imaging +foto contact

10/2003

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

32. Jahrgang G 30605

http://www.worldofphoto.de

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Canon Bestseller

Vorhang auf
für IXUS i, PowerShot A80
und EOS 300D

Innovationen und
Design für alle
Marktsegmente

DAS PANASONIC PLUS: DIE-12X-ZOOMEN-KEIN-MAL-WACKELN-REVOLUTION.

LUMIX

Jederzeit scharf durch optischen Bildstabilisator (OIS).

So nah, als wäre man da: Die kompakte DMC-FZ2 besticht durch ein Leica-Objektiv mit 12fach-Zoom (KB-Brennweite: 35–420 mm) und einem optischen Bildstabilisator (OIS). Dieser ermöglicht Ihnen auch bei 420 mm Brennweite scharfe unverwackelte Bilder aus freier Hand. Ein weiteres Plus des OIS sind die langen Verschlusszeiten, für optimale Aufnahmen in der Dämmerung.

Kommen Sie näher:
www.panasonic.de

LEICA OPTICAL TECHNOLOGY

Panasonic
ideas for life

inhalt

Zum Titelbild: Verkaufsargument für die neue Canon EOS 300D Digital-SLR

Mit der Vorstellung der Canon EOS 300D als Spiegelreflexkamera mit sensationellem Preis-/Leistungsverhältnis hat Canon den Massenmarkt in diesem Segment mit einem Paukenschlag eröffnet. Jetzt läßt der Spiegelreflex-Marktführer den Worten Taten folgen: Die Auslieferung hat begonnen, und zwar in Stückzahlen, die der erwarteten Reaktion der Endverbraucher entsprechen. imaging+foto-contact beleuchtet die Technik der neuen Kamera im Detail und stellt die wichtigsten Verkaufsargumente zusammen. Die Erwartungen an das neue Produkt sind auch bei Canon hoch. Nicht weniger als 70.000 EOS 300D, erwartet Alessandro Stanzani, Head of Marketing Canon Consumer Imaging Europe, sollen ab Oktober weltweit im Monatsdurchschnitt verkauft werden. Dadurch, so der Canon Top-Manager, soll der Weltmarkt für digitale SLR-Kameras bis Ende des Jahres um 400 bis 500 Prozent steigen. ***Seite 14***

Agfas neues, voll digitales Minilab d-lab.1

Das auf der PMA angekündigte, voll digitale Kompaktlab d-lab.1 von Agfa wird im ersten Quartal nächsten Jahres ausgeliefert. Auf einer Pressekonferenz in München gab Agfa jetzt Einzelheiten über das kompakte Gerät bekannt, das ein komplettes Angebot analoger und digitaler Bilddienstleistungen auch an Standorten ermöglicht, für die Geräte mit größerer Kapazität überdimensioniert sind. Das neue Agfa d-lab.1 ist ein kompaktes All-in-one-Gerät, das die Verarbeitung von bis zu 25 Mischaufträgen pro Stunde mit einer Printleistung (bei doppelten Abzügen je Vorlage) von 900 Bildern im Format 10 x 15 cm pro Stunde ermöglicht. Das größte Bildformat liegt bei 21 x 30 cm. Bei der Entwicklung der Maschine haben die Agfa-Ingenieure besonders großen Wert auf einfache Bedienung und vollautomatische Arbeitsweise gelegt. ***Seite 20***

imaging+foto-contact-Interviews

Der rasante technologische Wandel und die ebenso rasante Veränderung der Märkte stellen den Photoindustrie-Verband vor wichtige Aufgaben: Dazu gehören die Förderung der durch Digitaltechnik boomenden Foto- und Imagingbranche durch neue Formen der Marktgestaltung sowie das Definieren gemeinsamer Interessen. Mit dem neugewählten Vorsitzenden, Peter Sibbe, Geschäftsführer JVC Professional Europe, steht erstmals in der fast hundertjährigen Geschichte ein Vertreter eines japanischen Unternehmens dem Vorstand des Verbandes vor. imaging+foto-contact sprach mit Sibbe über Gegenwart und Zukunft des Photoindustrie-Verbandes. ***Seite 8***

Mit der Vorstellung von drei neuen EasyShare Digitalkameras hat Kodak auf der IFA den Anspruch unterstrichen, als Anbieter eines Vollsortimentes für die wichtigsten Zielgruppen den Markt aktiv zu gestalten. Für Yusuke Kojima, der seit April dieses Jahres als General Manager Consumer Digital Camera Business Digital and Applied Imaging und Vice President der Eastman Kodak Company für das Digitalkamera-Geschäft des Fotoriesen verantwortlich ist, bedeutet das, die Marke Kodak als Kameralieferant auch im oberen Marktsegment zu positionieren. imaging+foto-contact hat in Berlin mit Yusuke Kojima über seine Strategie für Kodak gesprochen. ***Seite 24***

Seit dem Start hat Casio unter dem Markennamen Exilim nicht nur Digitalkameras, sondern auch Zubehör auf den Markt gebracht. imaging+foto-contact unterhielt sich mit Ricky L. Stewart, Senior Sales Manager, Mobile Information Products (MIP) der Casio Europe GmbH, wie Fotohändler und Endverbraucher auf dieses Angebot reagiert haben und welche Produkte am erfolgreichsten sind. Stewart lieferte außerdem Antworten auf die Fragen, mit welchen Verkaufsargumenten der Fotohandel die Exilim-Zielgruppe ansprechen muß und mit welchen Maßnahmen am Point of Sale (und im Internet) der Abverkauf der Exilim-Kameras und des Zubehörs unterstützt wird. ***Seite 42***

Seminar verheißt Erfolg bei Digitalbildern

„Erfolgreiche Menschen folgen einem ganz bestimmten Muster, um Spitzenresultate zu erzielen, egal auf welchem Gebiet.“ Mit diesem Satz eröffnete Helmut Machemer, der Spezialist für Umsatzsteigerungen am PoS, die Auftaktveranstaltung seiner neuen, in Zusammenarbeit mit Foto Brinke in Forchheim entwickelten Seminarreihe, in der Inhabern von Fotogeschäften Lösungen und Konzepte präsentiert werden, mit denen sie zukünftig mit digitalen Medien Geld verdienen können. Eines der Gebiete, auf dem erfolgreiche Fotohändler Spitzenleistungen erbringen können, ist laut Machemer das Gebiet der digitalen Bilddienstleistungen. Grundlage des Seminars und des Erfolges im digitalen Bildergeschäft ist die von Machemer entwickelte „4 Pro“-Strategie, die die Unternehmenssäulen Profil, Professionalität, Produktivität und Promotion (Werbung) stärkt. ***Seite 46***

inhalt

Zum Titelbild
Verkaufsargumente für die neue Canon EOS 300D . 14

Editorial
Englisch für Anfänger 5

Wirtschaftspolitischer Kommentar
„Wenn man jung ist, will man nur das eine?“ 74

Internationale Messen
Gesund geschrumpft: Aussteller und Veranstalter melden erfolgreiche IFA 10

Industrie
Olympus eröffnet European Distribution Center in Hamburg 28
Walther Alben und Rahmen liefert schlüsselfertige Aktionen für die Zweitplazierung 62

Bilddienstleistungen
Agfa gibt Einzelheiten über das neue digitale Minilab d-lab.1 bekannt 20

Handel
Helmut Machemers „4 Pro“ bringt Erfolg im digitalen Bildergeschäft 46
Das Internet als Top-Verkäufer 60
H. D. Lehmann: Goldener Oktober 72

imaging+foto-contact-Interviews
Peter Sibbe, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes: In Bildern und Märkten denken 8
Yusuke Kojima, General Manager Consumer Digital Camera Business Digital and Applied Images und Vice President der Eastman Kodak Company: Ehrgeizige Ziele 24
Ricky L. Stewart, Senior Sales Manager, Mobile Information Products der Casio Europe GmbH: Zubehör fester Bestandteil des Exilim-Konzepts . . 42

Fotohandys beleben das Bildergeschäft

Die Zahl der Mobiltelefone mit eingebauter oder ansteckbarer Kamera wird immer größer. Gleichzeitig erreichen die Handy-Kameras immer höhere Auflösungen. Bald werden Megapixel-Fotohandys auch in Europa zu haben sein. Aus dieser Tatsache ergeben sich für den Fotohandel neue Chancen im Bildergeschäft, denn ähnlich der Einführung von Digitalkameras vor Jahren ist auch mit der wachsenden Anzahl von Fotohandys ein erneuter Boom für die Fotografie zu erwarten.

Seite 34

Neue Pentax Optio Digitalkameras

Auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin hat Pentax gleich drei neue Kameramodelle vorgestellt, die die Optio Digitalkameraserie des Unternehmens ergänzen. Neben einem neuen 5-Megapixel-Topmodell wurden die superflache Optio S4 und die robuste, wasserfeste Kamera Optio 33WR präsentiert. Um den Abverkauf des letztgenannten Modells zu fördern, bietet Pentax dem Handel ab Oktober mit HotPack und CoolPack zwei verkaufsnahe und limitierte Verkaufs-Kits an.

