbindung mit der offenen U-Konstruktion – von vielen als unrealisierbar eingestuft – erschließt Fotografen und Filmern völlig neue und bisher ungeahnte Möglichkeiten. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um große Modeproduktionen am Strand von Miami handelt oder um eine Hochzeitsreportage im Stadtpark nebenan – die Einsatzmöglichkeiten des mobilen Schattenspenders sind so vielseitig wie die Aufgabenstellungen bei Outdoor-Shootings.

Der große Sun-Swatter stellt im wahrsten Sinne „alles in den Schatten" – selbst liegende Personen oder kleine Gruppen. Mit seiner Größe von 190 x 245 cm ist der Sun-Swatter BIG doppelt so groß wie sein kleinerer Bruder. Auf Grund des geringen Gewichts von nur 1.900 Gramm bleibt der Sun-Swatter trotz der großen Diffusorfläche mobil. Mit dem auf 3,5 Meter ausziehbaren Galgen „Boomstick" läßt sich der Sun-Swatter einfach außerhalb des Motivs plazieren und kann bei Bedarf sogar den Bewegungen des Models folgen. Er ist mit wenigen Handgriffen einsatzbereit und genau so schnell wieder in einer praktischen Tragetasche oder einem Roller-Bag verstaut. Außerdem läßt er sich an jedem handelsüblichen Leuchtenstativ befestigen.

Die Diffusorbespannung, die es in zwei unterschiedlichen Ausführungen gibt (Reduktion von 1/3 und 2/3 Blende), hat keine störenden Nähte. Dank der offenen U-Konstruktion des Rahmens entsteht an der offenen Seite kein störender Schattenstrich, so daß der Übergang von „Schatten" zu „Licht" ohne schwarzen Schattenstrich möglich ist. Übrigens: California Sunbounce ist weltweit der einzige Lieferant, der dieses außergewöhnliche Equipment liefert.

• **Sun-Scrim** – ist ein innovatives Rahmensystem, auf das die Fachwelt schon lange gewartet hat. Dank Sun-Scrim können nun endlich auch Outdoorfotografen und Videofilmer auf die gleichen außergewöhnlichen Hilfsmittel zugreifen, die bei Hollywood-Filmern schon seit vielen Jahren zur Standardausrüstung zählen, allerdings extrem schwer und für den modernen digitalen und Videoeinsatz nicht mehr zeitgemäß sind.

Auf Grund der intelligenten Konstruktion, die auch bei Paraglidern Verwendung findet, konnte das Gewicht auf

ein Minimum reduziert werden, so dass für den Transport weder ein Truck noch eine große Crew benötigt werden. California Sunbounce, der Spezialist für mobiles Licht-Equipment, beschreitet bei der Fertigung völlig neue Wege. Ähnlich dem Angelrutenprinzip sind die Rahmen nur an den Stellen besonders stark, an denen es unerläßlich ist – und zwar nur in der jeweiligen Mittelsektion. Nach außen hin wird der Rahmen immer leichter, da er an diesen Stellen nicht so hohen Belastungen ausgesetzt ist. So finden lediglich in den stark beanspruchten Mittelteilen Stahl und zu den Enden hin leichtes hochwertiges Aluminium Verwendung.

Die federleichten und dennoch extrem stabilen Sun-Scrims sind für unterschiedliche Aufgaben in den Größen 180 x 180, 240 x 240, 360 x 360, 480 x 480 und 600 x 600 cm erhältlich. Bei den Rahmen bis 3,60 Meter ist kein Teil länger als 135 cm, so daß sich das Equipment leicht in Tragetaschen oder Rollerbags unterbringen und bequem transportieren läßt.

Neben der einzigartigen Rahmenkonstruktion stellen auch die Superstoffe, die bei den Bespannungen zum Einsatz kommen, eine weitere Sensation dar. Als wohl einziger Anbieter liefert California Sunbounce die meisten Stoffe bis zu fünf Meter ohne Naht, einige Stoffe sogar bis zu 620 cm. So wird auch bei großen Flächen eine gleichmäßige Schattenwirkung ohne störenden Nahtschatten gewährleistet.

Zu den Sun-Scrim Rahmen sind unter anderem folgende Bespannungen erhältlich: Weiß, Schwarz, Nessel warm (wie eine Hauswand im Süden), diverse Netze, Diffusoren mit Reduktion von 1/3, 2/3 und 1/1 Blende sowie Blue- und Green-Box-Material für digitale Aufgabenstellungen.

Impressum: profi-contact

Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände

appi: Hohenfeldstraße 26, 49809 Lingen, Telefon 0591/9131-200, Telefax 0591/9131-202 Internet: www.appi.de

CV: Frankenwerft 35, 50667 Köln, Telefon 0221/2070-466, Telefax 0221/2070-445 Internet: www.cvphoto.de

aph: Langenfelder Straße 93, 22769 Hamburg, Telefon 040/8504643, Telefax: 040/8514378 Internet: www.aph-ev.de

Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen, www.foto-contact.de

Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen Telefon 0 21 02/2027-0, Telefax 0 21 02/2027-90

Bankverbindung: Postbank Essen 164 565-438, BLZ 360 100 43

Verlagsleitung: H. J. Blömer, Eleonore Blömer.

Redaktion: Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich), Jürgen Günther, Theo Six, Dipl. Journ. Herbert Päge, Jutta Ramlow, Dipl. rer. pol. Karla Schulze.

Ständige redaktionelle Mitarbeit: Bundesinnungsmeister Richard Stephan; Rolf Hartenfels.

Anzeigen: Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich); Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 29.

Vertrieb: Silke Gräßel.

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 übernommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

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

III. Grizzlystarke Fototage

Der APPI veranstaltet vom 26. bis 28. Oktober 2002 die III. Grizzlystarken Fototage. Angeboten werden vier Workshops, von denen jeder Teilnehmer einen besuchen kann:
1. „Körpersprache-Körperhaltung“ mit Ursula Dermarmels,
2. „Mode“ mit Franz Helmreich,
3. „Photoshop“ mit Hubertus Küppers,
4. „Beauty-Portrait digital“ mit Friedrun Reinhold.
Austragungsort ist das Steigenberger Hotel Thüringer Hof in Eisenach. In den Teilnahmekosten pro Person von 199,– Euro für APPI-Mitglieder und 249,– Euro für Nichtmitglieder (jeweils zuzüglich Mehrwertsteuer) sind die Teilnahme an einem Workshop, zwei Übernachtungen im Doppelzimmer inkl. Frühstück und Abendessen, ein Mittagsimbiß und Tagungsgetränke enthalten. Außerdem stellt Kodak wieder ausreichend Filmmaterial zur Verfügung.
Weitere Infos und Anmeldungen: APPI, Christiane Irmer, Hohenfeldstraße 26, 49809 Lingen, Telefon: 0591/9131-200, Fax: 0591/9131-202.

Nielsen auf der photokina

Auch in diesem Jahr präsentiert Nielsen Bainbridge in Halle 11.2, Stand M 040, ein breitgefächertes Angebot an attraktiven und hochwertigen Wechselrahmen, Bilderleisten und Passepartouts etc. für eine anspruchsvolle Bildpräsentation, darunter viele Neuheiten, die in dieser Form einmalig sind und in Köln ihre Premiere feiern.

PSL Rent-Service zieht um

Der PSL Rent-Service, bisher im Photo Imaging Center (PIC/Otto Versand), hat Anfang September den Standort gewechselt und ist weiter ins fotografische Zentrum Hamburgs gerückt. Seit dem 16. September 2002 steht das PSL-Rent Equipment bei IPS auf dem Medienhof, Kleiner Kielort 3-5, in Hamburg-Eimsbüttel zur Verfügung. Der Medienhof ist zentral gelegen und bietet außer IPS das Fachlabor Dormoolen und ein Trainingscenter für Digitale Bildbearbeitung.
Neben Sinar und Elinchrom können bei IPS auch Digitalkameras, Scanner, Kleinbild- und Mittelformat-Kameras sowie Präsentationstechnik gemietet werden.

Vergrößerer für Fachhochschule

Mitte des Jahres lieferte und installierte Kienzle, der Spezialist für Fachvergrößerungsgeräte, zusammen mit Miro Phototechnik, den lang ersehnten 10 x 10” Colorvergrößerer in der Fotolaborabteilung der Hochschule Wismar, Fachhochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung.
Der Farbkopf ist dank seiner 1500 Watt-Leistung (digitale Filteranzeige) und der ausgeklügelten Lichtführung extrem lichtstark. Das Gerät selbst wird rein manuell bedient und ist somit gerade für den schulischen Einsatz optimal. Ausgestattet mit einem Objektivrevolver für drei Brennweiten und einem zusätzlichen Tubus für kurze Brennweiten, sind praktisch alle anfallenden Arbeiten mit diesem Gerät lösbar. Zusätzlich läßt sich der Tisch in festen Stufen absenken.

Porträt-Workshop in St. Ingbert

Die Fotografeninnung Pfalz-Saarland veranstaltet in diesem Jahr eine Reihe von Freilicht-Porträt-Seminaren. Für das Seminar in St. Ingbert konnte Jutta Schmidt, Leiterin der Fotowerkstatt der Hochschule für Bildende Künste in

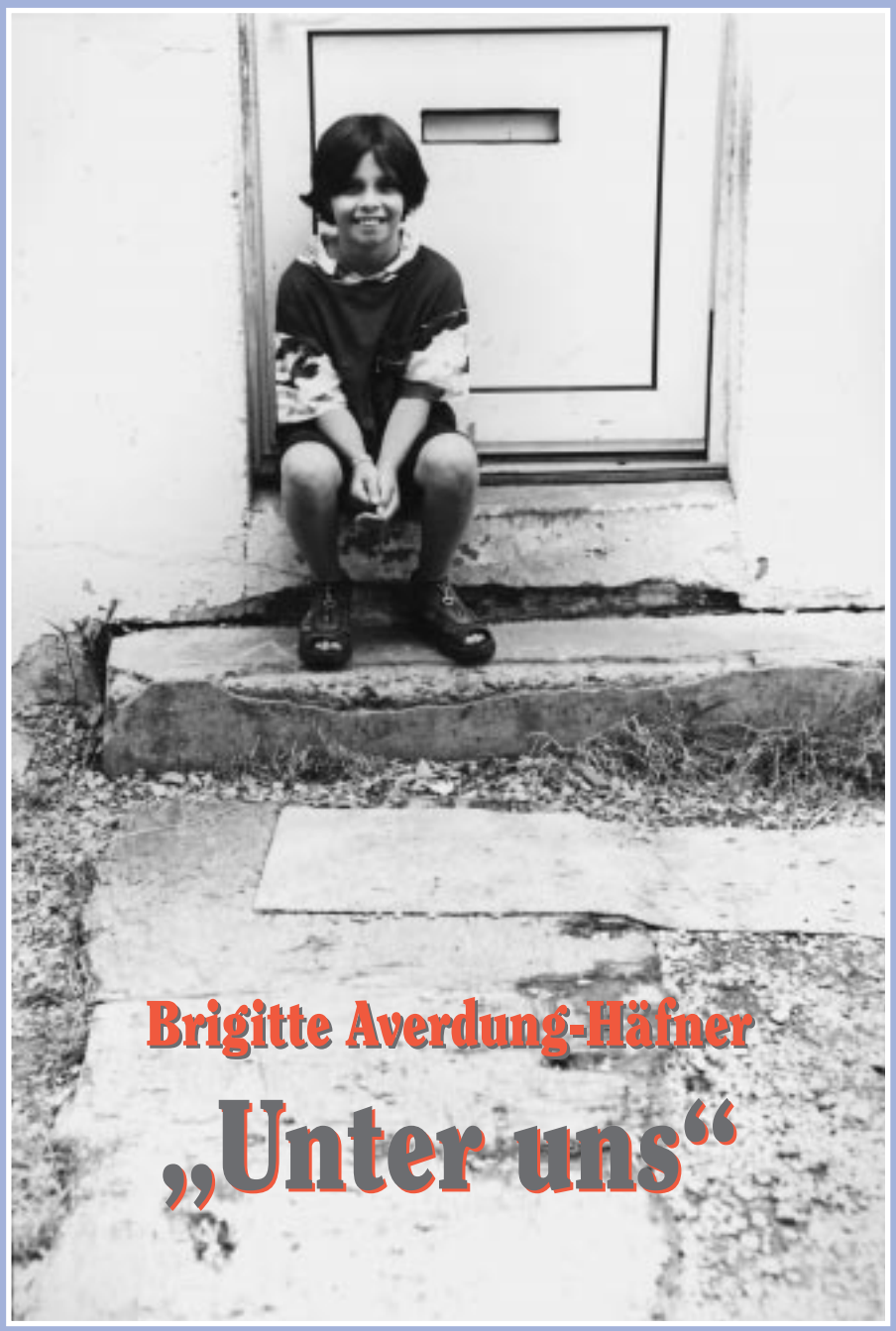
Foto: Uwe Lewald

Saarbrücken, als Referentin gewonnen werden. In einem alten Industriegelände zeigte die Referentin ihre Arbeitsweise und erläuterte, wie man trotz einfacher Hilfsmittel (Foto) zu brauchbaren Porträts kommt. Schwerpunkt war natürlich die aktive Mitarbeit der Teilnehmer, denen drei Models zur Verfügung standen. Es wurde reichlich fotografiert und experimentiert; Teilnehmer und Veranstalter waren begeistert. Auf vielfachen Wunsch wird die Seminarreihe fortgesetzt.

Bereits im März 2001 begann die Fotografenmeisterin Brigitte Averdung-Häfner aus Eschweiler mit ihrer Arbeit an dem Fotoprojekt „Unter uns“, einer Serie über das Miteinander unterschiedlicher Kulturen und Nationalitäten in ihrer Heimatstadt. Es dauerte knapp ein Jahr, bis die Serie komplett war und die Bilder beim Neujahrsempfang im Rathaus von Eschweiler ausgestellt wurden. Daß dieser Anlaß zugleich eine ausgezeichnete Werbung für die Fotografin war, versteht sich von selbst.

Mit dieser beeindruckenden Bildstrecke unterstreicht die Obermeisterin der Innung Aachen und stellvertretende Bundesinnungsmeisterin einmal mehr ihr Engagement in Sachen Fotografie und sozialer Verantwortung. Beeindruckend auch die Tatsache, daß die Bilder als freie Arbeit in der knapp bemessenen Freizeit der Fotografin entstanden. Brigitte Averdung-Häfner, die ihre Kamera nie als lästiges Werkzeug empfindet, hatte bei ihren Streifzügen durch die Wohngebiete ihrer ausländischen Nachbarn viele schöne und überraschende Begegnungen. Ihrem Wunsch, fotografieren zu dürfen, wurde ausnahmslos freudig und offen begegnet.

Übrigens: Bis Ende September ist die Ausstellung „Unter uns“, von der hier nur ein kleiner Ausschnitt gezeigt werden kann, in den Räumen der VHS in Eschweiler zu besichtigen.