Seiten 54, 58

Digital Imaging
Verkaufsargumente für die neue Canon EOS 300D . 14
Canon Digital Ixus i soll Design-Fans ansprechen . 17
Samsungs neue Digitalkamera U-CA3 49
Olympus Camedia-Produkte für das schnelle Bild . 52
Pentax’ neues Optio-Modell mit fünf Megapixeln . . 54
Neue Caplio Digitalkameramodelle von Ricoh 56
Neuheiten Digital Imaging 51, 59

Nachrichten 6

Foto + Telekommunikation
Fotohandys bieten Chancen für neue Bilddienstleistungen 34

Video
U. Vielmuth: IFA Zeiten – digitale Zeiten 32

Profi
Seit 15 Jahren Fancy Posh Studiorequisiten 73

Neuheiten 65
Siemens bringt das weltweit erste integrierte Voice-Data-System auf den Markt 26

Point of Sale 58
Starker Werbeauftritt für Casios Exilim EX-Z4 . . . 44

Nachträge grosser foto-katalog 67

Rechtstips 64

Leserbriefe 58

Literatur 66

Inserenten-Verzeichnis 79

Klein- und Personalanzeigen 75

Impressum 79

Werbung muß verstanden werden!

Englisch für Anfänger

Englisch ist in aller Munde. Es ist die Sprache der Popmusik, des Internets und in immer stärkerem Maße auch der Werbung. Jetzt hat die Endmark AG, die seit zehn Jahren Markennamen und Werbeslogans für nationale und internationale Unternehmen entwickelt und selbst den englischen Namenszusatz „International Namefinding" trägt, in einer repräsentativen Studie untersucht, inwieweit englische Werbesprüche, auch Slogans oder Claims genannt, überhaupt verstanden werden. Das Ergebnis ist verheerend: Von den zwölf derzeit in der Werbung offensiv kommunizierten Slogans (Entschuldigung, aber es gibt eigentlich kein vernünftiges deutsches Wort dafür), die Gegenstand der Untersuchung waren, wurden zehn von weniger als der Hälfte der 14- bis 49jährigen in vollem Umfang verstanden. Zum Teil waren die Befragten sogar davon überzeugt, die Bedeutung richtig erfaßt zu haben, obwohl sie mit ihrem Verständnis deutlich daneben lagen. So wurde der Slogan der Parfümerie Douglas „Come in and find out" häufig mit „Komm herein und finde wieder heraus" übersetzt. Nur 34 Prozent erfaßten die korrekte Bedeutung: „Komm herein und schau, was es hier alles gibt".

In der Liste befindet sich auch ein Name aus der Fotobranche: Kodak mit dem (in den USA übrigens sehr erfolgreichen) Slogan „Share Moments. Share Life". Es ist kein Wunder, daß nur 24 Prozent der Befragten den Inhalt voll erfaßt haben. Die Übersetzung ist nämlich gar nicht einfach. Das englische „to share" bedeutet so viel wie „miteinander teilen" oder „jemand an etwas teilhaben lassen". Wir kennen zwar auch im Deutschen, daß man seine Freude mit jemandem teilt, und es ist keine Frage, daß Bilder dazu ein wunderbares Medium sind – den Inhalt des Kodak Slogans in wenigen Worten wiederzugeben, ist dennoch fast unmöglich. Wir haben hier in der Redaktion auch manchmal unsere Schwierigkeiten, wenn wir in bezug auf die Verwendung von Bildern im Digitalzeitalter das englische „share" richtig vermitteln wollen, ohne dafür mehrere Sätze zu brauchen.

Ein Blick auf die aktuellen Anzeigen der Foto- und Imaging-Industrie zeigt, daß fast auf jedem Motiv ein englischer Slogan zu finden ist, ob „Capture every moment" (Olympus), „You make it a Sony" (eine geradezu kryptische Aussage) oder Mitsubishis „Change for the better", das nicht etwa „Wandel für die Besseren" bedeutet, sondern „Wandel zum Besseren hin". Und zum Trost für Kodak sei bemerkt, daß Erzrivale Fuji mit „Inspired by your dreams" vermutlich nicht besser abgeschnitten hätte. Der Slogan „Be inspired" von Siemens Mobile wurde nämlich nur von 15 Prozent der Befragten verstanden. Da hat es Agfa mit „Bildern, die glücklich machen" viel besser.

Im Grunde ist es ja verständlich, daß weltweit operierende Unternehmen mit einheitlichen Slogans auch ein einheitliches Image vermitteln wollen – da drängt sich die englische Sprache geradezu auf. Auf der anderen Seite nutzt das alles nichts, wenn die Botschaft nicht verstanden wird.

Auch in unserer Zeitschrift wird man den einen oder anderen Anglizismus finden können. Das liegt zum einen an der Macht der Gewohnheit, zum anderen auch daran, daß sich für manche Begriffe – vorwiegend aus der digitalen Welt – kaum deutsche Entsprechungen finden lassen. „Imaging" ist so ein Wort. Denn es umfaßt sozusagen alle Prozesse, die etwas mit Bildern zu tun haben, von der Aufnahme, Bearbeitung oder Übertragung bis zu jeder Art der Wiedergabe. Das kann man nicht übersetzen, sondern höchstens erklären. Und gerade Fachleute sollten sich natürlich nicht zu schade sein, die Sprache ihres Berufes zu erlernen.

Dennoch ist die Untersuchung ein guter Anlaß, Werbebotschaften auf den Prüfstand zu stellen. Das gilt nicht nur für die Industrie, sondern auch für den Handel, wo immer öfter der Ausverkauf zum „Sale" und der Rabatt zum „Discount" mutiert. Und ein bißchen Selbstbewußtsein täte uns Deutschen vielleicht auch gut. Immerhin stellt die Endmark Studie fest, daß ein deutsches Unternehmen wie Siemens in Frankreich französisch und in Spanien spanisch wirbt, aber in Deutschland auf Englisch.

Th. Blömer

Fujifilm und Hama bringen ihren neuen Produktkatalog heraus

Fujifilm hat den neuen Katalog Herbst/Winter 2003 herausgebracht, in dem das Unternehmen seine aktuellen Produkte für die Bildkommunikation präsentiert. Auf 76 Seiten findet sich das

Sortiment, das Einsteiger ebenso anspricht wie ambitionierte oder Profi-Fotografen. Zu den Produkten gehören alle aktuellen FinePix Digitalkameras sowie Kameras und Zubehörartikel aus der analogen Fotowelt, darunter zum Beispiel die Themen Film, Klein- und Sofortbild, APS sowie QuickSnap Einwegkamera. Im neuen Katalog sieht der Leser nicht nur Produkte mit ihren technischen Spezifikationen und Preisen, sondern auch ungewöhnliche Bilder. Diese sollen verdeutlichen, was Fujifilm mit seinem Slogan „Inspired by your dreams“ meint.

Auch die Monheimer Hama GmbH hat fünf neue Kataloge zu verschiedenen Produktgruppen aufgelegt. Kataloge gibt es für die Zubehör-Bereiche Telecommunications (Telefon, Handy, PDA & Organizer), Multimedia (Computer, Notebook, PDA & Organizer, Spielekonsolen), Photo/Video/Digital (Camera & Camcorder, Optik, Speicherkarten), Cable & Home Entertainment (Audio/Video/DVD, Kabel, Antenne & SAT, CarHifi, Heimkino, Energie, Datenträgerarchivierung) und Picture World (Bilderrahmen, Alben).

Veränderungen in der Geschäftsleitung der PPS Handelsgruppe

Nach 27 Jahren in direkter Verantwortung für das PPS Handelsgeschäft hat Edmund Schlegel die operative Verantwortung für den Bereich Handel an Christof Bergmann übergeben. Er ist seit 1992 bei PPS und war bisher für den Standort Düsseldorf und dessen Erweiterung verantwortlich. Bergmann übernahm die Geschäftsführung für den Bereich Handel von PPS, Bremaphot, Kleffel + Aye, Foto Elgas und film art. Gleichzeitig schied Edmund Schlegel aus der Geschäftsführung aus. Bereits mit Wirkung vom 8. Mai wurde Schlegel zum Mitglied des Aufsichtsrates der Medi@Bild Imaging AG bestellt. Aus dieser Position heraus wird er die Entwicklung des Unternehmens weiter aktiv begleiten und sich unter anderem auf die Pflege der Lieferantenkontakte und den Ausbau der strategischen Zusammenarbeit auf dieser Ebene konzentrieren.

Nikon schließt Test mit kabelloser Bildübertragung für Profis erfolgreich ab

Nikon hat bei der Leichtathletik-WM in Paris erste Tests mit einem neuen kabellosen Bildübertragungssystem für Profifotografen abgeschlossen. Dieses System versetzt Fotografen in die Lage, ihre Bilder direkt von der Kamera ins Internet zu übertragen – ein Computer ist nicht mehr erforderlich.

Die Tests wurden mit Vorserienmodellen der Nikon D2H, der neuen digitalen Spiegelreflexkamera für Profis, und dem Wireless-LAN-Sender WT-1, einem neuartigen Funksender, der unter dem Gehäuse der Digitalkamera befestigt wird, durchgeführt. Die Funkübertragung basiert auf den neuesten Telekommunikationsstandards, und die Konfiguration des Systems für die Verbindung zu einem Wireless LAN (kabellosen lokalen Netzwerk) unterscheidet sich vom Grundsatz her nicht von heute bereits erhältlichen Netzwerkkomponenten.

Der Wireless-LAN-Sender WT-1 unterstützt den weit verbreiteten Standard IEEE 802.11b für Wireless LANs (auch unter der Bezeichnung »WiFi« bekannt) und das TCP/IP-Protokoll für die eindeutige Identifizierung der Kamera im Netzwerk. Die aufgenommenen Bilder können direkt nach der Aufnahme automatisch oder nach einer vorherigen Sichtung durch den Fotografen per FTP zu einem einzelnen Computer mit Funk-Netzwerkkarte oder über ein Wireless LAN zu einem Server an einen beliebigen Ort dieser Welt übertragen werden.

Für Profifotografen stellen lokale Netzwerke mit Internet-Anbindung eine interessante und auch kostengünstige Lösung dar. Lokale Netzwerke stellen über kurze Distanzen hohe Bandbreiten zur Verfügung, sie sind robust und basieren auf anerkannten Industriestandards. Wireless LANs sind daher die ideale Zugangstechnik zum Internet – und durch die Internet-Anbindung können die Bilder innerhalb weniger Sekunden an jeden beliebigen Ort versendet werden.

Ferrania erhält das Umwelt Management Zeugnis E.M.S.

Das Ferrania Werk in der gleichnamigen norditalienischen Stadt hat die Zertifizierung mit dem Umwelt Management Zeugnis E.M.S. (Environmental Management System) erhalten. Diese Maßnahmen seien ein deutliches Signal an Handelspartner und Endkunden, daß der Film- und Papierhersteller den umweltschonenden Aspekten industrieller Fertigungsprozesse große Aufmerksamkeit schenke, hieß es in einer Pressemitteilung. Die Zertifizierung E.M.S wurde nach dem internationalen Standard UNI EN ISO 14001 vergeben, da die technischen Anlagen besonders umweltschonend produzieren.

Service Point in Dresden ergänzt das Service-Netz der Nikon GmbH

In Dresden hat ein weiterer Nikon Service-Point seine Arbeit aufgenommen. Dort werden, wie in den bereits bestehenden elf Nikon Reparaturwerkstätten, sämtliche Reparaturen einschließlich der kostenlosen Garantieleistungen an Nikon-Geräten von qualifiziertem und geschultem Personal vorgenommen. Das Unternehmen hat folgende Kontaktdaten: Nikon Service Bettina Scheinert, Schweizer Str. 3a, 01069 Dresden, Telefon 0351/8626448, Telefax 0351/8626449, Service@Scheinert-nikon-dresden.de.

Kleffel+Aye Bremaphot Hansephot

Großhandelsgruppe

Der Foto-Großhandel mit Beratung vor Ort durch qualifizierten Außendienst

Hotline: Kleffel+Aye 0800-074 68 67 • Bremaphot 0800-074 68 67 • Hansephot 038204-68 60

CAPTURE EVERY MOMENT

C-740 Ultra Zoom

Zoompower zum attraktiven Preis

- 10faches Ultra-Zoom
- 3,18 Mio. Pixel
- lichtstarkes Objektiv f2,8/3,7
- xD-Picture Card kompatibel

Stiftung Warentest GUT im Test: 16 digitale Sucherkameras test 09/2003 www.test.de

CAMEDIA C-220 Zoom

Ideale Einsteigerkamera mit überzeugenden Leistungen

- 2 Mio. Pixel
- 3,0fach optischer + 2,5fach digitaler Zoom
- perfektes Preis-/Leistungsverhältnis

µ[mju:]-400 Digital

Gewinner des TIPA Awards 2003/04 „Beste digitale Consumer Kamera“

- 4,0 Mio. Pixel
- 3fach Zoomobjektiv
- wetterfest

TIPA

µ[mju:]-III Wide 100

Die perfekte Einheit von Form und Funktion

- hochwertiges 28–100 mm 3,6fach Zoomobjektiv
- Multi-Wide-Autofocus
- wetterfest

OLYMPUS

Your Vision, Our Future

Peter Sibbe, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes:

In Bildern und Märkten denken

Peter Sibbe, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes: „Die photokina ist für unsere Branche so etwas wie im Sport die Olympischen Spiele."

Der rasante technologische Wandel und die ebenso rasante Veränderung der Märkte stellt den Photoindustrie-Verband vor wichtige Aufgaben: Dazu gehören die Förderung der durch Digitaltechnik boomenden Foto- und Imagingbranche durch neue Formen der Marktgestaltung sowie das Definieren gemeinsamer Interessen. imaging+foto-contact hat mit dem neugewählten Vorsitzenden, Peter Sibbe, Geschäftsführer JVC Professional Europe, über Gegenwart und Zukunft des Photoindustrie-Verbandes gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Sibbe, zum ersten Mal in der fast hundertjährigen Geschichte steht ein Vertreter eines japanischen Unternehmens dem Vorstand des Photoindustrie-Verbandes vor. Ist das aus Ihrer Sicht etwas Besonderes?

Peter Sibbe: Ist es nicht bemerkenswert, daß in einem wirklich internationalen Markt wie dem Imagingmarkt auch heute noch Unternehmen danach eingeteilt werden, wem sie wahrscheinlich zur Zeit überwiegend gehören? Seit jeher agieren die Firmen dieses Marktes weltumspannend, wenn wir nur an die Zusammenarbeit der Erfinder über alle Kontinente hinweg denken. Aber auch die Kapitalflüsse waren immer international strukturiert. Ich betrachte es also eher als erstaunlich, daß es fast hundert Jahre dauerte, bis der Repräsentant eines Unternehmens, das wahrscheinlich überwiegend japanischen Anteilseignern gehört, auch einem deutschen Photoindustrie-Verband vorstehen kann. Der gesamte Foto- und Imagingmarkt, einer der ganz wenigen Bereiche, die durchgehend auch in den vergangenen Jahren Zuwächse verzeichnen konnten, definiert sich ständig neu, weil sich Technologien und Produkte, Unternehmen und Märkte ständig neu bilden. Konstant ist und bleibt der Faktor „Bild". Alles andere sind mehr oder weniger starke Variabeln.

imaging+foto-contact: Können Sie ein Beispiel dafür geben, wie man sich das vorzustellen hat?

Peter Sibbe: Die analoge Fotografie war und ist klar strukturiert: Die Verbraucher nutzen ausgereifte Produkte nach einem festen Muster und nehmen die entsprechenden Bilddienstleistungen wie Film- und Bildentwickeln in Anspruch. Und auch die Anbieter auf seiten der Industrie und des Handels bilden ein miteinander verzahntes Marktgefüge. Das ist in der digitalen Foto- und Imagingwelt völlig anders. Und neu: Unternehmen der Bereiche Consumer Electronics und Computer sind ein Teil des Marktes – nebenbei bemerkt auch des Photoindustrie-Verbandes – geworden. Die Handelsstrukturen haben sich bereits deutlich verändert und tun es auch weiterhin. Dazu zählt auch das Internet als Handelsplattform. Hersteller von Handys, Displays, PDA's, Software, Inkjetpapieren und -tinten, Speicherkarten und Archivierungslösungen – um nur einige Bereiche zu nennen – sind in einem sich ständig verändernden Netzwerk miteinander verbunden und gestalten gemeinsam den Markt – einen Markt, der zum Glück richtig wächst.

Zur Person:

Peter Sibbe (59) ist seit 1988 Geschäftsführer der JVC Professional Europe in Friedberg. Seit vielen Jahren gehört er dem Vorstand des Photoindustrie-Verbandes an und ist seit Mai 2003 Vorsitzender des Verbandes. Der diplomierte Elektro-Ingenieur war in seiner Laufbahn unter anderem bei Siemens und Bell & Howell beschäftigt. In seiner knapp bemessenen Freizeit findet er beim Lesen, Tauchen und Skifahren die nötige Erholung. Sein besonderes Interesse gilt der japanischen Kultur.

imaging+foto-contact: Und was heißt das für den Photoindustrie-Verband?

Peter Sibbe: Das heißt, daß sich unsere Mitgliederstruktur entsprechend den genannten Marktverschiebungen ebenfalls anders zusammensetzt, den Markt entsprechend widerspiegelt. Aber das ist aus meiner Sicht nicht das Wichtigste. Wichtig ist die Funktion des Photoindustrie-Verbandes als Plattform der Industrieunternehmen des Photo- und Imagingmarktes. Das heißt: Der Verband bietet die Möglichkeit, diese unterschiedlichen Kräfte unter einem Dach zusammenzufassen und ein Leitmotiv darzustellen, mit dem sich die Mitgliedsunternehmen identifizieren können. Das Aufgabengebiet des Verbandes mit seiner Tochtergesellschaft Prophoto GmbH reicht über die Lösung umweltpolitischer Probleme, das Forcieren gemeinsamer Standards, die Analyse des Marktes – gemeinsam mit der GfK Marketing Services GmbH –, die Unterstützung kultureller Projekte und Einrichtungen rund um Foto und Video, die Kontaktpflege zu anderen internationalen Institutionen und Verbänden, die Kommunikation zu Verbrauchern und Medien bis hin zur Mitveranstaltung der photokina, der weltgrößten und mit Abstand wichtigsten Messe dieser Branche.

imaging+foto-contact: Die photokina findet ja alle zwei Jahre in Köln statt. Ist dieser Zyklus in unserer rasanten Welt mit immer kürzeren Produktzyklen noch zeitgemäß?

Peter Sibbe: Ja, denn bei der photokina geht es um mehr, als nur neue Produkte vorzustellen. Die photokina hat primär andere Funktionen: Sie ist die internationale Bühne für alle marktrelevanten Faktoren in Sachen Bild: Handel, Technologie, Produkte und deren Einbindung in unzählige andere Branchen und Bereiche. Bestes Beispiel ist Mobile Imaging: Zu der reinen Sprachkommunikation am Telefon kam mit SMS die erste wesentliche Erweiterung mit der schnellen Schriftkommunikation, aber der große Bereich Bild und Graphik fehlte bisher. Nun zeichnet sich mit neuen Technologien ab, wie endlich die wesentlichen Bereiche zusammenkommen, und damit wird der früher reine Sprachapparat Telefon zu einem Produkt, welches einschließlich der damit zusammenhängenden Bilddienstleistungen einen neuen Submarkt bildet. Entwicklungen dieser Größenordnung bündelt und beschleunigt die photokina. Weitere Märkte jenseits der klassischen Fotografie, die auf der photokina 2004 vom 28. September bis 3. Oktober 2004 in Köln eine große Rolle spielen werden, sind beispielsweise Digital Publishing, AV-Kommunikation, Internet-Bildservices, Homeprinting oder die komplexe Welt des digitalen Professional Imaging. Das Leitmotiv der photokina „Imaging is more“ unterstreicht das. Die photokina ist für unsere Branche so etwas wie im Sport die Olympischen Spiele, neben denen ja auch internationale und nationale Sportereignisse bestehen, und trotzdem sind und bleiben die Olympischen Spiele für alle, Sportler wie Sportinteressierte, das herausragende Ereignis.

imaging+foto-contact: Herr Sibbe, die Mitglieder des Photoindustrie-Verbandes haben Sie bis zum Jahr 2005 als ihren Vorsitzenden gewählt. Was sind Ihre primären Ziele in dieser Zeit für den Photoindustrie-Verband?