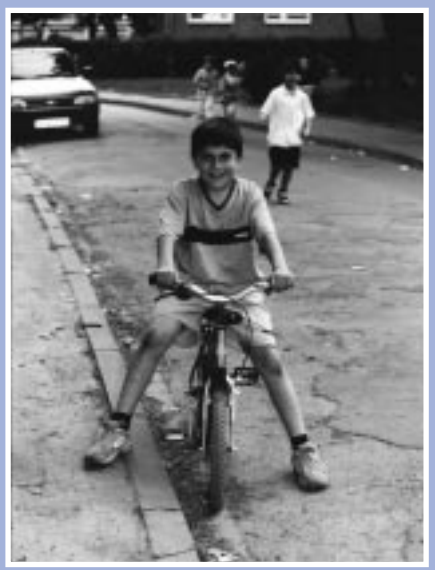


Foto: Jürgen Günther

Brigitte Averdung-Häfner

Geboren am 8. Februar 1961
in Eschweiler

•

1985 Fotografenprüfung
vor der Handwerkskammer Aachen

•

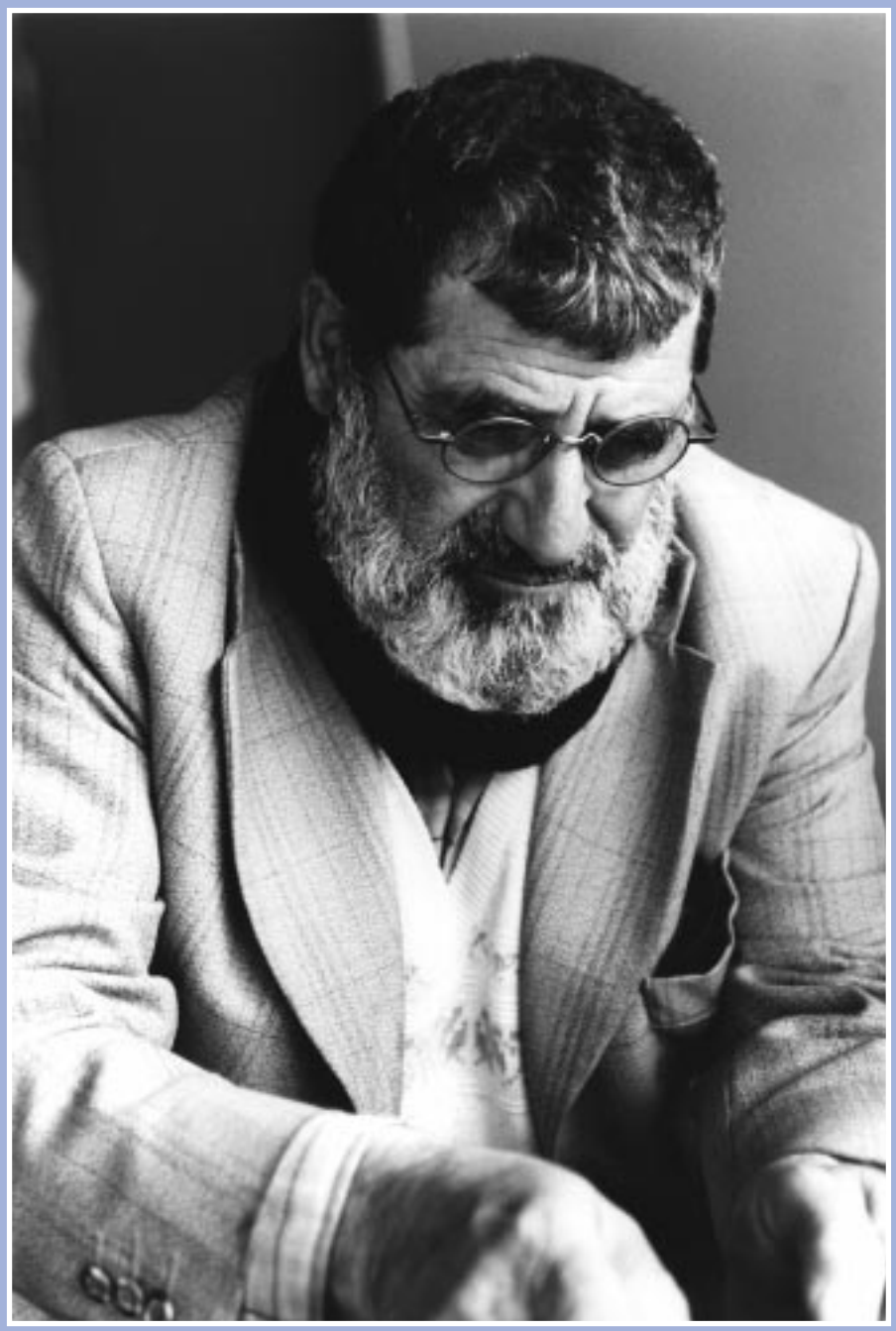
1995 Meisterprüfung vor der
Handwerkskammer Düsseldorf

•

1995 Eröffung ihres Fotostudios
in der Pfarrer-Funk-Straße 4
in Eschweiler

•

Kontakt unter: www.averdung-foto.de



Ansel-Adams-Kalender 2003

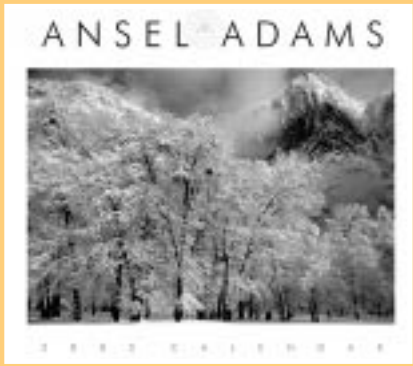
Der Klassiker für Schwarzweiß-Enthusiasten

Seit mehr als zwei Jahrzehnten begleitet der Ansel-Adams-Kalender viele Freunde der Fotografie durch das Jahr. Unter den zahlreichen Fotografie-Kalendern ist der von Ansel Adams der absolute Klassiker. Obwohl er bereits in der 21. Ausgabe erscheint, bringt er immer wieder faszinierende Motive, überwiegend Landschaftsfotografien aus den grandiosen Nationalparks der USA.

Wyoming, 1942

Die meisten Aufnahmen des neuen Kalenders stammen aus der großen Adams-Retrospektive, die im vergangenen Jahr von San Francisco aus auf Tournee ging und ab Oktober in Berlin zu sehen sein wird.

1976 hat Ansel Adams das Layout seiner Kalender und die Anforderungen an die Abbildungsqualität noch selbst festgelegt. Sein Qualitätskriterium war dabei ebenso einfach wie anspruchsvoll formuliert: „Es ist sehr wichtig, daß die Reproduktionen so gut wie nur irgend möglich gemacht werden.“ Wie bedeutend und fruchtbringend diese Festlegung ist, das zeigt sich Jahr für Jahr an den Ansel-Adams-Kalendern, die ein Musterbeispiel für exzellenten Duoton-Druck sind. Das Format der Abbildungen liegt überwiegend bei 33 x 25 cm. Gleich 53 Adams-Fotos zeigt der Tischkalender mit Wochenkalendarium und Raum für Notizen.



Ansel Adams: 2003 Calendar. Monatskalender mit 13 Duoton-Fotos (Januar 2003 bis Januar 2004), Kalenderformat 39,5 x 32 cm, Kalendarium englisch, Spiralheftung, Boston 2002, 22,- Euro.

Ansel Adams: Engagement Calendar 2003. 112 Seiten mit 53 ganzseitigen Duoton-Fotos, Wochenkalendarium für Notizen, Text englisch, 24 x 21 cm, Spiralheftung, Boston 2002, 22,– Euro.

In Deutschland sind die Kalender erhältlich bei der Lindemanns Buchhandlung, Nadlerstr. 10, 70173 Stuttgart, www.lindemanns.de

Kalifornien, 1953

Kalifornien, 1949

Lust auf 500 Euro?

Dann lassen Sie sich erwischen.

Einfach den extrakleinen, kompakten 600 Filmthekenaufsteller von Polaroid bestellen und in Ihrem Geschäft platzieren. Wird dieser im Zeitraum Oktober bis Dezember von einem unserer Mystery-Shopper in Ihrem Geschäft gesichtet, winken Ihnen 500 EURO Belohnung !!!

Doch es kommt noch besser:
Denn nicht nur Sie, sondern auch Ihre Kunden profitieren von Polaroid:

Beim Kauf von 3 Polaroid 600 Sofortbildfilmen wird Ihrem Kunden ein Gratisfilm von Polaroid direkt nach Hause geschickt.

Polaroid

Zu beziehen über den Fach-Großhandel und die Einkaufsringe.

Ulrich Vielmuth

Wettkampf der Pixel

Die photokina als Trendsetter in der Imaging-Branche wird sicherlich auch in diesem Jahr ihrem Image gerecht werden können. Eine der Weltpremieren ist auf dem Panasonic-Messestand in Halle 3.2 zu bewundern: Ein neuer digitaler 3 CCD-Camcorder, der als erster Camcorder auf der Welt in der Lage ist, Fotos mit sagenhaften 3 Megapixeln Auflösung (2048 x 1496 Bildpunkte) zu realisieren. Kompliment. Der neue NV-MX500EG erreicht damit das Niveau hochwertiger Fotokameras. Ein mehrfach vergütetes Leitz Dicomar-Zoomobjektiv paßt dabei gut zum hohen Qualitätsanspruch. Die Videos werden auf Mini-DV-Kassetten aufgezeichnet, ansonsten wird auf der mitgelieferten 16 MB SD Memory Card gespeichert. Neben Fotos können auch MPEG4-Videos und Sprache aufgenommen werden. So ist der NV-MX500EG nicht nur Camcorder und Fotokamera, sondern auch Webcam und Diktiergerät. Preis: 2299,- Euro.

Video-Nachbearbeitung

Einmal mehr ist in diesem Jahr die photokina ein bunt gestaltetes Schaufenster, in dessen Auslagen die wichtigsten neuen Produkte zu sehen und auch anzufassen sein werden. Dies gilt in diesem Jahr ebenfalls für Hobbyfilmer, die auf dem Nachbearbeitungstrip sind. Deren Zahl steigt zusehends und spiegelt sich in der geballten Präsenz der wichtigsten Anbieter von Lösungen für die Videonachbearbeitung in Halle 11.1 beeindruckend wider. Denk ich an vergangene photokina-Zeiten, so Mitte der 90er in einer Phase der Absatzprobleme bei Camcordern, oder spricht man in diesem Zusammenhang besser von einer Beruhigung der Nachfrage auf hohem Niveau, war Videoschnitt-Software noch kein Thema. Heute umso mehr.

Video-Nachbearbeitung ist seit geraumer Zeit besonders bei den ambitionierten Hobbyfilmern en vogue. Und die sind nicht nur bei den gut situierten Anwendern im Rentenalter zu finden. Ich habe mit Freude bei meinen Videoseminaren für das Bildungszentrum BürgerMedien der Offenen Kanäle in Ludwigshafen gerade junge Leute als kreative und unorthodoxe Nachbearbeiter beobachten können.

Heute schon fast üblich: Gleich beim Camcorder-Kauf gibt's die Software für den Videoschnitt am PC schon dabei. Damit die ersten „belichteten" Kamerakassetten auf keinen Fall unbearbeitet in der Schublade liegen bleiben!

Aber mittlerweile ist das Angebot von Schnittsoftware als Stand-alone-Paket ziemlich unübersichtlich geworden. Das breite Firmenspektrum in Halle 11.1 wird vielleicht für eine gewisse Übersicht von Nutzen sein. Denn die wichtigsten Anbieter wie beispielsweise Avid, Canopus, Dazzle, Hama, Macrosystem, Matrox, Pinnacle u.a. werden ihre neuesten Produkte präsentieren. Besucher haben dort Gelegenheit, sich umfassend über das aktuelle Angebot der wichtigsten Anbieter zu informieren und dem Standpersonal gezielt Fragen zu stellen.

Macrosystem, der erfolgreiche Casablanca-Vermarkter, hat ganz aktuell einen neuen Pfeil im Köcher, der vielleicht ins Schwarze treffen wird. Man hat nun die preisgekrönte Casablanca-Produktreihe um das Videonachbearbeitungssystem „Prestige" erweitert. Durch die 80 GB-Wechselfestplatte ist die Kapazität für Videomaterial beliebig erweiterbar. Davon konnte man noch beim Ur-Casablanca-Gerät der ersten Generation nur verklärt träumen!

Die Fronteingänge vereinfachen nun das Überspielen der Daten vom Camcorder auf das Gerät. Gut: Trotz des neuen Designs der Benutzeroberfläche kann wie von der Casablanca-Produktreihe her gewöhnt die intuitive Menüführung auch von Einsteigern problemlos bewältigt werden. Ganz im Stil der Zeit: Mit einem integrierten sogenannten DVD-Writer können eigene DVDs erstellt werden. Dank DVD-Dicon werden Videodaten in Echtzeit in das DVD-Format umgewandelt. Ermöglicht wird dies durch eine hardware-gestützte MPEG-2 Komprimierung, die bis zu zwanzigmal schneller arbeitet als software-basierende Lösungen am PC. Übrigens sollen sich die DVDs auf nahezu jedem gängigen DVD-Player abspielen lassen.

Sonys Highlight

Doch nun zur photokina-Neuheit DCR-IP220 von Sony, einem schicken und kleinen Hightech-Gerät „für die Lifestyle-Generation" – um einmal in der Sprache der Marketingleute zu bleiben. Der neue 2-Megapixel-Camcorder (2,11 Mio. Pixel auf nur einem CCD-Chip) im winzigen MPEG2-basierenden MICROMV-Format, der auch ganz locker die Arbeit einer hochwertigen Digitalfotokamera erledigt. UVP: 2400,- Euro. Ähnlich wie Panasonic hat auch Sony nicht am Objektiv gespart (so wie früher). Ein mehrfach vergütetes Carl Zeiss VarioSonnar-Objektiv unterstützt die 530 Linien Horizontalauflösung. Die Fotos sollen laut Sony ein Auflösungsvermögen von 1600 x 1200 Bildpunkten (UXGA) erreichen. Und wenn der Anwender dazu in der Lage ist, können zum Beispiel vom Urlaubsort dank einer im Camcorder integrierten Bluetooth-Schnittstelle und mit Hilfe eines entsprechenden bluetooth-fähigen Handys oder Modems schöne Fotos ganz ohne zusätzlichen PC zu den Daheimgebliebenen verschickt werden. Der neue Camcorder repräsentiert bereits die 3. Generation des kleinen MICROMV-Formates, das im letzten Jahr zur IFA von Sony im Markt eingeführt worden war und nicht so recht aus den Startlöchern kommen will. Ganz zufrieden mit den Verkaufszahlen ist man noch nicht. Die im laufenden Jahr der Einführung des „Teuro" grassierende „Seuche" namens Kaufzurückhaltung ist freilich ganz besonders bei dieser Art von hochwertigen Produkten zu spüren. Oder aber der Markt tut sich schwer, noch ein weiteres Digitalformat zu akzeptieren.

Las Vegas

Glitzernde Casinos. Riesige Hotels. Einarmige Banditen.
Und die PMA 2003

Die PMA ist die größte Organisation der Fotobranche. Profitieren auch Sie durch Ihre Mitgliedschaft davon. Informieren Sie sich über PMA im Internet. www.pmai.org

Was ist PMA ?