Peter Sibbe: Oberstes Ziel ist selbstverständlich, gemeinsam mit den Vorstandskollegen und den vielen Mitgliedsunternehmen, die in den diversen Ausschüssen arbeiten, dazu beizutragen, daß sich unser gemeinsamer Markt, der Imagingmarkt, weiterhin stark und solide entwickelt. Dazu gehört die aktive Unterstützung der Arbeit in den Ausschüssen, aber auch die Highlights wie im Dezember der Imaging Summit 2003 gemeinsam mit der GfK sowie die photokina 2004 unter dem Motto „Imaging is more“ zusammen mit der KölnMesse. Nächstes Jahr feiert der Photoindustrie-Verband sein 100jähriges Bestehen, und gemeinsam mit allen Mitgliedsfirmen wollen wir zeigen, wie munter und agil ein ganzer Markt und der für ihn zuständige Verband auch nach 100 Jahren sein können. Dazu gehört natürlich auch in einem sich stetig wandelnden Umfeld die Öffnung für weitere Mitglieder und damit eine Stärkung des Verbandes, die es ermöglicht, den Markt jenseits der jeweiligen ureigensten Unternehmensinteressen zu gestalten.

Der neue WALTHER Katalog ist da!

„Viele Alben und Rahmen Neuheiten, hochinteressante Einführungskonditionen, und alles sofort lieferbar.“

Schon nach wenigen Tagen bei Ihnen:
Bestell-Hotline 02157/81860
oder Fax: 02157/818650

WALTHER
Design & more

Innovation und Partnerschaft

WALTHER Alben+Rahmen
41312 Nettetal
Postfach 2527
Service@WaltherDesign.de

Aussteller und Veranstalter melden erfolgreiche IFA

Gesund geschrumpft

Nach der Internationalen Funkausstellung haben Veranstalter und Aussteller gleichermaßen eine positive Bilanz gezogen. Die in diesem Jahr von neun auf sechs Tage verkürzte Messe habe, so war der allgemeine Tenor, die Erwartungen übertroffen. Jetzt soll der guten Stimmung in Berlin ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft folgen.

Zwar nahm die Gesamtzahl der Besucher im Vergleich zur Veranstaltung vor zwei Jahren nochmals um 100.000 ab, aber das war bei um ein Drittel verkürzter Messezeit auch nicht anders zu erwarten. Aussteller und Veranstalter zeigten sich mit den 270.000 Besuchern in diesem Jahr jedenfalls sehr zufrieden – im Tagesdurchschnitt waren das 5.000 mehr als 2001. Der Augenschein bestätigte die Statistik: Die Messehallen waren durchweg belebt.

Bekanntlich ist die Quantität der Besucher auch bei einer Großmesse nicht alles. Die Qualität zeigte sich nach Aussagen vieler Aussteller am hohen Anteil

Die Nikon Digitalkameras für Profis und Amateure fanden auf der Funkausstellung viel Interesse bei den Besuchern. Die Qualität moderner Digitalfotografie wurde hier anhand echter Fotos gezeigt, die mit einem digitalen Minilab von Agfa direkt am Stand produziert wurden.

von Fachbesuchern und am großen Interesse der Endkunden. Drei von vier Ausstellern (75 Prozent), so wird im offiziellen Abschlußbericht betont, beurteilten ihr geschäftliches Ergebnis mit sehr gut, gut oder zufriedenstellend. Ebenso viele erwarten ein gutes Nachmesse-Geschäft. Sony Chef Leopold Bonengl sprach deshalb für viele, als er resümierte: „Die Funkausstellung war ein Indikator dafür, daß der Markt wieder anspringt."

Nach Angaben der Messe Berlin war die Zahl der Aussteller mit 1.007 erstmals in der IFA-Geschichte vierstellig. Das ist offensichtlich einem verstärkten Zustrom internationaler Unternehmen (hauptsächlich aus Fernost) zu verdanken. Bei den Besuchern überraschte nach Angaben der Messegesellschaft der starke Andrang von Fachhändlern, die die neuen Fachbesucher-Dienstleistungen und den internationalen Fachbesucher-Empfang hervorragend annahmen. Waren im Jahre 2001 nur fünf Prozent der Fachbesucher aus dem Ausland angereist, so stieg die Quote in diesem Jahr auf 12 Prozent.

Dirk Schwarz, Produktmanager Digitalkameras bei der Sony Deutschland GmbH, verspricht sich vom neuen Sony Spitzenmodell, der Cyber-shot DSC-F828, deutliche Impulse für die Marktposition des Unternehmens. Zu den Alleinstellungsmerkmalen dieses Produktes gehört der neu entwickelte 8 Megapixel Super HAD CCD, der mit einem neuartigen Farbfilter ausgestattet ist.

Mit der Medienpräsenz zeigten sich die Veranstalter ebenfalls zufrieden, auch wenn die Zahl der akkreditierten Journalisten von 7.500 aus 88 Ländern im Jahre 2001 in diesem Jahr auf 6.759 aus 78 Ländern gesunken war. Immerhin übertrugen ARD und ZDF rund 24 Sendestunden live vom Messegelände aus.

Die LowePro Deutschland GmbH zeigte ein umfangreiches Sortiment von Taschen für Digitalkameras, Camcorder und Notebooks sowie zahlreiche Zubehörprodukte.

Wachsende Marktsegmente

Genährt wurde der Optimismus der in jüngster Vergangenheit arg gebeutelten Unterhaltungselektronik-Branche durch die hervorragende Resonanz, auf die die wichtigsten Innovationen stießen. Fernsehgeräte mit flachen Bildschirmen – LCD oder Plasma – setzten sich auf der IFA auf breiter Front durch. Und nach dem Boom mit DVD-Spielern hofft die Branche jetzt auf einen ähnlichen Erfolg mit DVD-Rekordern – hoffentlich mit weniger Preisverfall als bei den zur Palettenware verkommenen Playern.

Die Marke Samsung steht nicht nur für Unterhaltungselektronik und Telekommunikation, sondern auch für digitale Fotografie. Hermann Schwarzkopf, Verkaufsleiter bei der Samsung Opto-Electronics GmbH, zeigt das neue Modell Digimax U-CA3 mit 3,2 Megapixeln und Dreifach-Zoomobjektiv. Es ist in drei verschiedenen Farben erhältlich und soll mit innovativen Features einen maximalen Spaßfaktor garantieren.

*Pentax präsentierte die neuesten Kameras des Unternehmens nicht auf, sondern während der IFA in Berlin. Stefan Thode, Leiter Verkauf/Marketing/Foto/Optik, verzeichnete viele Besucher aus dem Fachhandel, die sich vor allem über die neue digitale Spiegelreflexkamera *ist D informieren wollten.*

Foto- und Imaging-Satellit

Bereits im Vorfeld der Messe hatten die Veranstalter die Digitalfotografie zu den wichtigsten Wachstumssegmenten auf

Die Canon Deutschland GmbH hatte auf einen IFA-Messestand verzichtet und stattdessen am Potsdamer Platz ein großzügiges Zelt aufgebaut, in dem sich Fachhandel und Verbraucher über die neuesten Produkte des Unternehmens informieren...

...konnten. Der Hit im Zelt war ohne Zweifel die neue digitale Spiegelreflexkamera Canon EOS 300D, mit der das Unternehmen den Massenmarkt in dieser Kategorie eröffnen will. Dank durchgreifender PR- und Werbemaßnahmen war das Canon Zelt außerordentlich gut besucht. Für Fachhandelskunden hatte das Unternehmen einen Shuttle-Service mit Nobel-Limousinen vom Messegelände aus eingerichtet.

Auch das Management der KölnMesse, die gemeinsam mit dem Photoindustrie-Verband die photokina veranstaltet, interessierte sich für den außergewöhnlichen Canon Auftritt. Unser Foto zeigt v. l.: Jürgen Schmitz, General Manager Marketing Canon Consumer Imaging Deutschland, Markus Oster, Vice President Communications und New Media Show KölnMesse, KölnMesse Geschäftsführer Oliver P. Kuhrt, Bettina Steeger (Presse- und Öffentlichkeit Canon Consumer Imaging Deutschland), KölnMesse Hauptgeschäftsführer Jochen Witt und Guido Krebs, Canon Marketing Manager Consumer Products. Auf der nächsten photokina, so betonten die Verantwortlichen, werde Canon auf jeden Fall ausstellen.

der IFA gerechnet. Trotz einer hervorragenden Pressearbeit für dieses Thema, bei der erfreulicherweise immer wieder die Verbindung von Digitalfotografie und Bild-Dienstleistungen hergestellt wurde, fehlten auf dem Messegelände einige große Namen aus der Fotobranche. Natürlich zeigten Vollsortimenter wie Sony ihre Digitalfoto-Neuheiten – das Unternehmen stellte, wie berichtet, mit der DSC-F828 ein besonders innovatives Spitzenmodell vor. Auch andere Unternehmen mit dem Schwerpunkt in der Unterhaltungselektronik, wie Panasonic, Samsung oder Sanyo, präsentierten selbstverständlich ihre Foto- und Videokameras. Von den großen Digitalkamera-Herstellern waren auf der Messe selbst allerdings nur Casio, Kodak und Nikon zu finden, zu denen sich aus dem Zubehör-Segment noch weitere Fotomarken wie Hama und Lowepro gesellten.