PMA (Photo Marketing Association international) ist der größte Verband für die gesamte Fotobranche mit über 20.000 Mitgliedern in 106 Ländern der Welt. Unsere Mitglieder sind Fotohändler, Minilabs, Großlabors, CD- und Digital Imaging-Services, Hersteller, Großhändler, Reparaturwerkstätten u.a. PMA bietet internationale Messen und Seminare, aktuelle Brancheninformationen, Marktforschung, Schulung und Weiterbildung.

Auch 2003 laden wir Sie zu unserer Messe und zu unseren Vorträgen, teilweise mit Simultanübersetzung in die deutsche und in andere Sprachen ein:

PMA 2003
2. bis 5. März (mit DIMA Tagung vom 28. Februar bis 1. März und PSPA Tagung für Schulfotografen vom 27. Februar bis 1. März), die größte jährlich veranstaltete Foto/Imaging Messe der Welt, in Las Vegas/Nevada, USA.

Unsere Partner im Reisegeschäft werden preisgünstige, flexible Komplettpakete inkl. Flug und Übernachtungen anbieten.

Sind Sie an einer Mitgliedschaft interessiert? Die Probemitgliedschaft bei PMA für ein Jahr kostet nur 28,- EUR. Inbegriffen ist monatlich ein 12-seitiges Informationsblatt in deutscher Sprache.

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

Auskünfte erhalten Sie von:

PMA International
3000 Picture Place, Jackson Michigan
49201 USA
Telefon 001-517-788-8100
(bitte fragen Sie nach Elisabeth Scherer, sie spricht Deutsch)
Telefax 001-517-788-7809
E-Mail escherer@pmai.org
Internet www.pmai.org
PMA Büro für Europa
Leopoldstraße 236, 80807 München
Telefon 089-399686
Telefax 089-2730291
E-Mail pmaeurope@pmai.org

Issers oder issers nicht?

§ 3 UWG verbietet eine Irreführung. Was er nicht beantwortet, ist die Frage: Wer wird auf den Holzweg geschickt? Nach der BGH-Rechtsprechung muß es der „flüchtige Verbraucher“ sein. Und der wird beispielsweise auch dann in die Irre geleitet, wenn ein erheblicher Teil des Verkehrs gar nicht getäuscht wird, weil er entweder gut informiert ist oder sich überhaupt keine Gedanken macht (Urteil vom 20.12.2001 – I ZR 215/98 – hier: Abbildung eines falschen, doppelt so teuren Scanners).

Drinnen oder draußen?

Probleme gibt's immer und überall. Und am Arbeitsplatz ganz besonders. Wenn einer stört, kann es ihm allerdings passieren, daß er einen anderen Arbeitsplatz bekommt. Das ist nämlich ein sinnvolles und geeignetes Mittel des Arbeitgebers, auf Mitarbeiterkonflikte zu reagieren. Es darf nur nicht dazu führen, die Versetzung im Rahmen einer Zermürbungstaktik dafür zu nutzen, den Störenfried zu einer Eigenkündigung zu veranlassen (LAG Schleswig-Holstein – Urteil vom 12.2.2002 – 5 Sa 409c/01).

Plus oder minus?

Schon gemerkt? Im letzten Jahr ist die Zugabeverordnung verschwunden. Einige haben es gemerkt und geben seitdem reichlich zu. Das dürfen sie auch, meint der BGH, denn es kann nicht angehen, daß der Wille des Gesetzgebers über eine unreflektierte Anwendung des UWG wieder eingeengt wird. Er hält sogar den Verkauf eines Videorekorders für 49 DM statt für 249 Märker bei gleichzeitigem Abschluß eines 2-jährigen Stromlieferungsvertrages für zulässig (Urteil vom 13.6.2002 – I ZR 173/01).

Fairdient oder verdient?

Manchmal schüttelt man den Kopf über BGH-Entscheidungen. Steht man auf der Gewinnerseite, hat das oberste Zivilgericht natürlich Recht. So verstoßen zum Beispiel Klauseln in AGBs von Banken, die Girokunden mit dem Entgelt belasten, das sie selbst anderen Kreditinstituten zu zahlen haben, wenn sie eigene Forderungen gegen Kunden per Lastschrift von deren Girokonto bei anderen Banken einziehen und diese Banken Lastschriften zurückgeben, gegen das AGBG (BGH – Urteil vom 9.4.2002 – XI ZR 245/01). Das freut den Händler (und ärgert den Bänkler).

Sekt oder Selters?

Oder warum nicht gleich „Champagne, Miss Sophie?“ Nun, Champagner ist ein edles Tröpfchen, aber leider nicht jedermann zugänglich. Da warb beispielsweise einer mit „Champagner bekommen, Sekt bezahlen“ für einen Computer. Der BGH hat ihm da schnell 'ne Schorle raus gedreht. „Ein solches Ausbeuten des besonderen Rufs, den die berechtigten Nutzer der Herkunftsangabe 'Champagner' aufgebaut haben, ist unlauter (Urteil vom 17.2.2002 – I ZR 290/99).“ Die Unterlassungsklage eines französischen Verbandes der Champagner-Wirtschaft war in letzter Instanz erfolgreich.

Mit mit oder mit ohne?

Da treffen zwei mit einer Zeitung eine Vereinbarung über Herstellung und Vertrieb eines Videofilms. Da will man zusammen den „Nettoerlös“ unter sich aufteilen. Da bekommt der eine der beiden über 35.000,00 € und der Staat verlangt von ihm dafür die Umsatzsteuer. Er zahlt und will sie vom anderen ersetzt. Eine ausdrückliche Regelung im Vertrag gab es nicht. Und eine Auslegung half auch nicht weiter. Also lief die Klage des einen gegen den anderen ins Leere. Ohne besondere Abmachung ist die Umsatzsteuer eben im Preis drin (BGH – Urteil vom 28.2.2002 – I ZR 318/99).

Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff

Im Focus: Wenn's wieder heimlich wird...

Diebstähle von Mitarbeitern sind im Einzelhandel keine Seltenheit. Nun wurde Orwells „1984“ zwar nicht Realität, aber etwas Überwachung wünscht man sich dennoch: Videokameras am Arbeitsplatz?

Arbeitsrichter erlauben die offene Kontrolle problemlos. Nur: Wer weiß, daß er dabei gefilmt wird, klaut nicht mehr. Als Präventivmaßnahme okay, als Sammeleinrichtung für Beweise durchgefallen. Die heimliche Überwachung via Linse auf Magnetband ist bloß bedingt machbar.

Persönlichkeitsrecht heißt das Hindernis, das die Aufnahme stört. Kein Arbeitnehmer braucht es sich grundlos gefallen zu lassen, den ganzen Tag als Laiendarsteller zu reüssieren. Die Würde des Menschen, das allgemeine Persönlichkeitsrecht, etc. etc. etc. Findet man alles in der Verfassung. Steht da auch, daß sich ein Arbeitgeber beklauen lassen muß?

Grenzen der Selbstentfaltung müssen her. Und wirklich: Die Grundrechte greifen in der Regel bloß dann, wenn man sich selbst rechtmäßig verhält. Trotzdem ist das Persönlichkeitsrecht ein hohes Gut. Und das BAG erlaubt Eingriffe über die „Candid Camera“ nur, wenn eine umfassende Güter- und Interessenabwägung das Ergebnis bringt, in diesem Fall seien (ausnahmsweise mal) die Interessen des Arbeitgebers diejenigen, die schutzwürdiger sind.

Eingriffe ins Persönlichkeitsrecht per versteckter Videoüberwachung können nach einem BAG-Urteil vom 7.10.1987 – 5 AZR 116/86 – erlaubt sein, wenn dem Arbeitgeber „in nennenswertem Umfang Warenverluste entstanden sind und der Einsatz von verdeckten Kameras die einzige Möglichkeit ist, die Täter zu ermitteln.“ Ob und wann das der Fall ist, muß der Arbeitgeber darlegen und beweisen. Bloße Behauptungen helfen ihm nicht weiter. Wir haben es mit Recht zu tun, nicht mit Wunschdenken. Es kann also passieren, daß...

...die Verletzung von Grundrechten zur gerichtlichen Feststellung zwingt: „Der Eingriff der Beklagten in das geschützte Persönlichkeitsrecht der Klägerin war .. rechtswidrig. Das führt dazu, daß die Erkenntnisse der Beklagten aus den Videobändern in dem laufenden Kündigungsschutzverfahren nicht verwertet werden dürfen (LAG Hamm – Urteil vom 24.07.2001 – 11 Sa 1524/00).“ Dann war der ganze Aufwand vergeblich. Die vielen Euros wurden in den Sand gesetzt. Und in mitbestimmten Betrieben hat der Betriebsrat noch ein Wort mitzureden, § 87 Abs. 1 Nr. 6 BetrVG. Das ist in der ARD alles lustiger...

JETZT BESTELLEN!

Foto-Winter

Die große Werbeaktion zur Foto-Wintersaison

Nutzen Sie die kostenlose Informations- und Werbebroschüre für Ihren Verkauf!

Das attraktive Werbemittel für den Fotohandel – kostenlos!

Informieren Sie Ihre Kunden über aktuelle Kameras, Filme und Zubehör!

Bestellen Sie, solange der Vorrat reicht!

Sichern Sie sich jetzt Ihre Exemplare der Broschüre

Foto-Winter

Senden oder faxen Sie den Bestellcoupon bitte an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Foto-Winter
Postfach 1229
40832 Ratingen
Fax: 0 21 02 - 20 27 90

Bitte liefern Sie mir kostenlos frei Haus ..... Exemplare (Verpackungseinheit 500 Stck.) der Broschüre:

Foto-Winter

Ab 1000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindruckes. Die Gebühr beträgt 51,08 € für die ersten 1000 Exemplare und jeweils 30,42 € für weitere 1000 Exemplare (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer).
Auf Wunsch kann zu Broschüren mit individuellem Firmeneindruck kostenlos eine individuelle Preisliste geliefert werden.

Wir wünschen einen Firmeneindruck. ❑ Wir wünschen eine eigene Preisliste. ❑

Absender/Firma: .....

Name des Sachbearbeiters: .....

Postfach/Straße: ..... PLZ/Ort: .....

Datum: ..... Unterschrift: .....

Für Rückfragen: ..... Tel. Nr.: .....

Zur Bearbeitung Ihres Auftrags werden Ihre Daten elektronisch gespeichert. Bitte kreuzen Sie dieses Feld nur an, wenn Sie nicht mit der Weitergabe Ihrer Adresse an die Fotoindustrie oder den Fotogroßhandel einverstanden sind: ❑

Arbeitskosten: Deutschland bleibt „Weltmeister“

Eine der letzten Unwahrheiten, die den deutschen Bürgern von unserer Regierung aufgetischt wurde, war die Bekanntgabe, daß im August die Arbeitslosenzahl auf 4,018 Millionen zurückgegangen sei. Das wären 28.700 weniger als im Juli. Was die Rheinische Post in ihrer Ausgabe vom 6. September mit einem „Rückgang nur dank Kunstgriff“ kommentierte und was von Arbeitsminister Riester nicht ohne Euphorie als „Trendwende“ angesehen wurde, ist nichts als Schönfärberei. Die Rheinische Post erläuterte diese Zahlen darum mit folgendem Text: „So haben sich auf Druck der Arbeitsämter im vergangenen Monat 180.000 Arbeitslose aus der Statistik abgemeldet, weil sie entweder älter als 58 Jahre sind oder nur wegen des Kindergeldes arbeitslos gemeldet sind. Vor einem Jahr waren es nur 120.000. Ohne diese Bereinigung wäre die Zahl der Arbeitslosen nicht gesunken, sondern um 30.000 gestiegen.“

Ich habe schon wiederholt zum Ausdruck gebracht, daß ich die Gewerkschaften wesentlich mit dafür verantwortlich mache, daß wir so viele arbeitslose Bürger in unserem Lande haben, was durch die „Argumente zu Unternehmensfragen aus dem Institut der Deutschen Wirtschaft Köln, Nr. 8/2002“ erneut bestätigt wurde. Dort hieß es unter dem Titel „Arbeitskosten: Deutschland bleibt ‘Weltmeister’. Die westdeutsche Industrie mußte auch im Jahr 2001 weltweit die höchsten Arbeitskosten schultern. Die Arbeiterstunde kostete 26,16 Euro und war damit 5,55 Euro teurer als im Durchschnitt der übrigen Industrieländer.“

Die in den Tabellen auf dieser Seite zusammengefaßten Daten des Kölner Instituts zeigen deutlich, wie teuer der Arbeits- und Produktionsort Deutschland für jeden Hersteller ist. Für mich bedeutet ein Blick in die Zukunft, daß die Arbeitslosenzahlen noch weiter steigen werden und daß wir heute damit erst bei der Ouvertüre sind, besonders dann, wenn die derzeitige Regierung mit ihren Gewerkschaftsfreunden weiter im Amt bleiben sollte.

Es ist müßig, darüber zu spekulieren, wer mit daran gearbeitet hat, daß bei der früheren Geldschwemme in unserem Lande immer mehr Leute die Lust und auch den Zwang zur Arbeit verloren haben. Wir werden nicht darum herumkommen, daß die viel zu hohen Personalzusatzkosten auch durch sicher unpopuläre Maßnahmen gewaltig heruntergedrückt werden müssen. Wenn heute ein Michael Sommer vom DGB, als Nachfolger von Klaus Zwickel, lauthals fordert, daß die Arbeitszeiten in Deutschland erheblich gesenkt werden müßten, damit mehr Arbeitsplätze geschaffen werden, dann hat diese Forderung nur dann einen Sinn und ihre Berechtigung, wenn im gleichen Prozentsatz auch die Löhne und Gehälter gesenkt werden. Und wenn Herr Sommer meint, wieder mit vielen Euros des Deutschen Gewerkschaftsbundes die Wahl zugunsten der SPD beeinflussen zu können, wie schon sein Vorgänger Zwickel bei der vorigen Wahl, dann glaube ich, daß eines Tages mit noch mehr Pathos und Demagogie wieder jemand kommen wird, der sich nicht an die Leute wendet, die einen Arbeitsplatz haben, damit diese noch mehr Geld bekommen, sondern an die, die schon lange, lange arbeitslos sind und die nicht viel nach Gesetz und Moral fragen werden, wenn man ihnen Arbeit und damit Geld für ihren Lebensunterhalt in Aussicht stellt. Ich habe dies schon einmal in den dreißiger Jahren miterlebt, und wir alle wissen, was daraus geworden ist! Für den mittelständischen Einzelhandel stellt sich leider das Problem „Arbeitszeit“ umgekehrt, weil es täglich neu für ihn heißt: Wieviele Stunden muß ich als Einzelhändler noch länger arbeiten, um evtl. Personalkosten einsparen zu können. Wie sagte der frühere Vorsitzende des Deutschen Foto- und Kino Händlerbundes, Hans Detlef Prien, einmal: „ Die dümmsten Kälber suchen sich die Schlächter selber“.