Gleich an zwei Stellen auf dem Messegelände war Kodak vertreten. In Halle 3 wurden die neuesten Digitalkameras und Technologien zum Sofortdruck der digitalen Bilder präsentiert. Obwohl das Unternehmen seit Jahren zu den Vorreitern digitaler Bilddienstleistungen gehört, war auf diesem Messestand von den Kodak Picture Maker Kiosk-Systemen und den digitalen Minilabs des Unternehmens nichts zu sehen. Sie wurden vielmehr im gelben Kodak-Truck gezeigt, der zur Zeit durch viele deutsche Städte fährt und zur IFA auf der „grünen Wiese" auf dem Messegelände Station machte.

Wer sich in Berlin wirklich über die neuesten Trends in der Digitalfotografie informieren wollte, mußte mobil sein. Am Potsdamer Platz hatte Canon (wie berichtet) ein großes Zelt aufgeschlagen – ein hervorragend organisierter Limousinen-Service von und zum Messegelände machte den Kunden den Besuch leicht. Auch viele interessierte Amateure warfen einen Blick in das Canon Zelt und natürlich auf die neue EOS 300D, den unbestrittenen Star der Präsentation. Olympus, Pentax und Ricoh hatten den Fachhandel in andere Berliner Lokalitäten eingeladen. Fujifilm machte – vermutlich nicht ganz zufällig – während der IFA mit der Roadshow in der Bundeshauptstadt Station. Nicht vergessen werden sollte auch Kyocera: Auf einer Pressekonferenz am Vorabend der IFA demonstrierte das Unternehmen zahlreichen Journalisten die neue superschnelle Finecam S5R.

Positive Impulse

Großmessen haben es zur Zeit bekanntlich schwer. Auch die IFA macht da, ebenso wie offensichtlich die kommende CeBIT, keine Ausnahme. Die photokina steht dagegen zur Zeit bei keinem führenden Fotounternehmen in Frage.

Unter dem Strich war die IFA 2003 für die Aussteller eine willkommene Gelegenheit, für gute Stimmung im Weihnachtsgeschäft bei Handel und Verbrauchern zu sorgen. Man möchte hinzufügen: Nie war das notwendiger als heute. Und der rasante technische Wandel im Digitalzeitalter sollte eigentlich Grund genug sein, Großmessen, die eine echte Orientierung für die Märkte geben könnten, zu unterstützen. Ob die Neupositionierung der IFA – nach eigenem Bekunden immer noch die weltgrößte Messe für Unterhaltungselektronik – in diesem Jahr schon wirklich gelungen ist, wird sich spätestens 2005 erweisen. Ein genauer Termin stand allerdings bei Redaktionsschluß noch nicht fest.

Am Stand des C.A.T.-Verlages standen die Fachzeitschriften imaging+foto-contact, PoS-MAIL und das englischsprachige Magazin INTERNATIONAL CONTACT im Mittelpunkt. Herbert Päge, Redaktion imaging+foto-contact und PoS-MAIL (links), begrüßte Cullmann Marketingleiter Jürgen Burgis.

SONY

- Carl Zeiss Vario-Sonnar
- Effektive 5,0 Mega Pixel
- Smile-Funktion für peruanische Ziegenhirten

Die Sony Cyber-shot V1 macht Fotos von brillanter Qualität und bietet vielfältige manuelle Einstellmöglichkeiten. Dank des Laser-Autofokus werden Ihre Bilder auch bei schwachem Licht gestochen scharf und mit dem NightFraming-Modus können Sie sogar bei absoluter Dunkelheit zielsicher fotografieren. Zudem verfügt die V1 über einen Mittenkontakt-Blitzschuh, so dass Ihr Motiv mit einem externen Systemblitz auch ins richtige Licht gerückt wird. Aber nur Sie können beim Trekking durch Peru einem alten Mann inmitten seiner Herde ein Lächeln entlocken.

Mit Memory Stick 32 MB im Lieferumfang. 'Sony', 'Cyber-shot' und 'Memory Stick' sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan. Das gezeigte VCL-DEH07V Weitwinkelobjetiv ist wahlweises Zubehör. Memory Stick PRO-Medien können nur mit Memory Stick PRO-kompatiblen Produkten benutzt werden.

Cyber-shot V1 MEMORY STICK PRO

Fordern Sie Ihren kostenlosen Testausdruck an. Mehr Informationen unter www.sony.de/cyber-shot

You make it a Sony

Verkaufsargumente für die neue Canon EOS 300D

Mit der Vorstellung der Canon EOS 300D als Spiegelreflexkamera mit sensationellem Preis-/Leistungsverhältnis hat Canon den Massenmarkt in diesem Segment mit einem Paukenschlag eröffnet. Jetzt läßt der Spiegelreflex-Marktführer den Worten Taten folgen: Die Auslieferung hat begonnen, und zwar in Stückzahlen, die der erwarteten Reaktion der Endverbraucher entsprechen. imaging+foto-contact beleuchtet die Technik der neuen Kamera im Detail und stellt die wichtigsten Verkaufsargumente zusammen.

Die Erwartungen an das neue Produkt sind auch bei Canon hoch. Etwa 70.000 EOS 300D, erwartet Alessandro Stanzani, Head of Marketing Canon Consumer Imaging Europe, sollen ab Oktober weltweit im Monatsdurchschnitt verkauft werden. Dadurch, so der Canon Top-Manager, soll der Markt für digitale Spiegelreflexkameras bis Ende des Jahres gegenüber 2002 um 400 bis 500 Prozent steigen. Aus den 70.000 digitalen SLRs, die 2002 in Europa verkauft wurden, sollen auf diese Weise 2003 350.000 Stück werden. Bis zum Jahre 2005, erwarten es die Canon Verantwortlichen, soll sich der Markt für digitale Spiegelreflexkameras in Europa gegenüber dem Jahr 2002 verzehnfacht haben. Und Hiroshi Komatsuzaki, Leiter Consumer Imaging bei Canon Europe, hat ein klar formuliertes Ziel, das die Position von Canon in diesem Massenmarkt definiert: Die Nummer eins mit einem Marktanteil von 50 Prozent zu werden.

Hiroshi Komatsuzaki hat das Ziel formuliert, mit der Einführung der EOS 300D die Nummer eins im digitalen SLR-Markt zu werden.

Nachfrage erzeugen

Für die internationalen Experten kam die Canon-Offensive bei den digitalen Spiegelreflexkameras durchaus überraschend. Das angesehene amerikanische Institut Lyra Research erwartete einen Durchschnittspreis von 1.200 US-$ für digitale Spiegelreflexkameras erst im Jahre 2006. „Diese Barriere haben wir jetzt bereits im Herbst des Jahres 2003 durchbrochen“, betonte Hiroshi Komatsuzaki. „Damit haben wir den derzeitigen Durchschnittspreis einer Digitalkamera sozusagen halbiert.“

Vor diesem Hintergrund sieht Harald Horn, Leiter Consumer Imaging Canon Deutschland, auch gute Voraussetzungen für einen durchschlagenden Erfolg der EOS 300D hierzulande. Auf genaue Stückzahlen wollte sich Horn zwar im Gespräch mit imaging+foto-contact nicht festlegen lassen, machte aber deutlich: „Sie können davon ausgehen, daß wir bis Ende dieses Jahres eine erhebliche Stückzahl ausliefern werden.“

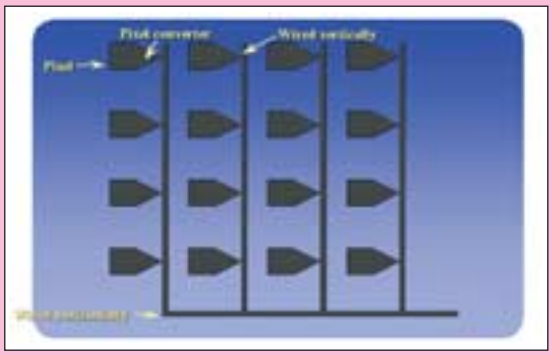
Feinste Technik

Der Erfolg der neuen digitalen Spiegelreflexkamera soll allerdings nicht allein auf ihrem vergleichsweise sensationell günstigen Preis basieren, sondern ebenso auf der innovativen Technik. Denn an anspruchsvoller Kameraausstattung wurde nicht gespart. Guido Krebs, Manager Consumer Products Marketing bei Canon Deutschland, hat imaging+foto-contact die wichtigsten technischen Verkaufsargumente für den Fotohandel erläutert.

Zu den herausragenden Features der neuen EOS 300D zählen neben einem 7-Punkt-Autofokus, einer Aufnahmegeschwindigkeit von zirka 2,5 Bildern pro Sekunde und 35 Feldern für die Belichtungsmessung die von Canon entwickelten Komponenten DIGIC-Prozessor und der CMOS-Sensor mit 6,3 Megapixeln.