H. J. Blömer

1 Personalzusatzkosten: Treibsatz Sozialversicherung

Lohnzusatzkosten im Produzierenden Gewerbe in Prozent des Direktentgelts

	Westdeutschland		Ostdeutschland	
	1992	2001	1992	2001
Gesetzliche Personalzusatzkosten	35,4	37,1	34,6	37,8
Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber (einschl. Unfallversicherung)	25,4	28,4	26,2	28,9
Bezahlte Feiertage	4,5	5,0	3,7	4,6
Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall	5,1	3,3	3,9	3,2
Sonstige gesetzliche Personalzusatzkosten	0,4	0,4	0,8	1,1
Tarifliche und betriebliche Personalzusatzkosten	45,0	44,1	31,7	30,5
Urlaub einschl. Urlaubsgeld	19,3	18,6	13,6	15,4
Sonderzahlungen (Gratifikationen, 13. Monatsgehalt)	9,2	8,3	3,9	4,0
Betriebliche Altersversorgung	7,4	7,7	0,7	1,7
Vermögensbildung	1,3	1,1	0,1	0,4
Sonstige Personalzusatzkosten	7,8	8,4	13,4	9,0
Insgesamt	**80,4**	**81,2**	**66,3**	**68,3**

2 Das Arbeitskosten-Ranking

Arbeitskosten je Arbeiterstunde in der Verarbeitenden Industrie im Jahr 2001 in Euro

	Arbeitskosten je Stunde	davon: Direktentgelt	davon: Personalzusatzkosten
Westdeutschland	26,16	14,44	11,72
Norwegen	25,33	17,12	8,22
Schweiz	24,96	16,37	8,59
Dänemark	24,50	19,58	4,91
Belgien	23,15	11,84	11,31
USA	22,99	16,57	6,42
Japan	22,22	13,13	9,09
Finnland	22,12	12,51	9,61
Niederlande	21,98	12,18	9,80
Luxemburg	21,12	13,99	7,12
Österreich	21,00	10,90	10,10
Schweden	20,91	12,35	8,56
Vereinigtes Königreich	19,23	13,41	5,82
Frankreich	18,93	9,89	9,03
Kanada	18,03	13,07	4,97
Ostdeutschland	16,86	10,09	6,76
Irland	16,01	11,47	4,54
Italien	15,92	8,14	7,77
Spanien	14,68	8,01	6,67
Griechenland	8,86	5,27	3,59
Portugal	6,75	3,79	2,96

Zahlen zum Teil vorläufig; Umrechnung: Jahresdurchschnitt der amtlichen Devisenkurse; Quelle: IW-Berechnungen nach nationalen Angaben

Polaroid zeigt sich auf der photokina optimistisch

Innovative Handelspromotions

Die wirtschaftlichen Ziele und innovative Handelspromotions wie der „Mystery Shopper“ und der 600 Party-Mix mit unterhaltsamen Partyspielen stehen im Mittelpunkt des photokina-Auftritts von Polaroid. Das Unternehmen will die Kölner Messe nutzen, um sich den Besuchern nach der Übernahme durch One Equity Partners mit neuem Schwung zu präsentieren.

Die Übernahme durch One Equity Partners, einem Tochterunternehmen der Bank One – der sechstgrößten Bank in den USA, hat nach Aussagen Polaroids Zuversicht in die Zukunft

Die Polaroid 600 Sofortbildkamera wird zur photokina als Party-Mix angeboten und enthält neben der Kamera auch zwei 600 Filme und fünf ausgefallene Spielideen.

der Sofortbildfotografie gebracht. Darüber hinaus bestätige das Interesse von One Equity Partners die Stärke der führenden Marke im Sofortbildsektor. Auf der diesjährigen photokina haben

Die i-zone Sofortbild-Spaßkamera verspricht dem Handel auch zukünftig noch Umsätze bei einer überwiegend jungen Kundschaft.

die Handelspartner des Offenbacher Unternehmens die Möglichkeit, in persönlichen Gesprächen mit Johann-Hinrich Nagel, Geschäftsführer Polaroid Deutschland, Stewart Murdoch, Business Planning Manager, sowie Repräsentanten von One Equity Partners die zukünftigen wirtschaftlichen Ziele, neueste Entwicklungen des Unternehmens und Konzepte zur Vermarktung der Sofortbild-Idee zu erfahren.

Polaroid Händler werden hierzu auf das exklusive Polaroid Schiff, in der Nähe der Messehallen, geladen. Zusätzlich bietet Polaroid in Halle 5.1 einen Überblick über sein Produktangebot und innovative Promotions. Eine Demonstration von kreativen Techniken richtet sich speziell an professionelle Fotografen.

Parallel zur Weltmesse der Fotografie starten verschiedene Handelspromotions, die zielgerichtet auf die Polaroid Handelspartner abgestimmt sind. Die beliebte 600 Sofortbildkamera wird als Party-Mix angeboten und enthält neben der Kamera auch zwei 600 Filme und fünf ausgefallene Spielideen, die sich als Stimmungsmacher für die Party eignen sollen. Ein Thekendisplay mit bunten Partyszenen und Showcards macht die Endverbraucher auf diese Aktion aufmerksam. Für die 600 Filmpromotion „3 + 1“ – drei Filme kaufen und einen gratis dazu bekommen – hat sich Polaroid auch etwas einfallen lassen: Um die 600 Filme am Point of Sale ansprechender zu plazieren und den Abverkauf zu unterstützen, bietet Polaroid den Fotofachhändlern ein platzsparendes Filmthekendisplay an. Sogenannte „Mystery Shopper“ prämieren dann Fachgeschäfte, die dieses Filmdisplay sichtbar aufgestellt haben, mit je 500 Euro. Diese Handelsaktionen werden durch intensive Pressearbeit in Publikumsmedien unterstützt.

Ein platzsparendes Filmthekendisplay macht die Kunden auf die „3 + 1“-Filmpromotion aufmerksam.

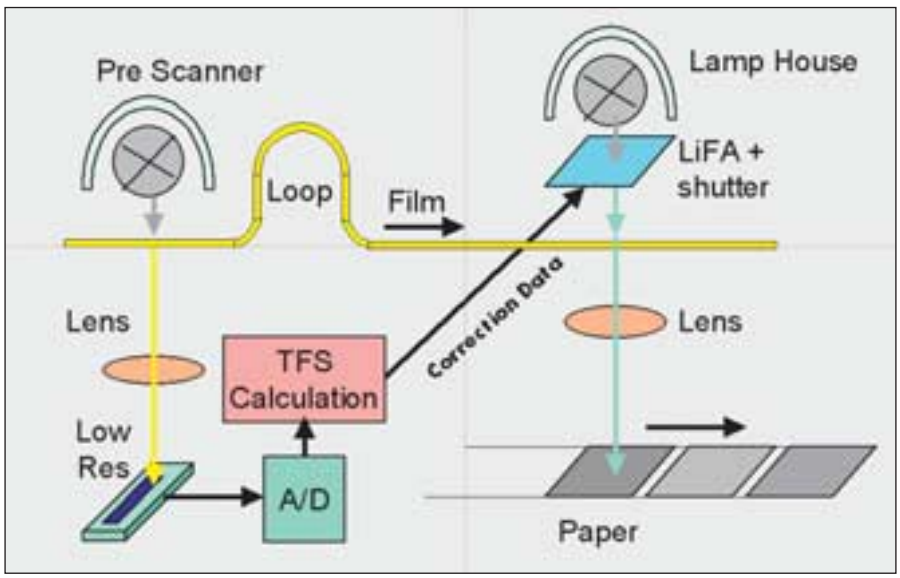
Johann-Hinrich Nagel, Geschäftsführer Polaroid Deutschland, ist von der Effektivität dieser Handelspromotions überzeugt: „Polaroid arbeitet mit seinen Handelspartnern in einem realistischen und vertrauensvollen Verhältnis zusammen und kann daher gemeinsam mit ihnen effektive Promotions für den Endverbraucher anbieten. Verkaufsförderung und Stabilität des Geschäfts stehen dabei im Vordergrund.“

Agfa-Technologie setzt Maßstäbe im Großfinishing

Von TFS zu d-TFS

Agfas Total Film Scanning (TFS) hat den Printprozeß im Großlabor und bei Minilabs auf eine neue Qualitätsstufe gebracht. Seit 1985 wird diese Technologie zur automatischen Bildverbesserung in Großgeräten wie dem Agfa Multi Scanning Printer (MSP) und dem Agfa MSP Dimax sowie in den Agfa-MSC-Minilabs eingesetzt. Mit dem digitalen TFS, kurz d-TFS, ist es Agfa in den vergangenen Jahren gelungen, wiederum eine neue Qualitätsstufe zu erklimmen. Auf der Pre-photokina-Pressekonferenz des Unternehmens in München (siehe auch S. 24) erläuterte Dr. Tobias Damm, Leiter R&D Lab Equipment bei Agfa, die technologischen Hintergründe der Entwicklung von TFS zu d-TFS.

Bei TFS wird zunächst der gesamte Film in den Farben Rot, Grün und Blau gescannt. Mit statistischen Verfahren lassen sich hieraus die für den jeweiligen Film charakteristischen Farb- und Dichteverteilungen ermitteln. Diese enthalten genau die Informationen, die der Printer für jedes einzelne Bild zur korrekten Einstellung von Dichte und Farbe benötigt. Die Datenbasis erlaubt also, die generellen Eigenschaften des Films von den spezifischen Eigenschaften der Einzelbilder zu unterscheiden. Dadurch können erstens die Printereinstellungen für Dichte und Farbbalance für jedes Einzelbild automatisch optimiert und zweitens Farbsprünge innerhalb eines Film vermieden werden. Das Ergebnis: Die Bildqualität wird erheblich verbessert, die Zahl der verkaufsfähigen Bilder steigt.



So sieht der relativ einfache Scanvorgang bei TFS schematisch dargestellt aus.

Dimax arbeitet zusätzlich mit Kontrastausgleich

Der Dimax arbeitet zusätzlich mit Kontrastmanagement bzw. mit großflächigem Kontrastausgleich. Damit wird vermieden, daß bei einer Aufnahme, die neben sehr dunklen auch sehr helle Partien enthält, bei der Kopie auf das Fotopapier entweder die dunklen Partien im Schatten ertrinken oder die hellen nur noch weiß sind. Dem begegnet der Dimax-Printer, indem er in Sekundenbruchteilen eine sogenannte unscharfe Maske auf einem Schwarzweiß-LCD erzeugt. Dieses befindet sich im Strahlengang des Printers und sorgt für eine lokale Steuerung der Lichtmenge, so daß auch bei den kritischen, sehr kontrastreichen Aufnahmen sowohl helle als auch dunkle Partien bestens durchgezeichnet werden.

Agfa d-labs mit sechs Millionen Pixeln pro Farbe

Seit einiger Zeit sind die Agfa d-lab und damit d-TFS auf dem Markt. Damm: „Dieses TFS für digitale Belichter bringt ein bislang unerreichbares Qualitätsniveau.“ Bei d-TFS wird das Bild pro Farbe in sechs Millionen Pixel zerlegt, wobei jeder einzelne Bildpunkt berechnet und individuell belichtet wird. Was in der Praxis vollautomatisch geschieht, ist im einzelnen ein äußerst komplexer Prozeß.

Dieser beginnt im Agfa d-lab damit, daß der Film zweimal gescannt wird. Während der Film in Vorwärtsrichtung durch den Scanner transportiert wird, erfolgt ein Scanvorgang mit niedriger Auflösung. Die dabei für den gesamten Film erfaßten Daten werden ebenso wie beim analogen TFS analysiert, um die Position und die erforderlichen Bildkorrekturen für jedes einzelne Bild zu ermitteln.

Beim Transport des Films in Rückwärtsrichtung wird erneut gescannt, und zwar jetzt jedes einzelne Negativ in hoher Auflösung. Der Scanner besitzt einen CCD-Sensor mit einer Auflösung von 2K x 3K und mit einer Genauigkeit von 12 Bit pro Farbe. Neben Scans der drei Primärfarben erfolgt auch ein Infrarot-Scan, der Daten für ein automatisches Retuschieren von Staub und Kratzern liefert.

Die Daten dieses Hauptscans werden an einen Hochleistungs-Bildprozessor gegeben, der das Bild auf die gewünschte Größe skaliert und alle erforderlichen Korrekturen ausführt. Weil jedes einzelne Pixel modifiziert werden muß,

sind riesige Datenmengen zu bewältigen.
Um die notwendige Rechenleistung bereitzustellen, entwickelten die Agfa-Ingenieure eine spezielle Hochleistungs-Prozessorkarte mit patentierter

Dr. Tobias Damm, Leiter R&D Lab Equipment bei Agfa

Technologie. Deren Leistung entspricht der von vier bis fünf Pentium III-Prozessoren. „Dadurch wird es möglich, ein Bild im Format 10 x 15 cm in nur 1,5 Sekunden vollständig zu verarbeiten und zu skalieren“, führte Damm aus.

Jedes Pixel wird einzeln belichtet

Bei der anschließenden digitalen Ausbelichtung wird jedes Pixel via Laser einzeln belichtet. Das erschließt zusätzliche Möglichkeiten zur Steuerung von Kontrast, Farbsättigung, Farbton und Schärfe. „Dies bedeutet“, so Damm, „daß bei der digitalen Belichtung erheblich mehr Parameter als bei der analogen im Spiel sind, die beeinflußt werden können.“
Um das große Potential der digitalen Belichtung nutzen zu können, mußten entsprechende Algorithmen entwickelt werden: Diese „Imaging-Intelligenz“ ist die zentrale Eigenschaft des d-TFS. Dazu einige Beispiele:

• Die Kontrastanpassung, wie sie vom Hochleistungs-Printer Agfa Dimax bekannt ist, kann mit d-TFS noch präziser und wirkungsvoller angewandt werden, da sie nicht über eine unscharfe Maske im Strahlengang, sondern über die direkte Belichtungssteuerung der einzelnen Pixel erfolgt.

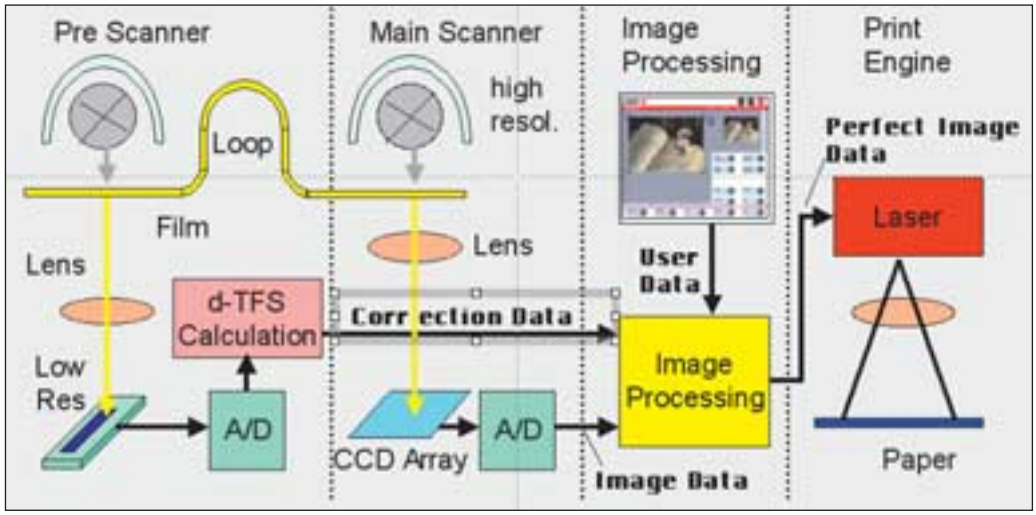
• Mittels digitaler Bildbearbeitung lassen sich Bilder von unterbelichteten Negativen sowie von kippenden Filmen erheblich verbessern.

• Die digitale Aufbereitung der Bilddaten erlaubt eine Erhöhung der Schärfe ohne Steigerung der Körnigkeit. Dazu werden die Bilddaten in einen anderen Farbraum transformiert, in dem die Helligkeitsinformation von der Farbinformation getrennt ist. Diese Transformation erlaubt auch die

• Verbesserung der Farbdifferenzierung. Dies zeigt sich ganz besonders bei der Wiedergabe stark gesättigter Farben. Denn was der Film auch an Details perfekt erfaßt, geht oft bei der analogen Belichtung verloren, da die Farbwiedergabe durch den Farbumfang des Papiers begrenzt ist. Anders beim digitalen Weg, bei dem die Farb- und Helligkeitsinformationen getrennt vorliegen. Hier wird die Bildinformation auf den Farbraum des Papiers umgerechnet, so daß auch hoch gesättigte Farben in detailgetreuer Durchzeichnung auf das Papier gebracht werden.

• Des weiteren ist das automatische Retuschieren von Staub oder Kratzern auf Negativen zu nennen. Anhand der Daten, die im IR-Scan erhalten werden, können Staubkörner oder Kratzer festgestellt und automatisch wegretuschiert werden.

• Und schließlich: Auch wer spezielle Bildeffekte erzielen will, kann dies mit einem d-lab von Agfa machen. Denn die automatischen Bildkorrekturen lassen sich zusätzlich auch manuell justieren.
Bilder von digitalen Kameras durchlaufen im wesentlichen die gleichen Bildverarbeitungsschritte wie die vom Film. Die nähere Analyse zeigt, daß das Dichte- und Farbmanagement des d-TFS hier wegen der beträchtlichen Streuungen, die man zwischen Kameras verschiedener Hersteller findet, eine ebenfalls sehr entscheidende Rolle spielt.
Die ausgabefertige Bilddatei wird mit einem Hochleistungs-Laserbelichtungsmodul belichtet, das mit einer festen Auflösung von 400 dpi arbeitet. Als Lichtquelle für Blau und Grün dient ein Argon-Ionen-Laser, während das rote Licht von einer Laserdiode stammt. Der kombinierte Strahl, der alle drei Farben umfaßt, wird mittels eines sich schnell drehenden Polygon-Spiegels, der mit konstanter Geschwindigkeit bewegt wird, über das Papier gelenkt, das senkrecht dazu mit konstanter Geschwindigkeit bewegt wird.



Bei d-TFS wird das Schaubild um einiges komplizierter.

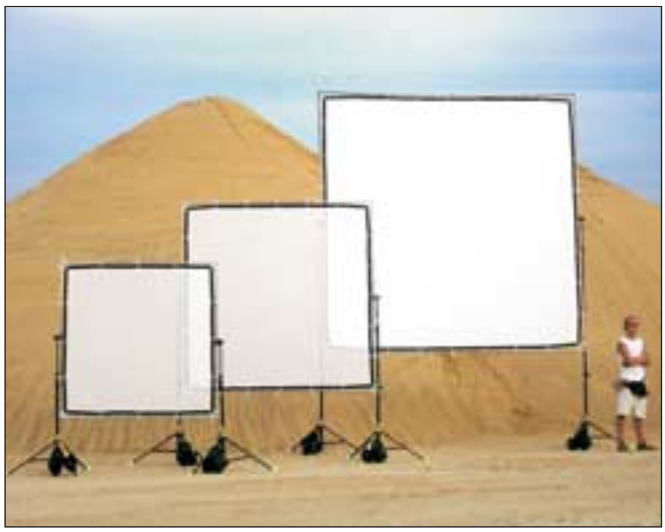
d-TFS produziert Prints in nie dagewesener Qualität

Das perfekte Zusammenwirken von hochpräzisen Scan- und Belichtungstechnologien mit der Imaging-Intelligenz von d-TFS ermöglicht, daß Bilder von Filmen und digitalen Kameras vollautomatisch in nie dagewesener Qualität hergestellt werden können. Damm: „Mit d-TFS hat Agfa somit einen neuen Meilenstein in der Print-Technologie gesetzt, einen Meilenstein für automatisch beste Bilder!“

California Sunbounce zeigt verschiedene Neuheiten

Schattenspender für Profis

Unter der Bezeichnung Sun-Scrim präsentiert California Sunbounce auf der photokina ein neues Rahmensystem für Outdoorfotografen, Videofilmer und Filmproduktionen. Mit Sun-Scrim können diese Anwender auf die gleichen außergewöhnlichen Hilfsmittel zugreifen, die bei Hollywood-Filmern schon seit vielen Jahren zur Standardausrüstung zählen –



allerdings optimiert für den modernen und zeitgemäßen Einsatz. Außerdem konnte aufgrund der intelligenten Konstruktion das Gewicht auf ein Minimum reduziert werden.
California Sunbounce beschreitet nach eigenen Angaben bei der Fertigung völlig neue Wege: Ähnlich dem Angelrutenprinzip sind die Rahmen nur an den Stellen besonders stark, an denen es unerläßlich ist – und zwar nur in der jeweiligen Mittelsektion. Nach außen hin wird der Rahmen immer leichter, da er an diesen Stellen nicht so hohen Belastungen ausgesetzt ist. So finden lediglich in den stark beanspruchten Mittelteilen Stahl und zu den Enden hin leichtes hochwertiges Aluminium Verwendung.
Die leichten und dennoch extrem stabilen Sun-Scrim Rahmen sind in den Größen 180 x 180 cm, 240 x 240 cm, 360 x 360 cm, 480 x 480 und 600 x 600 cm erhältlich. Aufgrund ihrer unterschiedlichen Größen lassen sie sich für eine große Zahl von Aufnahmesituationen einsetzen. Bei den Rahmen bis 3,60 Meter ist kein Teil länger als 135 cm, so daß sich das Equipment leicht in Tragetaschen oder Rollerbags unterbringen und bequem transportieren läßt.
Neben der ungewöhnlichen Rahmenkonstruktion fällt Sun-Scrim auch durch die Stoffe auf, die bei den Bespannungen zum Einsatz kommen. Als einer der wenigen Anbieter liefert California Sunbounce die meisten Stoffe bis zu fünf Meter ohne Naht, einige Stoffe sogar bis zu 620 cm. So wird auch bei großen Flächen eine gleichmäßige Schattenwirkung ohne störenden Schattenbalken der Naht gewährleistet.
Zu den Sun-Scrim Rahmen gibt es unter anderem folgende Bespannungen: Weiß, Schwarz, Nessel warm (Reflexion wie von einer Hauswand im Süden), diverse Netze, Diffusoren mit Reduktion von 1/3-, 2/3- und 1/1-Blende sowie Blue- und Green-Box-Material für digitale Aufgabenstellungen.
Ebenfalls neu bei California Sunbounce ist der Sun-Swatter BIG. Dessen Diffusorfläche von rund fünf Quadratmetern in Verbindung mit einer offenen U-Konstruktion soll Fotografen und Filmern vollkommen neue Möglichkeiten erschließen. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um große Modeproduktionen am Strand von Miami handelt oder um eine Hochzeitsreportage im Stadtpark – die Einsatzmöglichkeiten des mobilen Schattenspenders sind laut Hersteller so vielseitig wie die Aufgabenstellungen bei Outdoor-Shootings.
Der große Sun-Swatter stellt im wahrsten Sinne „alles in den Schatten“ – selbst liegende Personen oder kleine Gruppen. Mit seiner Größe von 190 x 245 cm ist der Sun-Swatter BIG doppelt so groß wie sein kleinerer Bruder. Die Handhabung bleibt aber so einfach wie bei dem bereits etablierten Modell: Auch ungeübte Personen kommen mit der „Sonnenklatsche“ schnell zurecht. Mit wenigen Handgriffen kann der Sun-Swatter BIG auch an allen handelsüblichen Leuchtenstativen befestigt werden.
Mit dem auf 3,5 Meter ausziehbaren Galgen „Boomstick“ läßt sich der Sun-Swatter außerhalb des Motivs plazieren, und bei Bedarf kann man den Bewegungen des Models folgen. Kein Teil ist länger als 135 cm, deshalb läßt sich der Sun-Swatter leicht verpacken.
Die Diffusorbespannung, die es in zwei unterschiedlichen Ausführungen (Reduktion von 1/3 und 2/3 Blende) gibt, hat

keine störenden Nähte. Dank der offenen U-Konstruktion des Rahmens entsteht an der offenen Seite kein störender Schattenbalken, so daß der Übergang von „Schatten“ zu „Licht“ ohne schwarzen Schatten möglich ist.
Der neue Schattenspender, der rund 1.900 Gramm wiegt, ist voll mit dem mobilen Licht-Equipment, bestehend aus Reflektoren, Diffusoren und Lichtabhaltern von California Sunbounce, kompatibel.

NACHTRAG 2

Alle Produkte, die in diesen Katalogen angeboten werden, finden Sie ebenso wie die über diese Nachträge vorgestellten Neuheiten im Internet unter:

www.cat-verlag.de

Digital-Shop

Fujifilm Digitalkameras mit xD-Picture Card

Die fünf neuen FinePix Modelle nutzen alle die neue von Fuji Photo Film Co. Ltd. und Olympus Optical Co. Ltd. entwickelte xD-Picture Card in den Varianten 16 MB, 32 MB, 64 MB und 128 MB. Fotoabzüge können davon genau so einfach erstellt werden wie von anderen Digitalkameras, denn die xD-Picture Card ist kompatibel mit vielen digitalen Geräten. Hierzu steht ab Herbst eine komplette Infrastruktur zur Verfügung. Anwender können wählen zwischen dem Ausdruck der Bilder auf dem eigenen Drucker zu Hause, oder sie können im Handel Fotos bestellen wie seit Jahren vom Film gewohnt.

FinePix A202

Die FinePix A202 ist leicht und kompakt, wiegt nicht mehr als 132 Gramm und ist besonders einfach zu handhaben

Technische Daten:

CCD:	1/2,7-Zoll-CCD mit 2,0 Mio. effekt. Pixeln
Auflösung:	1600 x 1200 / 1280 x 960 / 640 x 480 Pixel
Farbtiefe:	24 Bit
Dateiformat:	JPEG mit 3 Komprimierungsstufen (Fine/Normal/Basic)
Speichermedium:	xD-Picture Card 3,3 Volt (16-128 MB)
Objektivbrennweite:	entspricht 36 mm bei KB Kameras
Scharfstellung:	Fixfokus, 80 cm bis unendlich, Makro: ca. 8 bis 13 cm
Verschluß:	1/2 - 1/1000 s
Sucher:	Optischer Sucher, LCD-Monitor
Belichtungssteuer.:	Programmautomatik (AE)
Empfindlichkeit:	Entspricht ISO 100
Weißabgleich:	Auto/Manuell (6 Einstellungen)
Lichtmessung:	TTL-Messung in 64 Zonen
Blitz:	Automatikblitz mit Steuersensor, bis 3 m
LCD-Monitor:	1,6-Zoll-D-TFD-Farbmonitor mit 55.000 Pix.
Schnittstellen:	USB, DC-Eingang
Stromversorgung:	2 Mignon-Batterien, Netzadapter optional
Maße (BxHxT):	98,5 x 64,5 x 40,5 mm
Gewicht:	ca. 200 g (inkl. Batterien u. xD-Karte)
Funktionen:	Selbstauslöser, Slows-Synchro (Nachtaufnahmemodus), Belichtungskorrektur, Wiedergabe: Einzelbild, 9er-Mehrfachbild, Bildsicherung, DPOF-Einstellung, Videokonferenz, Videoaufzeichnung
Systemvoraussetzungen:	Win 98 (auch SE), Windows 2000, Windows ME, Windows XP, MacOS
Zubehör:	(im Lieferumfang) 16 MB xD-Speicherkarte, 2 AA-Batterien, Handschlaufe, USB-Kabel, CD-ROM, Handbuch

FinePix A203/FinePix A303

Vom Design her sind die FinePix A203 und A303 praktisch Zwillinge im formschönen Gehäuse, leicht und kompakt, mit 2,1 (A203) oder 3,2 Millionen (A303) effektiv genutzten Pixeln. Die Kameras gehören zu den ersten überhaupt, welche die xD-Picture Card nutzen. Automatischer Weißabgleich, automatische Motiverkennung sowie Automatikfunktionen bei Belichtung und Blitzsteuerung, Nahaufnahmen über Makrofunktion ab 10 cm sind weitere technische Highlights. Per USB erfolgt die Bildübertragung auf den Computer.

Technische Daten:

CCD A203:	1/2,7 Zoll-CCD mit 2,1 Mio. effektiven Pixeln
CCD A303:	1/2,7 Zoll-CCD mit 3,2 Mio. effektiven Pixeln
Auflösung A203:	600 x 1200, 1280 x 960, 640 x 480 Pixel
Auflösung A303:	2048 x 1536, 1600 x 1200, 1280 x 960 Pixel
Farbtiefe:	24 Bit
Dateiformat:	JPEG (Exif) mit 3 Komprimierungsstuf., AVI
Speichermedium:	xD-Picture Card (3,3 Volt 16 - 128 MB)
Objektiv:	5,7-17,1 mm, entspricht 38-114 mm bei KB-Kameras

Scharfstellung: Autofokus
Schärfebereich: Normal: 60 cm - ∞, Makro: 10 - 80 cm
Verschluß: 1/2 - 1/2000s
Sucher: Optischer Sucher, LCD-Monitor
Belichtungssteuer.: Programmautomatik (AE)
Empfindlichkeit: Entspricht ISO 100
Weißabgleich: Auto/Manuell (6 Einstellungen)
Lichtmessung: TTL-Messung in 64 Zonen
Blitz: Automatikblitz mit Steuersensor bis 3 m
Monitor: 1,5-Zoll-LCD-Farbmonitor mit 60.000 Pix.
Schnittstellen: USB, DC-Eingang (AC-3V)
Stromversorgung: 2 Mignon-Batterien, Netzadapter optional
Maße (BxHxT): 98,5 x 64,5 x 40,5 mm
Gewicht: ca. 200 g (inkl. Akkus und xD-Picture Card)
Funktionen: Digitaler 2,5-fach-Zoom, Selbstauslöser, Slows-Synchro (Nachtaufnahmemodus), Belichtungskorrektur, Wiedergabe: Einzelbild, 9er-Mehrfachbild, Bildsicherung, DPOF-Einstellung, Webcam, Videofunktion
Systemvoraussetzungen: Windows 98 (inkl. SE), Windows ME, Windows 2000, Windows XP, Macintosh
Zubehör: (im Lieferumfang) 2 x AA-Batterien, 16 MB xD-Picture Card, USB-Kabel, CD-ROM

FinePix A204

Kompakte Digitalkamera mit der neuen xD-Picture Card für Fotos in der beliebten Größe 10 x 15 cm. Sie verfügt über einen 2,0 Millionen Pixel CCD Sensor und ein leistungsstarkes Super EBC Fujinon-Objektiv mit optischem 3-fach Zoom.