Erstaunlicherweise ist die für den digitalen Massenmarkt konzipierte SLR mit demselben CMOS-Bildwandler ausgestattet, der bereits im Profimodell EOS 10D eingesetzt wurde. Er verfügt über die Bildfläche mit den APS-Abmessungen 22,7 x 15,1 mm. „Der CMOS-Sensor der EOS 300D unterscheidet sich nur durch sein Trägermaterial von dem Bildwandler, den wir in der EOS 10D einsetzen. Da die Trägerfläche kleiner ist, können mehr Chips pro Wafer produziert werden, was automatisch zu geringeren Produktionskosten führt“, erläutert Guido Krebs.

Stephan Riediger, General Manager Sales, Guido Krebs, Manager Consumer Products Marketing, und Harald Horn, Leiter des Bereichs Canon Consumer Imaging, zeigten sich bei der Canon-Roadshow in Neuss mit der Händler-Resonanz mehr als zufrieden.



Beim CCD-Sensor (oben) wird die elektronische Ladung der Pixel zeilenweise ausgelesen, bevor sie zum Analog-/Digitalwandler transportiert wird. Beim CMOS-Sensor ist jedes Pixel mit einem eigenen Prozessor ausgestattet, der das Lichtsignal in elektronische Impulse wandelt.

CCD versus CMOS

Um zu verstehen, warum Canon zumindest in den SLRs des Unternehmens den Einsatz von CMOS-Sensoren bevorzugt, muß man die unterschiedliche Arbeitsweise beider Bildwandler kennen. Beim CCD-Sensor wird die elektronische Ladung der Pixel zeilenweise ausgelesen und anschließend in einem Kondensator gesammelt, bevor die Ladung zum Digitalwandler transportiert wird, wo sie in einen digitalen Wert verwandelt wird. Beim CMOS-Sensor dagegen ist jedes Pixel mit einem eigenen Prozessor ausgestattet, der das Lichtsignal in digitale Impulse verwandelt. Zu den Vorteilen des CCD-Sensors zählt, daß er schon so lange in Digitalkameras eingesetzt wird und mittlerweile technisch ausgereift ist. So führen CCDs beispielsweise nur zu einem geringen Bildrauschen (Störsignale, die entstehen wenn andere Signale fälschlicherweise als Lichtsignale interpretiert werden).

Zu den Nachteilen zählt, daß das zeilenweise Auslesen mehr Zeit benötigt und darum nicht so viele Fotos nacheinander verarbeitet werden können. Hinzu kommt ein höherer Energieverbrauch. Höhere Energie ist gleichbedeutend mit mehr Wärme, und diese führt dazu, daß mehr Wärmerauschen entsteht.
Der CMOS-Sensor arbeitet, da jedes Pixel sofort verarbeitet wird, schneller und hat einen niedrigeren Energieverbrauch. Da der Prozessor hier aber mit dem Pixel in einer Einheit angeordnet ist, ist auch die Gefahr des Bildrauschens größer. In der Vergangenheit war das gerade bei preiswerteren CMOS-Sensoren ein Problem.

CMOS-Sensoren von Canon

Canon arbeitet bereits seit 1995 an der Entwicklung und Verbesserung der CMOS-Technologie. „CMOS-Sensoren haben wir von Anfang an in Kameras für den Highend-Bereich integriert, weil hier die Vorteile des Bildwandlers, wie beispielsweise sein schnelles Verarbeitungstempo, für eine leistungsfähige Serienbildfunktion richtig genutzt werden können."
Auch das Problem des Rauschens hat man bei Canon bereits frühzeitig gelöst. „Es gibt zwei verschiedene Formen des Rauschens. Zum einen existiert so etwas wie ein Grundrauschen, das bei einem CMOS-Element durch defekte Pixel oder Controllereinheiten immer an der selben Stelle auftritt. Dieses Rauschen ist relativ leicht zu korrigieren: Vereinfacht erklärt, haben die Canon Ingenieure ein Verfahren entwickelt, bei der Verarbeitung der digitalen Bildinformationen dieses Rauschen zu identifizieren und von den Daten „abzuziehen". Komplizierter wird es beim sogenannten thermischen Rauschen, das je nach einfallender Lichtmenge und Aufnahmegeschwindigkeit durch Wärmeentwicklung im Chip entsteht. Hier wird in Sekundenbruchteilen die Lichtmenge bestimmt und kann auf diese Weise vom Rauschen unterschieden werden. Dann kann es im Bildprozessor herausgefiltert werden."
Zusätzlich zu diesen Rechenprozessen wurden weitere Verfahren, beispiels-

Beim canon-eigenen DIGIC-Prozessor handelt es sich im Gegensatz zu den üblicherweise in Digitalkameras eingesetzten LSI-Prozessoren um einen reinen Bildprozessor.

weise eine verbesserte Isolierung der Eisenelemente, eingesetzt, damit die empfindliche Gitterstruktur des Sensors nicht gestört wird.

DIGI!C

Als Bildprozessor wird in der EOS 300D der von Canon entwickelte und hergestellte DIGIC (Digital Imaging Core)-Prozessor, statt der üblicherweise bei Digitalkameras eingesetzten LSI-Prozessor-Einheit verwendet. Der Vorteil von DIGIC gegenüber LSI ist, daß es sich dabei nicht um einen Universalprozessor, sondern um einen reinen Bildprozessor handelt, den das Unternehmen speziell für Imaging-Zwecke entwickelt hat. Universelle Bildprozessoren wie LSI, die in den meisten Digitalkameras verwendet werden, führen Bildberechnungen anhand eines einzigen, seriellen Datenstroms durch. Im Gegensatz dazu arbeitet DIGIC in einem Parallelmodus: Hierbei wird eine Vielzahl von Pixeln gleichzeitig verarbeitet. Aus diesem Grund ermöglicht DIGIC eine extrem schnelle Datenverarbeitung, was zusammen mit einem großen Pufferspeicher eine sehr schnelle Serienbildfunktion ermöglicht.

Bildbearbeitungsparameter

Die EOS 300D wurde mit neuen Standardeinstellungen versehen. Wählt der

Wählt der Anwender die Standardeinstellung Parameter 1, erhält er scharfe und brillante Fotos, vergleichbar mit den Bildergebnissen, die eine digitale Kompaktkamera bietet.

Parameter 2 liefert Bilder vergleichbar mit Aufnahmen der Profikamera EOS 10D. Dieser Bildmodus, der die Ergebnisse „weicher" aussehen läßt, bietet dem Anwender einen größeren Spielraum für die Bildnachbearbeitung.

Anwender „Parameter 1“, erhält er extrem scharfe und brillante Ausdrucke, wie sie besonders von Fotoamateuren bevorzugt werden. Profis dagegen wünschen sich weichere Bildergebnisse, weil ihnen dann mehr Freiraum für die Bearbeitung der Bilddaten zur Verfügung steht. Für sie bietet Canon den Modus „Parameter 2“ an, der zu denselben „weichen“ Bildergebnissen führt, wie sie beispielsweise die Profikamera EOS 10D liefert.

„Diese Alternativen sind vergleichbar mit der Auswahl zwischen Amateurfilmen und Profifilmen in der analogen Fotografie“, erklärt Krebs.

Der an den kleineren Sensor angepaßte Spiegel in der EOS 300D ermöglicht, da das Objektiv näher an den Sensor gerückt werden konnte, auch eine kompaktere und damit preisgünstigere Konstruktion des EF-S 18–55 mm f/3,5–5,6.

Objektivtechnik

Für einen Aufpreis von lediglich 100,- Euro bietet Canon die digitale SLR zusammen im Set mit dem Objektiv EF-S 18–55 mm f/3,5–5,6 an.

Der vergleichbar günstige Preis für diese Canon-Optik hängt auch mit der Kamerakonstruktion zusammen. So hat Canon die Spiegelgröße bei der EOS 300D dem im Vergleich zum Kleinbildfilm kleineren Sensorformat angepaßt. Dadurch ließ sich die Hinterlinse des Objektivs näher an den Bildsensor

Die neue Canon Digital Ixus i soll Design-Fans begeistern

4 Megapixel in 4 Farben

Mit der ultrakompakten Digital Ixus i bringt Canon rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft ein Kompaktmodell mit edlem Oberflächenfinish auf den Markt, das in vier verschiedenen Farben erhältlich ist. Mit einem 4-Megapixel-Sensor und aktueller Kameratechnologie bietet sie nicht nur äußerlich, sondern auch von den Bildergebnissen her viel fürs Auge.

Der trendige Nachwuchs für die bereits legendäre Ixus Kamerafamilie ist in den vier edlen Farben Platinum Silber, Piano Schwarz, Classic Bronze und Perlmutt Weiß erhältlich. Kompakte Gehäuse-Abmessungen von 9,03 x 4,7 x 1,85 cm und ein Gewicht von ca. 122 g inklusive Akku und Speicherkarte machen die Digital Ixus i zur „jederzeit-dabei-Kamera“.

Sehen lassen kann sich aber nicht nur das Gehäuse, sondern auch die Ausstattung der neuen Canon Digitalkamera. Der 4 Megapixel 1/2,5-Zoll CCD bietet mit 2.272 x 1.704 Pixeln genügend Auflösung, um das 39 mm Objektiv (Kleinbild-äquivalent) bei Bedarf durch das 5,7fach-Digitalzoom zu ergänzen. Neben der Optik mit asphärischer Linse sorgen die Canon iSAPS-Technologie und der DIGIC-Bildprozessor für gute Bildqualität. Schärfe, Belichtung, Weißabgleich und Farbalgorithmen werden automatisch an die Aufnahmesituation angepaßt. Neu ist die Quick Shot Funktion, eine Schnappschußeinstellung, mit der die Auslöseverzögerung deutlich reduziert werden kann.

Die Canon Digital Ixus i unterstützt den neuen, herstellerübergreifenden PictBridge-Standard und ist so für die Ausgabe von Bildern auf entsprechenden Fotodruckern ohne den Umweg über einen PC geeignet. Zur Ausstattung gehört auch die Möglichkeit der Aufnahme von Videosequenzen von maximal drei Minuten Länge mit einer Geschwindigkeit von 15 Bildern pro Sekunde und maximal 320 x 240 Pixeln Auflösung.

Mit der neuen Kamera will Canon rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft ab Ende Oktober ein neues Kapitel der Ixus Erfolgsgeschichte schreiben. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 399,- Euro inklusive 32 MB SD-Speicherkarte und Lithium-Ionen-Akku.

Als Zubehör gibt es ein kompaktes Allwettergehäuse, mit dem Tauchgänge bis maximal 3 m Tiefe absolviert werden können. Damit ist die Kamera nicht nur beim Schnorcheln, sondern auch am Strand oder beim Skifahren geschützt.

Camcorder mit DIGIC

Canon MVX3i

Mit dem High-Tech-Camcorder MVX3i und dem MVX10i im Ixus-Design präsentiert Canon zwei Camcordermodelle, die mit einem 2,2 Megapixel CCD ausgerüstet sind. Durch den Einsatz des herstellerübergreifenden PictBridge-Standards können die Geräte, die über eine Fotofunktion verfügen, für den Ausdruck von Aufnahmen direkt an einen Drucker angeschlossen werden. Canons neues Spitzenmodell, der MVX3i, ermöglicht die Aufnahme von Fotos mit bis zu zwei Millionen Pixeln Auflösung. Die Fotos können separat auf SD-Karte gespeichert werden. Dabei sorgen Digitalkamera-Funktionen wie ein automatischer Pop-Up-Blitz, ein Vorblitz zur Vermeidung roter Augen, acht verschiedene Aufnahmemodi und das AEB Auto Exposure Bracketing für eine hohe Fotoqualität. Ob Videoaufzeichnung oder Fotoaufnahme der RGB Primär Farbfilter und der bereits in Canon Digitalkameras bewährte Digital Image Core DV Prozessor (DIGIC) tragen zu einer hohen Bildqualität bei.

Verwacklungsfreie Aufnahmen garantiert trotz des zehnfachen optischen Zooms (digital 200fach erweiterbar) ein optischer Bildstabilisator. Für einen guten Überblick sorgt das dreh- und schwenkbare 3,5 Zoll-Display mit 246.000 Pixeln. In dem Gerät kommt erstmalig die bisher nur im 3-Chip-Camcorder-Bereich genutzte manuelle Tonsteuerung zum Einsatz. Der MVX3i hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 1.699,- Euro.

Der MVX10i bietet mit einem 2,2-Megapixel-Chip mit RGB-Filter, DIGIC-Prozessor, 10fach optischem Zoom und der Aufnahmemöglichkeit im 16:9-Modus ebenfalls feinste Videotechnologie. In das kleine, hochformatige und attraktive Gehäuse wurde ein 2,5 Zoll LCD integriert. Eine neue kompakte Blitzleuchte und der Super Night Modus sorgen für Aufnahme-Flexibilität auch unter schwierigen Lichtbedingungen. Der MVX10i ist ab September lieferbar und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 1.499 Euro.

Canon MVX10i

rücken. Im Ergebnis konnte so ein kompakteres und preisgünstigeres Objektiv angeboten werden. Generell empfiehlt Guido Krebs, beim Verkauf der neuen SLR auch das Folgegeschäft im Auge zu behalten. „Das kleinere Sensorformat eröffnet ganz neue Perspektiven beim Zubehörverkauf. Ein Standard 100er-Makro, das ursprünglich für die analoge Fotografie konzipiert wurde, bietet durch den Bildwinkelfaktor 1,6 eine Brennweite von 160 mm, wenn es mit der EOS 300D eingesetzt wird. Und das bei gleicher Lichtstärke. Noch besser kann man beispielsweise an einem modernen 75–300 mm-Objektiv mit integriertem Bildstabilisator verdeutlichen, welche Fortschritte seither in der Objektiventwicklung gemacht wurden. Denn daraus wird an der EOS 300D, nach Kleinbildmaßstäben ein lichtstarkes Super Telezoom mit einer Brennweite von 120–480 mm.“

Canon hat mit dem EF 55–200 mm f/4,5–5,6 II USM ein weiteres neues Objektiv vorgestellt. In Verbindung mit der EOS 300D würde das nicht speziell für Digitalkameras konzipierte Objektiv durch den Bildwinkelfaktor 1,6 eine Brennweite von 88–320 mm äquivalent zum Kleinbildformat bieten und so eine ideale Brennweitenerweiterung für den Anwender der neuen Kamera darstellen. Anwender analoger Kameras steht mit dem kleinen und leichten Objektiv eine ideale Tele-Zoomlinse für unterwegs und auf Reisen zur Verfügung. Das mit einem Ultraschallmotor ausgestattete Objektiv ist seit September lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 329,- Euro.

Das neue EF 55–200 mm f/4,5–5,6 II USM kann ergänzend zum EF-S 18–55 Objektiv der EOS 300D oder für analoge Fotografen als ideale Telezoom-Linse eingesetzt werden.

Daß die EOS 300D die hoch gesteckten Verkaufsziele erreichen wird, davon ist Guido Krebs überzeugt: „Mit der EOS 300D ist es uns gelungen, hochwertige Canon-Technik mit preisgünstigen Konstruktionsmöglichkeiten zu kombinieren, so daß wir eine SLR für den digitalen Massenmarkt anbieten können, in der die Technik digitaler Profimodelle steckt.“

DPS Click

Mehr als nur ein Ausschnitt:

ein kompletter digitaler Foto-Service.

Karte schon weg? Rufen Sie uns an unter: 0 21 02/4 86 92 50.

Bitte lächeln – heißt es ab sofort nicht nur vor der Kamera, sondern auch hinterm PC in Fotostudios und Labors. Denn DPS Click, der umfangreiche „Digitale Photo Service“, erschließt Ihnen die digitale Fotovielfalt – so einfach wie nie. Per leistungsstarken Rechner mit beweglichem 15"-TFT-Touchscreen erstellen Sie Index- und Digitalprints in Top-Qualität. Brennen Foto-CDs. Oder vervielfältigen Bilder, Negative und Dias mühelos – in 4 Bildgrößen Ihrer Wahl.

Bei Anschluss einer Digitalkamera können Sie sogar einen Passfoto-Service einrichten. Und dank zahlreicher Bildbearbeitungstools Fotomaterial korrigieren und verzieren. Von so viel Qualität und Effizienz müssen Sie sich einfach ein Bild machen. Eine Briefmarke genügt – wir vermitteln Sie unverzüglich an einen kompetenten Fachhändler in Ihrer Nähe weiter. Die ersten 20 Interessenten erleben vor Ort eine kostenlose Vorführung von DPS Click.

www.mitsubishi-evs.de

MITSUBISHI ELECTRIC
Changes for the Better
Electronic Visual Systems

Agfa gibt Einzelheiten über das neue digitale Minilab d-lab.1 bekannt

Kompakte Komplettlösung

Digitales Multitalent in kompakter Bauweise: das neue Agfa d-lab.1.

Das auf der PMA angekündigte voll digitale Kompaktlab d-lab.1 von Agfa wird im ersten Quartal nächsten Jahres ausgeliefert. Auf einer Pressekonferenz in München gab Agfa jetzt Einzelheiten über das kompakte Gerät bekannt, das ein komplettes Angebot analoger und digitaler Bilddienstleistungen auch an Standorten ermöglicht, für die Geräte mit größerer Kapazität überdimensioniert sind.

Diese Bildbeispiele zeigen die saubere Farbwiedergabe und hohe Schärfeleistung, die das Agfa d-lab.1 durch die Kombination von Agfas d-TFS Technologie mit der neuen MDDM Belichtungseinheit gewährleistet.

Das neue Agfa d-lab.1 ist ein kompaktes All-in-one-Gerät, das die Verarbeitung von bis zu 25 Mischaufträgen pro Stunde mit einer Printleistung (bei doppelten Abzügen je Vorlage) von 900 Bildern im Format 10 x 15 cm pro Stunde ermöglicht. Das größte Bildformat liegt bei 21 x 30 cm. Bei der Entwicklung der Maschine haben die Agfa-Ingenieure besonders großen Wert auf einfache Bedienung und vollautomatische Arbeitsweise gelegt. Dabei sollen das weiterentwickelte Agfa-eigene Bildverbesserungssystem d-TFS und die völlig neu entwickelte Belichtungstechnologie MDDM eine außerordentlich hohe Bildqualität gewährleisten.

Automatische Produktion

„Gerade für den Fachhandel ist ein digitales Minilab das ideale Instrument, um sich gegen preisaggressive Vertriebsformen wie Drogeriemärkte zu profilieren“, betonte Dr. Jörk Hebenstreit, Leiter des Agfa-Geschäftsfeldes Laborgeräte. „Dank der leichten Bedienung und unserer Technologie bietet das d-lab.1 die Möglichkeit, selbst mit gering qualifiziertem Personal ein komplettes Paket von analogen und digitalen Bilddienstleistungen zu vernünftigen Kosten anzubieten.“

So beschränkt sich der Arbeitsaufwand für einen Kleinbildfilm auf die Eingabe des unentwickelten Films mit Hilfe der mitgelieferten Kassette, das Drücken des Printknopfes und die Entnahme der fertigen Abzüge, des Index-Bildes und – wenn gewünscht – einer CD. Auch für die Verarbeitung von APS-Filmen ist das Gerät geeignet. Die Eingabe von Bildern aus digitalen Quellen erfolgt über die neue Agfa image box, die die Nachfolge der erfolgreichen Agfa e-box antritt. Für dieses Eingabeterminal steht sowohl eine Workstation-Software für die Bedienung durch das Laborpersonal als auch eine Kiosk-Oberfläche für die Auftragseingabe durch den Kunden zur Verfügung. Zwischen beiden Versionen kann durch einen einfachen Knopfdruck hin- und hergeschaltet werden. Die Agfa image box akzeptiert die gängigen Speichermedien wie CD, Compact Flash, Smart Media, Memory Stick, SD Card, Multimedia- und PC-Card. Andere Datenträger können über einen PC-Card-Adapter verarbeitet werden. Zudem ist das neue Agfa d-lab.1 auch für den einzigartigen Agfanet Print Service geeignet und kann dank seiner offenen

Die Eingabe digitaler Bilddateien erfolgt beim d-lab.1 über die neue Agfa image box, für die sowohl eine Workstation-Software für die Bedienung durch das Laborpersonal als auch eine Kiosk-Oberfläche für die Auftragseingabe durch den Kunden zur Verfügung steht.