Technische Daten:
CCD: 1/2,7 Zoll-CCD mit 2,0 Mio. effektiven Pixeln
Auflösung: 1600 x 1200, 1280 x 960, 640 x 480 Pixel
Farbtiefe: 24 Bit
Dateiformat: JPEG (Exif) mit 3 Komprimierungsstuf., AVI
Speichermedium: xD-Picture Card (3,3 Volt, 16-128 MB)
Objektiv: 3,5-8,7/6-18 mm, entspricht 38-114 mm bei KB-Kameras
Scharfstellung: Autofokus
Schärfebereich: Normal: 80 cm - ∞, Makro: 10 - 80 cm
Sucher: Optischer Echtbildsucher, LCD-Monitor
Belichtungssteuer.: Programmautomatik (AE)
Empfindlichkeit: Entspricht ISO 100
Weißabgleich: Auto/Manuell (6 Einstellungen)
Lichtmessung: TTL-Messung in 64 Zonen
Blitz: Automatikblitz mit Steuersensor bis 3 m
LCD-Monitor: 1,5-Zoll-LCD-Farbmonitor mit 55.000 Pix.
Schnittstellen: USB, DC-Eingang (AC-5V)
Stromversorgung: 2 x Mignon-Batterien, Netzadapter optional
Maße (BxHxT): 100,4 x 65 x 51,7 mm
Gewicht: 240 g (inkl. Batterien und xD-Picture Card)
Funktionen: Digitaler Zoom, Selbstauslöser, Slows-Synchro (Nachtaufnahmemodus), Belichtungskorrektur, Wiedergabe: Einzelbild, 9er-Mehrfachbild, Bildsicherung, DPOF-Einstellung, Webcam, Videofunktion
Systemvoraussetzungen: Windows 98 (inkl. SE), Windows ME, Windows 2000, Windows XP, Macintosh
Zubehör: (im Lieferumfang) 2 x AA-Batterien, 16 MB xD-Picture Card, USB-Kabel, CD-ROM

FinePix S304

Mit dem 3,24 Millionen Pixel CCD Sensor und dem leistungsfähigen Fujinon-Objektiv mit optischem 6-fach Zoom und 19,2-fachem Digitalzoom liefert die FinePix S304 beste Fotoqualität der digitalen Daten. Die Kamera kann mit Tele- oder Weitwinkel-Objektivvorsätzen ausgestattet werden. Außerdem können 30 Sek. lange Sprachnotizen zum Foto aufgenommen werden. Diese audiovisuelle Kombination kann dann auch als Gruß per E-Mail verschickt werden.

Technische Daten:
CCD: 1/2,7 Zoll-CCD mit 3,24 Mio. effektiven Pix.
Auflösung: 2048 x 1536, 1600 x 1200, 1280 x 960, 640 x 480 Pixel
Farbtiefe: 24 Bit
Dateiformat: JPEG (Exif) mit 3 Komprimierungsstuf., AVI
Speichermedium: xD-Picture Card (3,3 Volt, 16-128 MB)
Objektiv: 2,8-4,8-8,2/6-36 mm, entspricht 38-228 mm bei KB-Kameras
Scharfstellung: AF
Schärfebereich: Normal: 80 cm - ∞, Makro: 10 - 80 cm
Sucher: EVF (0,33 Zoll mit 110.000 Pixeln), LCD-Monitor
Belichtungssteuer.: Programmautomatik (AE), Blendenvorwahl
Empfindlichkeit: Entspricht ISO 100
Weißabgleich: Auto/Manuell (6 Einstellungen)
Lichtmessung: TTL-Messung in 64 Zonen
Blitz: Automatikblitz mit Steuersensor bis 3 m
LCD-Monitor: 1,8-Zoll-Amorph-TFT LCD-Monitor mit 62.000 Pixeln
Schnittstellen: USB, DC-Eingang
Stromversorgung: 4 Mignon-Batterien, Netzadapter optional, Power-Pack optional
Maße (BxHxT): 99,7 x 77,3 x 69,3 mm
Gewicht: 437 g (mit Batterien und xD-Picture Card)
Funktionen: Digitaler-Zoom, Selbstauslöser, Slows-Synchro (Nachtaufnahmemodus), Belichtungskorrektur, Wiedergabe: Einzelbild, 9er-Mehrfachbild, Bildsicherung, DPOF-Einstellung, Video inkl. Ton, EVF
Systemvoraussetzungen: Windows 98, Windows Me, Windows 2000, Windows XP, Macintosh
Zubehör: (im Lieferumfang) 16 MB xD-Picture Card, USB-Kabel, CD-ROM, AA-Batterien

Olympus Camedia C-720 Ultra Zoom

Digitalkamera mit 1,5 Zoll Farb-TFT-LCD-Anzeige.

Technische Daten:

Pixel effektiv:	3,0 Millionen Pixel
Speicher:	Auswechselbare 3 V (3,3 V) Smart-Media-™-(SSFDC) Karte (4, 8, 16, 32, 64 und 128 MB)
Aufzeichnung:	Standbild: JPEG (mit DCF), TIFF (nicht komprimiert), DPOF-Unterstützung Videobild: QuickTime Motion JPEG
Bildsensor:	1/2,5 Zoll CCD mit 3,34 Millionen Pixeln, RGB-Filter, Interlaced Scan
Weißabgleich:	iESP, vollautomatisch TTL, manuell
Objektiv:	8fach Zoomobjektiv 2,8-3,4/6,4-51,2 mm, entspricht 40-320 mm bei KB-Kameras
Digitaltele:	Stufenlos 1fach - 3fach
Belichtungsmess.:	Digitales ESP-Meßsystem mit Bildsensor, Spotmessung und Belichtungsspeicherung
Belichtungssteuer.:	Programmautomatik, automatische Blenden- und Verschlußvorwahl 8 – 1/1000 Sek. und B, Belichtungsspeicherung möglich
Scharfstellung:	TTL System Autofokus
Aufnahmebereich:	Standard: Weitwinkel 0,6 m – unendlich; Tele 2 m – unendlich
Nahaufnahme:	Weitwinkel 0,1 – 0,6 m; Tele 1 – 2 m
Empfindlichkeit:	Automatisch oder manuell einstellbar, äquivalent zu ISO 100, 200, u. 400 wählbar
Sucher:	0,5 Zoll LCD-Anzeige (elektr. Sucher) mit 110.000 Pixeln
LCD-Anzeige:	1,5 Zoll Farb-TFT-LCD-Anzeige mit 114.000 Pixeln; Helligkeitsregulierung
Blitz:	Eingebauter Blitz
Blitzfunktionen:	Auto (automatische Blitzzuschaltung), Reduktion des „Rote-Augen-Effekts“, Off (kein Blitz), Fill-in (Zwangsaktivierung), Langzeitsynchronisation
Blitzreichweite:	Weitwinkel: ca. 0,1 m – 5,5 m; Tele: ca. 1 m – 4,5 m (bei ISO 100)
Sequenzmodus:	HQ-Modus: bis zu 5 Sequenzaufnahmen bei ca. 1,2 B/Sek. (außer TIFF-Format)
Wiedergabefunkt.:	Wiedergabe mit Ausschnittsvergrößerung, Index (4, 9, 16 Bilder auf einer Seite), Bilddrehung
Standbildbearbeit.:	Resize, Sepia- und Schwarzweiß-Modus
Video-Bearbeitung:	Schnitt und Index möglich
Selbstauslöser:	ca. 12 Sek. Auslöseverzögerung
Exter. Anschlüsse:	DC-Eingang, USB-Anschluß (AutoConnect), Videoausgang (PAL)
Stromversorgung:	4 x Mignon-Batterien / 2 x CR-V3 Batterien (Mangan-Batterien sind nicht verwendbar) Optional: AC-Adapter (6V)
Kalendersystem:	Bis zum Jahr 2030 programmiert
Abmessungen:	76,0 (H) x 107,5 (B) x 77,5 (T) mm
Gewicht:	315 g (ohne Batt. und SmartMedia-Karte)

Olympus Camedia C-4000 Zoom

Digitalkamera mit 4,5 cm/1,8 Zoll Farb-TFT-LCD-Anzeige.

Technische Daten:

Pixel effektiv:	4,0 Millionen Pixel
Speicher:	Auswechselbare 3 V (3,3 V) SmartMedia-(SSFDC) Karte (4, 8, 16, 32, 64 u. 128 MB)
Aufzeichnung:	Standbild: JPEG (mit DCF), TIFF (nicht komprimiert), DPOF-Unterstützung
Bildsensor:	1/1,8 Zoll CCD, 4,13 Millionen Pixel
Weißabgleich:	iESP II, vollautomatisch TTL, manuell
Objektiv:	3fach Zoomobjektiv 2,8/6,5-19,5 mm, entspricht 32-96 mm bei KB-Kamera
Digital-Tele:	Stufenlos 1fach – 3,5fach
Belichtungsmess.:	Digitales ESP-Meßsystem mit Bildsensor, Spot- und Multispotmessung, Belichtungsspeicherung möglich
Belichtungssteuer.:	Programmautomatik, automatische Blenden- und Verschlußvorwahl 16 – 1/1.000 Sek.
Aufnahmeprogram.:	Vollautomatisch, Landschaften, Selbstporträt, Nachtaufnahme, Sport, Landschafts-Porträtaufnahmen und Porträt
Scharfstellung:	TTL System-iESP Autofokus 0,2 m – ∞, manuelle Scharfstellung möglich
Empfindlichkeit:	Automatisch oder manuell einstellbar, äquivalent zu ISO 100, 200 u. 400 wählbar
Sucher:	Optischer Realbild-Sucher, LCD-Anzeige
LCD-Anzeige:	1,8 Zoll Farb-TFT-LCD-Anzeige mit 110.000 Pixeln; Helligkeitsregulierung
Blitz:	Eingebauter Blitz
Blitzfunktionen:	AUTO (automatische Blitzzuschaltung), Reduktion des „Rote-Augen-Effekts“, OFF (Blitz aus), FILL-IN (Aufhellblitz), Langzeitsynchronisation
Blitzreichweite:	Weitwinkel: ca. 0,8 – 3,6 m; Tele: ca. 0,2 – 3,6 m (ISO 100).
Aufnahmefunktion.:	„2 in 1-Funktion (zwei nacheinander aufgenommene „Halbbilder“ werden zu einem montiert)
Wiedergabefunkt.:	Wiedergabe mit Ausschnittsvergrößerung, Index (4, 9, 16 Bilder auf einer Seite), Bilddrehung
Bildeffekte:	Sepia-, Schwarzweiß-, schwarzer und weißer Hintergrund-Modus, Bildgröße ändern, Ausschnittvergrößerung
Videobearbeitung:	Schnitt und Index
Selbstauslöser:	ca. 12 Sek. Auslöseverzögerung.
Exter. Anschlüsse:	DC-Eingang, USB-Anschluß, Videoausgang (PAL) und externes Blitzgerät
Stromversorgung:	4 x Mignon-Batterien / 2 x CR-V3 Batterien (Mangan-Batterien sind nicht verwendbar) Optional: AC-Adapter (6V)
Kalendersystem:	Bis zum Jahr 2031 programmiert
Abmessungen:	76,5 (H) x 109,5 (B) x 66,5 (T) mm
Gewicht:	295 g (ohne Batt. und Smart Media-Karte)

Pentax Optio 330RS 430RS

Ultra-kompakte Digitalkameras mit 3,2/4,0 Megapixeln

- Großer 3-fach optischer Zoombereich
- Elegantes Edelstahlgehäuse
- Videosequenzen (max 30 s. bei 15 Bildern/s)
- Intervall-Aufnahme-Funktion für Zeitrafferwiedergabe
- 3D-Aufnahme-Funktion
- Einfache Bedienung über Vierwegeregler

Technische Daten:

Objektiv:	7,6 – 22,8 mm / 2,6 ~ 4,8 (ca. 37 – 111 mm bei 35 mm Film) 3-fach optischer Zoom, 1x–2x Digitalzoom
CCD 330RS:	3,34 Megapixel total, 3,2 Megapixel effektiv
CCD 430RS:	4,13 Megapixel total, 4,0 Megapixel effektiv
Farbtiefe:	10 Bit x 3 Farben
Videoaufnahmen:	320 x 240 (AVI) 15 s
Dateiformate:	JPEG (Exif 2.2), DCF, DPOF
Speichermedien:	Compact Flash (CF) Type I, eingebauter 11 MB Speicher
Sucher:	Optischer Realbild-Zoomsucher
Monitor:	1,6 Zoll TFT-Farb-LCD-Feld, 100% Sucherbild, Auflösung 80.000 Pixel
Schärfe:	Passives 7-Punkt Phasenvergleichs-Autofokussystem, umschaltbar auf Landschaftseinstellung (∞) und Spot-AF, manueller Fokus möglich von 40 cm – ∞ (im Autofokus Normalbereich) 14 cm – 50 cm im Makrobereich 14 cm – ∞ bei Manuell
Belichtung:	TTL-Belichtungsmessung umschaltbar zwischen Mehrfeldmessung, mittenbetonte Messung, Spotmessung
Programmautom.:	Nachtprogramm, Manuell
Verschlußzeiten:	stufenlos von 4 s bis 1/2000 s
Empfindlichkeit:	automatisch (ISO 100 – 200)
Weißabgleich:	Automatisch, Tageslicht, Kunstlicht, Schatten, Neonlicht und manuell
Farbeinstellungen:	Farbe, Schwarz-Weiß und Sepia, rot, pink, gelb, grün, blau, purpur, Slimfilter (Effektfilter - macht Motiv schmaler oder breiter)
Aufnahmearten:	Einzelbild, Serienaufnahmen, Videomodus, Selbstauslöserbetrieb, Fernbedienung (optional erhältlich), 3D-Aufnahme
Blitz:	Automatische Zuschaltung, manuell zu- und abschaltbar, Langzeitsynchronisation, Reduzierung des „Rote-Augen-Effektes“, Blitzaufhellung bei Nachtprogramm
Stromversorgung:	Wiederaufladbarer Lithium-Ionen-Akku Netzgerät (optional erhältlich)
Abmessungen:	92 x 59 x 32 mm (B x H x T)
Gewicht:	200 g (ohne Akku und Karte)
Systemvoraussetz.:	PC: Windows 98/98SE, Windows 2000 mit DirectX 8.0: Me und XP mit Media Player Mac: OS 8.6 oder höher
Anschlüsse:	USB, AC-Adapter (optional erhältlich)

Nikon Coolpix 5700

Nikons Flaggschiff der digitalen Kompaktklasse

Technische Daten:

Effektive Auflösung:	5,0 Millionen Pixel
CCD-Sensor:	hochauflösende 0,67-Zoll-CCD; Gesamtpixelanzahl: 5,24 Megapixel
Objektiv:	8fach-Zoom-Nikkor, 2,8-4,2/8,9–71,2 mm (entspricht 35 bis 280 mm bei Kleinbild)
Digitalzoom:	bis 4fache Vergrößerung
Autofokus (AF):	TTL-Kontrasterkennung, Schärfebereich 50 cm – ∞; Makroaufnahmen und manuelle Scharfeinstellung: 3 cm – ∞
Messfelder:	Multi-Autofokus mit 5 Meßfeldern; AF-Spotmessung wählbar
Sucher:	Farb-LCD-Sucher mit 180.000 Punkten
Monitor:	TFT-Display mit 110.000 Punkten
Speichermedien:	CompactFlash-Karten vom Typ I und II und Microdrive (512 MB, 1 GB)
Dateiformate:	Komprimiert: JPEG-Baseline Unkomprimiert: NEF RGB-TIFF (bei Bildqualität „Hoch“)
Filmsequenzen:	QuickTime
Belichtung:	4 TTL-Meßcharakteristika: 256-Segmentmatrix, Spotmessung, mittenbetont, AF-Spotmessung
Belichtungssteuer.:	Programmautomatik mit Programmverschiebung, Blendenautomatik, Zeitautomatik, manuell
Verschlußzeiten:	8 bis 1/4.000 Sekunde; Langzeitbelichtung bis 5 Minuten
Empfindlichkeit:	entspricht ISO 100, 200, 400 und 800; Automatik wählbar
Selbstauslöser:	10 Sekunden oder 3 Sekunden Vorlaufzeit
Blitzgerät:	eingebaut, kompatible Blitzgeräte Nikon SB-80DX, 50DX, 30, 28DX, 28, 26, 25, 24, 22 und 22s
Zubehörschuh:	ISO-Standard, mit Sicherungspaßloch
Synchronkontakt:	nur X-Kontakt
Schnittstelle:	USB
Videoausgang:	PAL oder NTSC wählbar
Stromversorgung:	Lithium-Ionen-Akku Nikon EN-EL1 oder 6-Volt-Lithium-Batterie vom Typ 2CR5 (DL245) (als Zubehör erhältlich); Batterieteil MB-E5700 für sechs 1,5-Volt-Batterien (LR6, AA) als Zubehör erhältlich; Netzadapter EH-21 mit integriertem Akkuladegerät (als Zubehör erhältlich) Netzadapter EH-53 (als Zubehör erhältlich)
Abmessungen:	76 x 108 x 102 mm (H x B x T)
Gewicht:	ca. 480 g (ohne Akku und Speicherkarte)

www.fotolabor.de ● 0228-623177

GAF Vertragswerkstatt **WW**

Service für:
Kameras
Objektive
Filmkameras
Dia-Projektoren
Schmalfilm-Projektoren
aller Systeme

Film- + Fototechnik

Wolfgang Würz
Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Telefon/Fax (0 22 03) 12 136

BLITZ AB!
Der neue FE 300
Studio-Kompaktblitz
Ein Primus in Preis+Leistung

- 300 Watt/Sek.
- Unglaublich preiswert
- Stufenlos von 1/1-1/8 regelbar
- Einstelllicht proportional dazu
- Fernauslösung durch IR-Fotozelle

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

Reparatur-Service-Foto-Film-Video-Blitz-Dia-AutoLab
nass
GmbH & Co KG
foto · video · elektronik
Feldstrasse 4 · 30171 Hannover
Tel.: 0511 - 80 40 07 · Fax: 0511 - 88 99 50
KINDERMANN Nikon JOBO
Rollei fototechnic Leica SONY Camcorder

Camera Reparatur Service GmbH

Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrather Weg 25
41366 Schwalmtal - Waldniel

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

Gute und preiswerte Color-Chrom-
Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK
Einbildkarte nach Dia € 110,-
2-4 Bildkarte nach Dia € 165,-
-incl. Proof-Andruck-

Auflagendruck
1500er Aufl. € 60,- p.1000 St.
3000er Aufl. € 45,- p.1000 St.
5000er Aufl. € 40,- p.1000 St.
10000er Aufl. € 35,- p.1000 St.
+ MwSt. u. Versandkosten

Fordern Sie die Unterlagen an:
WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn
Tel: 0 52 51 / 6 26 14 • Fax: 6 50 46 • E-Mail: Klocke-Verlag@web.de

FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren
Videoüberspielungen
Videokopien - Normwandlung
VHS - Serienkopien
CD / DVD - Videokopien

alle Formate
8,9.5,16 mm Filme
alle Systeme
enorm preisgünstig
schnell und preiswert

CHRIS-Filmtechnik GmbH Tel./Fax (089) 3 19 41 30
Frühlingstr. 67, 85386 ECHING bei München

Studiohintergründe
Effektmaterialien
Abrollsysteme
Fototribünen
Requisiten

Fancy Posh Studiorequisiten GmbH
Joh.-Seltmann-Str. 10, 92648 Vohenstrauß
Tel. 09651 / 91504, Fax 09651 / 91505
www.fancy-posh.com

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
für Sucherkameras und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen
BOWENS TRADING GMBH 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-fotogerate-service@t-online.de
Mehr Info's über uns: www.paepke-fototechnik.de

Kameraservice SCHÄFER OHG

Hausanschrift
Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

Postfachanschrift
Postfach 2767
65017 Wiesbaden

Telefon 0611 / 3 96 79
Telefax 0611 / 37 81 73

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

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

Kleinanzeigen • Angebote

Säulenstativ Mod. 170
- solide
- günstig

Lumpp
Feinwerktechnik
Tel. 07121/52456

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

Einwegkameras
www.cosmos-foto.de

Foto-Aktienkurse

		11.09.2002	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa	EUR	19,25	16,8	12,8	19,5
Bayer	EUR	21,76	23,72	20,75	40,79
Canon	YEN	4.030	4.160	3.150	5.250
Casio	YEN	629	637	410	740
CeWeColor	EUR	14,85	13,25	10,28	15,8
Dow Chemical	USD	30	29,5	23,66	38,67
Du Pont	USD	40,81	41,28	32,64	49,8
Eastman Kodak	USD	29,1	30,03	24,4	44,85
Fujifilm	YEN	3.670	3.640	3.320	4.720
Gevaert	EUR	48	57,38	23	48,1
Gretag Imaging	CHF	1,85	4,24	1,5	14,45
Hewlett-Packard	USD	14,16	14,89	10,75	24,12
Hitachi	YEN	634	653	592	1.008
ICI	GBP	243	204	205,98	363,16
Imation	USD	31,23	31,6	17,52	34,4
Jenoptik	EUR	14	16	13,5	23,6
Konica	YEN	773	712	560	926
Kyocera	YEN	8.480	8.570	7.000	10.390
Leica	EUR	5,26	5,74	5	8,8
Lintec Computer	EUR	1,4	1,65	1,2	7,7
Minolta Camera	YEN	347	265	92	403
Olympus	YEN	1.713	1.600	1.445	1.970
PixelNet	EUR	0,18	0,3	0,13	5,35
Polaroid	USD	0,019	0,02	0,011	1,14
Samsung	EUR	71,25	70,7	49,75	95,45
Sharp	YEN	1.218	1.265	999	1.868
Sony	YEN	5.240	5.120	3.960	7.530
Spector	EUR	10,23	10,40	6,13	14,6
Toshiba	YEN	405	412	373	611
Varta	EUR	19	18,85	12,85	21,3

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Wir bieten
Foto-/Journalisten
(auch freiberufl. u. Berufsanfänger) und Verlagen Hilfe durch Vermittlungsdatei, Fachliteratur und -informationen, u.U. Ausstellung eines Presseausweises, Beratung, Unfallschutz, Internetforum, Medienversorgung und mehr.
Kostenlose Informationen:
DPV Deutscher Presse Verband e.V.
Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg
Tel.: 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79
e-mail: dpv.hh@dpv.org • www.dpv.org

Studiolicht und Zubehör
www.ccs-licht.de

Ankauf – Verkauf
gebrauchter Fotogeräte, Minilabs und Laborgeräte.
Fotoservice Jungkunz
Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81,
Mobil 01 71/2 68 83 30

Fotofachlabor mit Studio
in Düsseldorf aus Altersgründen zu guten Konditionen abzugeben. Wohnung im Haus kann übernommen werden. Günstig auch für Existenzgründer.
Chiffre 12122510

Wir verkaufen
1 Fuji Pictrography 3000,
1 Müllersohn Autochromat 7,
1 Tischentwicklung Metaform,
Preis VB - guter Zustand.
Fotostudio Spelda
Tel. 03 62 59/6 20 61

Digitales Videoportrait gebraucht
4 Jahre alt. Neupreis DM 24.000. 1a Zustand, absolute Fotoqualität von Paß,-Bew.-Fotos bis 9x13, **wegen Ruhezustand nur EUR 6.500,–.**
Info Fax. 07825 / 9718

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studiotechnik
Mit Verlegerbeilage „Der Handel"

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

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

Redaktion:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Birgit Hölker, M.A.
Lidija Mizdrak, M.A.
Dipl. Journ. Herbert Päge
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:
Theo Six

Redaktion profi-contact:
Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:
Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff, Ulrich Vielmuth

Anzeigen:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 29 v. 1. Januar 2002

Layout und Herstellung:
Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach, Theo Six

Vertrieb:
Silke Gräßel

Satz- und Repro:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:
Druckerei Franz W. Wesel, Baden-Baden

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.
Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:
imaging+foto-contact erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.
Der Abonnementspreis beträgt:
Inland: 38,50 € jährlich
Ausland: 60,00 € jährlich
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

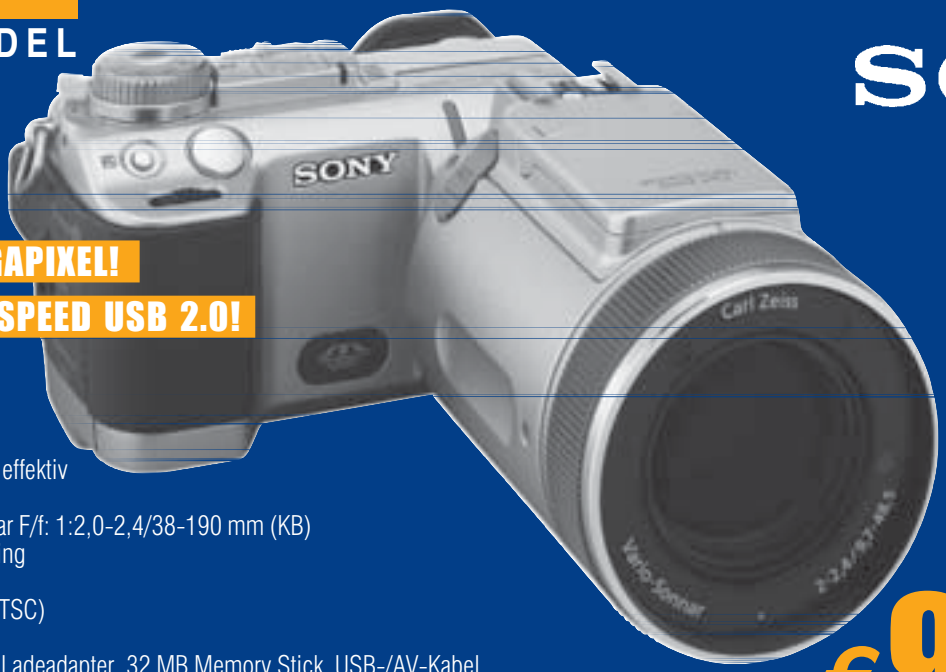
ISSN: 1430-1121

Digital Imaging

DGH GROSSHANDEL

photokina-Neuheiten!

SONY



5 MEGAPIXEL!

HIGH SPEED USB 2.0!

SONY DSC-F 717

- 5,2 Mio. Pixel, 5 Mio. effektiv
- 2/3" Super HAD CCD
- Carl Zeiss Vario Sonnar F/f: 1:2,0-2,4/38-190 mm (KB)
- NightShot/NightFraming
- Slot für Memory Stick
- AV-Anschluß (PAL/NTSC)
- High Speed USB 2.0
- Inkl. Akku NP-FM 50, Ladeadapter, 32 MB Memory Stick, USB-/AV-Kabel.

Bestellnr. 460423

€ 939,-

300° schwenkbar

4 MEGAPIXEL!

Abb. DSC-FX 77

SONY DSC-F 77

- 4,1 Mio. Pixel, 4 Mio. effektiv
- Schwenkbares Carl Zeiss Distagon (0-300° rotierend)
- Festbrennweite 1:2,8/37 mm
- Sprachnotiz-, E-Mail-Modus
- Slot für Memory Stick
- Multifunktionale Dockingstation m. USB-/AV-Ausgang u. Ladefunktion
- Inkl. Akku NP-FC 10, 16 MB Memory Stick, Dockingstation.

Bestellnr. 460283

€ 435,-

SONY DSC-FX 77

Ausstattung wie DSC-F 77 jedoch zusätzlich mit Bluetoothfunktion

Bestellnr. 460276

€ 505,-

1,3 MEGAPIXEL!

ALUMINIUM GEHÄUSE!

SONY DSC-U 10

- 1,3 Mio. Pixel, Auflösung 1.280x960 Pixel
- 2,8/33 mm Brennweite
- Slot für Memory Stick, 8 MB inkl.
- USB-Schnittstelle
- Maße (BxHxT): 85 x 40 x 29 mm
- Gewicht: 113 g (inkl. Batt.)
- Inkl. 2 Nickel-Metallhydrid-Batterien, Ladegerät BC-CS1, Neckstrap, USB-Kabel, umfangr. Softwarepaket.

Bestellnr. 458 701

€ 209,-

Verboten schnell. Verboten gut.

www.dgh.de

Preise netto zzgl. gesetzl. MwSt.

DGH Großhandel für Digital Imaging • Foto • Video • Audio • Electronic • Postfach 54 26 • 97004 Würzburg • Tel. 09 31 - 9 70 84 44 • Fax 09 31 - 9 70 84 22

9.791 Abonnenten (IVW 2/2002)

lesen Monat für Monat imaging+foto-contact – die größte Fachzeitschrift der Fotobranche – mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.

Zusätzlich zur regulären Auflage erhalten alle in der Handwerksrolle eingetragenen Berufsfotografen imaging+foto-contact, dem profi-contact – das offizielle Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände - beiliegt.

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 10.500 Exemplaren bundesweit (IVW 2/2002). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 10.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50 % gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,– €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,– €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 29 v. 01.01.2002) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im **imaging+foto-contact**:

Kleinanzeige 1-spaltig (40,5 mm breit) zum mm-Preis von 1,21 € x 27 mm Höhe = 32,67 € zzgl. gesetzl. MwSt.

Wir verkaufen
1 B 17-Profifilm, Hängermaschine, 2 Jahre alt -, Preis VB;
1 Schnellfix 007 + Sleever, autom. Diarahmungs- und Eintaschgerät, fast neu - Preis VB.
Fotolabor Muster
Telefon 000/0000000

Wir sind ein gut eingeführtes und erfolgreiches Paß- und Portraitstudio mit Fotofachgeschäft in der City von Essen.
Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir zum nächstmöglichen Termin eine/n

Fotografen/-in

Wenn Sie erfolgsorientiertes Arbeiten gewohnt sind und neben dem kreativen Aspekt auch kaufmännische Belange in Ihre Arbeit einbeziehen können, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Arbeitsproben an

Foto Studio • Rudi-Mustermann-Allee 86 • 01000 Dresden

Kleinanzeige 2-spaltig (87 mm breit) zum mm-Preis von 2,42 € x 36 mm Höhe = 87,12 € DM zzgl.gesetzl. MwSt.

1/9 Seite Kleinanzeige (56 x 85 mm)

zum mm-Preis von 1,61 € x 85 mm hoch = 136,85 € zzgl. gesetzl. MwSt.

---

imaging+foto contact

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 ..... (4,83 € / mm)
Breite 129,5 mm, Höhe ..... (3,62 € / mm)
Breite 87,0 mm, Höhe ..... (2,42 € / mm)
Breite 56,0 mm, Höhe ..... (1,61 € / mm)
Breite 40,5 mm, Höhe ..... (1,21 € / mm)

Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

☐ unter Chiffre (Gebühr: 5,20 €)

☐ 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+fc 10/2002

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: .....

.....

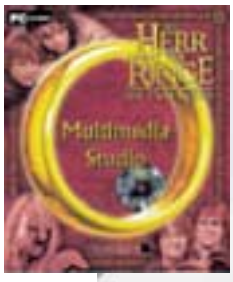
Ort, Datum — Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

Inserenten-Verzeichnis

Inserent	Seite	photokina-Stand					
Agfa	15	Halle	6	Erdg.	Gang A	Stand	1
Bremaphot	11	Halle	8	Oberg.	Gang A	Stand	6
Brückner	103	Halle	11	Oberg.	Gang N	Stand	21
C.A.T.-Verlag	115	Halle	8	Oberg.	Gang A	Stand	6
Canon	130 – 132, 3.U., 4.U.	Halle	2	Oberg.	Gang B/C	Stand	21/20
Casio	83	Halle	5	Erdg.	Gang J	Stand	1
CeWe Color	39						
Dinkel	81	Halle	8	Oberg.	Gang A	Stand	6
eurocolor	89	Halle	5	Erdg.	Gang J	Stand	4
Ferrania	99	Halle	11	Erdg.	Gang B/C	Stand	10/11
Fuji	13	Halle	5	Erdg.	Gang G/J	Stand	12/11
Goltdammer	69						
Gretag	94, 95	Halle	9	Oberg.	Gang Q/R	Stand	10/11
Hansephot	81	Halle	8	Oberg.	Gang A	Stand	6
Jobo	52	Halle	3	Erdg.	Gang N/P	Stand	20
Kleffel & Aye	81	Halle	8	Oberg.	Gang A	Stand	6
Kodak	71, 73, 75, 77	Halle	4				
Konica	17	Halle	1	Oberg.	Gang F	Stand	1
Loersch	100	Halle	3	Erdg.	Gang M	Stand	41
Minolta	27	Halle	1	Oberg.	Gang G	Stand	2/18
Mitsubishi	49	Halle	14	Oberg.	Gang R/Q	Stand	80/81
Noritsu	47	Halle	9	Oberg.	Gang K/L	Stand	10/11
Olympus	6	Halle	3	Oberg.	Gang A	Stand	20
Photo Universal	81	Halle	8	Oberg.	Gang A	Stand	6
PMA	113	Halle	8	Oberg.	Gang A	Stand	6
Polaroid	111	Halle	5	Erdg.	Gang C/D	Stand	12/10
Ricoh	101	Halle	1	Oberg.	Gang G	Stand	31/49
Sony	33	Halle	8	Oberg.	Gang A	Stand	3
TFS Raimond Herrmann	93	Halle	3	Erdg.	Gang N	Stand	44
VGP	81	Halle	8	Oberg.	Gang A	Stand	6
Wöltje	91	Halle	1	Erdg.	Gang A	Stand	40
profi-contact							
California Sunbounce	5	Halle	10	Oberg.	Gang N	Stand	31
Leiser/Stilfondo	3	Halle	10	Oberg.	Gang P/Q	Stand	50/51
Beilagen							
Multimedia Home		Halle	11	Erdg.	Gang F	Stand	41
Kleinanzeigen	125 - 129						

you can
Canon

Die „Hobbits“ der Druckerriege:
i320 Herr der Ringe und i550



i320 Herr der Ringe

- Plus CD-ROM „Herr der Ringe – Die zwei Türme“ (der Kinofilm startet ab 18. Dezember 2002).
  - Druckstudio für Kalender, Poster, Karten usw.
  - Fotos, Quiz, Bildschirmschoner
  - Hintergrund-Infos zu Hauptpersonen und Schauplätzen des Films
- 2.400 x 1.200 dpi
- 10 ppm in S/W und 7 ppm in Farbe
- Vollflächiger randloser Druck auf 10 x 15 cm
- Lichtechtheit bis 25 Jahre auf Canon-Fotopapier
- Platzsparendes komplett einklappbares Gehäuse
- USB 2.0 Full Speed-Schnittstelle
- Treiber für PC und MAC:
  - Windows 98/ ME/ 2000/ XP
  - Apple Macintosh MacOS 8.6 bis X

Preis:	
i320	99,00* EUR

i550 – klein, schnell, professionell

- 4.800 x 1.200 dpi
- Geringe Druckkosten durch einzeln austauschbare Tintentanks (Single Ink)
- 18 ppm in S/W, 11 ppm in Farbe
- Vollflächiger randloser Druck auf 10 x 15 cm und A4
- Lichtechtheit bis 25 Jahre auf Canon-Fotopapier
- 1.088 Düsen mit mikrofeiner Tropfengröße von 5 Picolitern (Adv. Microfine Droplet Technology)
- Platzsparendes komplett einklappbares Gehäuse
- Treiber für PC und MAC:
  - Windows 95/ 98/ ME/ 2000/ NT 4.0/ XP
  - Apple Macintosh MacOS 8.6 bis X
- USB 2.0 Full Speed-Schnittstelle
- Optional netzwerkfähig

Preis:	
i550	199,00* EUR

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
** nicht bei Macintosh OS X
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Oktober 2002

you can
Canon

Das digitale Kleinbildformat für die Profis:
Canon EOS 1Ds

Die Highlights der PowerShot G3

11,1
Megapixel
4082 x 2718 Pixel

CMOS
von Canon
1:1
23,8 x 35,8 mm

3 B/Sek.
10 in Folge

1/8000s
kürzeste Verschlußzeit
– 1/250s X-sync

ISO-Bracketing
Über-/Unterbelichtung bei gleichen Zeit-/ Blenden-Parametern

100–1250 ISO

4x
sRGB,
1x
Adobe RGB

31
Custom Funktionen

Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Oktober 2002

Die EOS 1Ds ist die digitale Profikamera, auf die viele Fotografen schon gewartet haben. Mit ihrem Sensor im Kleinbildformat, 11,1 Megapixeln Auflösung und einer Seriengeschwindigkeit von 3 Bildern pro Sekunde bietet sie Möglichkeiten, die bislang noch der analogen Fotografie vorbehalten waren.

Maßgeschneidert wurde sie vor allem für Werbe- und Modefotografen, die im Studio oder on Location arbeiten. Hohe Geschwindigkeit bei höchster Auflösung wird durch den von Canon entwickelten High-end CMOS-Sensor in Verbindung mit leistungsfähigen Komponenten für die interne Bildverarbeitung und ein spezielles paralleles Verfahren beim Auslesen des Sensors erreicht. Die Auslöseverzögerung von nur 55 ms und eine extrem kurze Dunkelphase (87 ms) des SLR-Suchers beim Auslösen erlauben praktisch verzögerungsfreies Fotografieren bei maximaler Kontrolle im Sucher. So kann z. B. der Mode- oder Peoplefotograf intuitiv fotografieren, wobei die EOS 1Ds sogar schnellere Bildserien erlaubt als die meisten analogen Mittelformatkameras.
EOS-Fotografen können dabei ihre komplette Objektivpalette ohne Einschränkungen mit der gewohnten Brennweite nutzen.
Höchste Qualität, wie für den Druck von Anzeigenmotiven, Katalogen oder großformatigen Abbildungen, und hohe Geschwindigkeit sind die herausragenden Attribute der EOS 1Ds, die neben zahlreichen weiteren Features diese digitale Profikamera zu einem unersetzlichen Werkzeug machen.
Neugierig geworden? Im November ist sie da!

you can
Canon

Fotospaß im Westentaschenformat:
PowerShot S45 und IXUS v³

Features PowerShot S45

- 4.0 Megapixel CCD
- 3x optisches Zoom
- NEU: DIG!C Prozessor
- NEU: FlexiZone AF
- NEU: 9-Feld AiAF
- NEU: iSAPS
- NEU: Intelligenter Orientierungssensor
- Direct Print kompatibel
- Neues Software-Bundle

Preis:

PowerShot S45	**799,00* EUR**

Lieferbar: Mitte Oktober 2002

PowerShot S45 – Flexibilität in jeder Situation

Die neue PowerShot S45 ist ein Musterbeispiel für die optimale Verbindung von Design, Kompaktheit und Funktionsvielfalt. Mit einer Auflösung von 4 Megapixeln, die in Verbindung mit dem neuen DIGIC Signalprozessor eine hervorragende Bildqualität liefert, und der innovativen FlexiZone AF-Funktion, die 345 frei wählbare Punkte zur Messung von Schärfe und Belichtung bietet, schafft sie auf einfache Weise auch anspruchsvolle Motive und Bildkompositionen. Die praktische Front-Schiebeklappe aus Metall schützt bei ausgeschalteter Kamera das leistungsfähige 3fach Zoom-Objektiv (35–105 mm im Vergleich zum Kleinbild). Neun statt der bisher drei Meßpunkte der AiAF-Messung unterstützen den Fotografen bei der automatischen Fokussierung und Belichtungsmessung. Der intelligente Orientierungssensor, die verbesserte Moviefunktion, der „My Camera Mode“ und die Direct Print Funktion sind weitere Pluspunkte. Mit dem optionalen Unterwassergehäuse können Sporttaucher bis auf 30 m Tiefe gehen. Auch ambitionierte Digitalfotografen werden ihren Fotospaß mit der PowerShot S45 haben.

Features IXUS v³

- NEU: 3.2 Megapixel CCD
- 2x optisches Zoom
- NEU: DIG!C Prozessor
- NEU: 9-Feld AiAF
- NEU: iSAPS
- Intelligenter Orientierungssensor
- Umfangreiche Ausstattung
- Direct Print kompatibel
- Neues Software-Bundle

Preis:

IXUS v³	**599,00* EUR**

Lieferbar: Ende Oktober 2002

Digital Ixus v³ – 3,2 Megapixel im Ixus-Format

Canon hat es geschafft, in die neue Ixus v³ noch mehr Leistung zu packen, ohne die geringen äußeren Maße der Vorgängermodelle zu vergrößern. Das Topmodell der digitalen Ixus-Serie besitzt wie seine Schwestern ein ultrakompaktes Metallgehäuse, in das sich das Objektiv komplett versenken läßt. Der neue CCD-Sensor liefert 3,3 Megapixel Auflösung, von denen effektiv 3,2 Megapixel für großformatige Prints genutzt werden können. Das optische 2fach Zoom (äquivalent Kleinbild 35–70 mm) wird von der 9-Punkt AiAF-Autofokusfunktion optimal unterstützt. Filmsequenzen können problemlos aufgenommen werden und anschließend einfach von der Kamera aus auf dem Fernseher abgespielt oder per E-Mail verschickt werden. Die Direct Print Funktion erlaubt im Zusammenspiel mit den kompatiblen Canon Druckern die Erstellung hochwertiger Fotoprints ohne den Umweg über einen PC.

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Oktober 2002

you can
Canon

Das digitale Kreativwerkzeug:
Die PowerShot G3

Das neue Topmodell der PowerShot Reihe, die semiprofessionelle Canon PowerShot G3, überzeugt mit starken Argumenten: Der 4-Megapixel-CCD-Sensor sorgt im Zusammenspiel mit einem neuen Signalprozessor für eine überragende Bildqualität. Das neue optische 4-fach Zoom sowie zahlreiche automatische und manuelle Einstellmöglichkeiten eröffnen dem ambitionierten Fotografen viel kreativen Freiraum bei der Bildgestaltung. Raffinierte neue Funktionen wie der neue FlexiZone-AF mit frei wählbaren Meßpunkten sorgen für eine herausragende Funktionalität bei der Fokus- und Belichtungsmessung.
Die PowerShot G3 kann Ende Oktober schon in Ihrem Schaufenster stehen.

DIRECT PRINT

Der neue Signalprozessor

Der digitale 12-Bit-Signalprozessor der PowerShot G3 ermöglicht im Zusammenspiel mit der neuen iSAPS (Intelligent Scene Analysis)-Technologie bei der internen Verarbeitung der Bilddaten eine verbesserte Detailwiedergabe sowohl in dunklen als auch in sehr hellen Bildpartien. Zusammen mit dem 4-Megapixel-CCD-Sensor entstehen so hochaufgelöste Fotos, die auch in größeren Formaten wie A4 oder A3 in hervorragender Qualität gedruckt werden können.

Fokus- und Belichtungsmessung

Die neue FlexiZone AF-Funktion arbeitet mit 345 frei wählbaren Punkten zur Messung von Schärfe und Belichtung. Der Benutzer kann „seinen“ Meßpunkt mit Hilfe des Jog-Dial praktisch frei auf dem Bildfeld festlegen. FlexiZone ermöglicht so eine maximale Kontrolle und Einflußnahme auf die automatische Belichtung und Scharfstellung. Das lichtstarke 4-fach Zoomobjektiv „schenkt“ dem Fotografen gegenüber vergleichbaren Objektiven ein bis zwei Blenden.

Preis (voraussichtlich):	
PowerShot G3	999,00* EUR

Die große Freiheit

Die manuellen Einstellmöglichkeiten für Belichtung und Fokussierung räumen vor allem dem ambitionierten Fotografen maximalen Spielraum bei der Bildgestaltung ein. Die manuelle Einstellung ist nur eines von insgesamt zwölf verschiedenen Aufnahmeprogrammen. Wer nicht alle Einstellungen manuell vornehmen möchte, hat die Wahl zwischen Vollautomatik, Programm-, Zeit- und Blendenautomatik sowie verschiedenen Motivprogrammen. Zwei weitere Custom-Programme lassen sich individuell konfigurieren und abspeichern. So läßt sich die gesamte Funktionsfülle der Kamera komfortabel nutzen.

Die Highlights der PowerShot G3

- 4.0 Megapixel CCD
- NEU: DIG!C Prozessor
- NEU: FlexiZone AF
- 3 Belichtungsmeßmethoden
- Serienaufnahmen
- 12 Belichtungsmodi
- Eingebauter optischer ND8 Filter
- NEU: 4x optisches Zoom
- NEU: iSAPS
- Intelligenter Orientierungssensor
- NEU: Hauptschalter komfortabler
- NEU: Function-Menü
- Movieaufzeichnung bis 3 Minuten
- Tonaufzeichnungen nach der Aufnahme
- Umfangreiches Systemzubehör
- Neues Software-Bundle

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Oktober 2002

you can

Canon

flash

Oktober 2002

Das digitale Kreativwerkzeug:
Die PowerShot G3

Fotospaß im Westentaschenformat:
PowerShot S45 und IXUS v³

Das digitale Kleinbildformat für die Profis:
Canon EOS 1Ds

Die „Hobbits“ der Druckerriege:
i320 Herr der Ringe und i550