Architektur auch in Verbindung mit der Bildbearbeitungsstation pixtasy betrieben werden.
Einfach ist auch der Umgang mit den Chemikalien für die Film- und Papierentwicklung: Die benötigten Chemikalien sind in einer Box kombiniert, die mit wenigen Handgriffen ausgewechselt werden kann. Zwei Papierkassetten ermöglichen die Produktion unterschiedlicher Bildformate oder Oberflächen ohne Materialwechsel.

Qualität durch Agfa-eigene Technologien

Um trotz des geringen Bedienungsaufwands eine erstklassige Bildqualität zu gewährleisten, setzt Agfa auch beim d-lab.1 die bereits im d-lab.2 und d-lab.3 bewährte einzigartige Bildverbesserungstechnologie d-TFS (digital Total Film Scanning) ein. Sie sorgt automatisch für pixelgenaue Bildkorrektur und ist zudem in der Lage, die typischen Aufnahmemerkmale bestimmter Digitalkameramodelle zu erkennen, etwa Unschärfe in der Tiefe oder ein Kippen der Farben, und zu korrigieren. Zudem werden ohne Eingriff des Bedienungspersonals auch Staub und Kratzer automatisch entfernt. „d-TFS garantiert eine Erstkopierate von durchschnittlich über 95 Prozent und sorgt damit nicht nur für zufriedene Kunden, sondern auch für wirtschaftliches Arbeiten mit deutlich vermindertem Papierausschuß“, betonte Dr. Hebenstreit.

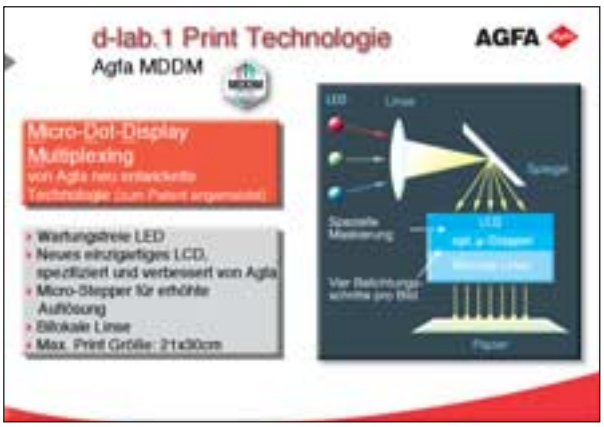
d-lab.2plus ersetzt d-lab.3

Das neue d-lab.2plus ist Agfas schnellstes digitales Minilab.

Als Nachfolger des erfolgreichen ersten digitalen Minilabs von Agfa, das d-lab.3, bringt der Weltmarktführer für Laborgeräte ab Oktober (zuerst in Europa) das neue Agfa d-lab.2plus auf den Markt. Mit einer Kapazität von bis zu 1.700 Bildern pro Stunde im Format 10 x 15 cm von analogen und digitalen Medien vereinigt es eine hohe Kapazität mit der Fähigkeit zur Herstellung von Poster Prints bis zum Format 30 x 45 cm. Damit konnte die Kapazität des d-lab.3 bei Bildern aus digitalen Quellen um über 50 Prozent gesteigert werden. Das neue d-lab.2plus verfügt über einen neuen Hochleistungsrechner zur schnellen Verarbeitung der riesigen Datenmengen. So liefert der Filmscanner allein pro Kleinbildnegativ nicht weniger als sechs Millionen Pixel. Für reibungslosen Papiernachschub gehören zum Gerät zwei 12-Zoll-Papierkassetten, für Ordnung am Ausgang sorgt ein 14fach Sorter.
Das Gerät verarbeitet Negativfilme aller üblichen Formate und gerahmte Kleinbilddias sowie digitale Bilddaten von CD, DVD, ZIP-, Floppy und allen gängigen Speicherkarten. Ein Netzwerk Interface erlaubt die Anbindung einer oder mehrerer unterschiedlicher Front-End-Stationen wie der Agfa image box oder der Bildbearbeitungsstation pixtasy. Schließlich läßt sich für die professionelle Bildbearbeitung auch eine individuell konfigurierte Workstation (PC oder MAC) mit dem d-lab.2plus verbinden. Ein geregelter Datenaustausch wird dabei durch die Agfa Transfer Software hergestellt. Auch zur Ausbelichtung von Internetaufträgen, z.B. über das einzigartige Agfanet, ist das Gerät geeignet. Für die CD-Produktion vom Film schickt das d-lab.2plus die Bilddaten parallel zum Printvorgang an die pixtasy oder eine externe Workstation. Das fertige Produkt, die Agfa pix CD, enthält neben den Bilddaten auch ein Programm zum Betrachten der Bilder und die Agfanet Print Service Client Software für Nachbestellungen über das Internet. Für die CD-Hülle kann ein CD-Index-Cover ausbelichtet werden.
Die Agfa d-TFS-Bildverarbeitungstechnologie gewährleistet gemeinsam mit der Laserbelichtungseinheit eine außerordentlich hohe Bildqualität.

	ppi (pixels per inch)		
	10x15cm	15x20cm	20x30cm
Agfa MSC.d	205	129	129
Agfa d-lab.2 / 3	400	400	400
Agfa d-lab.1	380	380	280

In der Auflösung ist die MDDM-Technologie im Format 10 x 15 cm mit Laser-Systemen vergleichbar.



Die von Agfa völlig neu entwickelte Belichtungstechnologie MDDM nutzt als Lichtquelle wartungsfreie LEDs. Ein neuartiges LCD, eine 3/4 Maskierung der Pixel und ein hochpräziser optischer Mikro-Stepper gewährleisten eine außergewöhnlich hohe Auflösung.

Neues Belichtungssystem MDDM

Während die bisherigen größer dimensionierten Agfa d-labs.2 und .3 die Bildinformationen mit Laser auf das Fotopapier belichten, kommt beim neuen d-lab.1 die aktuelle, von Agfa entwickelte Belichtungstechnologie MDDM (Micro Dot Display Multiplexing) zum Einsatz. „Da Lasersysteme vergleichsweise viel Platz beanspruchen, war die Entwicklung eines neuen Belichtungssystems

Dr. Jörk Hebenstreit (links), Leiter des Agfa Geschäftsfeldes Laborgeräte, und Holger May, Leiter Marketing Laborgeräte, erwarten von dem neuen Agfa d-lab.1 eine spürbare Belebung der Nachfrage nach digitalen Minilabs.

notwendig, um die kompakte Bauweise des d-lab.1 zu ermöglichen", erklärte Dr. Hebenstreit. „Dabei kam es uns als Weltmarktführer für Laborgeräte darauf an, ein Qualitätsniveau sicherzustellen, das keinen Vergleich mit Lasersystemen zu scheuen braucht." Bei der neuen Agfa MDDM Printtechnologie kommen als Lichtquelle wartungsfreie LEDs zum Einsatz. Das Licht in den drei Grundfarben Rot, Grün und Blau wird zunächst gebündelt und dann über einen Spiegel auf das Papier umgelenkt. Dabei bringt ein neu entwickeltes LCD mit einer speziellen Maskierung, die drei Viertel jedes Pixels abdeckt, die Bildpunkte mit hoher Präzision aufs Papier. Ein optischer Micro-Stepper verschiebt dieses LCD pro Belichtung vierfach und ermöglicht in Verbindung mit einer bifokalen Linse eine hohe Abbildungsleistung mit außergewöhnlicher Schärfe. „Im Gegensatz zu anderen Systemen werden die Bildpunkte dabei nicht übereinander, sondern nebeneinander belichtet," betonte Dr. Hebenstreit. „In Verbindung mit d-TFS führt diese neue Belichtungstechnologie dazu, daß das d-lab die beste Printqualität bei Minilabs in dieser Klasse realisiert. Aufgrund geringerer Pixelüberschneidung produziert das d-lab.1 mit Agfa MDDM schärfere Bilder als Laser- oder LCD-Systeme bei gleicher Auflösung." Diese beträgt beim Agfa d-lab.1 im Format 10 x 15 cm 380 ppi (pixels per inch) und liegt damit fast auf dem Niveau der Lasersysteme Agfa d-lab.2 oder .3 mit 400 ppi sowie deutlich über dem Agfa MSC.d mit 205 ppi.

Vielseitige Komplettlösung

Mit der Einführung des d-lab.1, das in Deutschland Ende des 1. Quartals 2004 zu einem Listenpreis von 119.000 Euro (als Komplettsystem inklusive Agfa image box, Kassetten für Papier- bzw. Filmverarbeitung, Leaderkarten etc.) ausgeliefert wird, setzt Agfa die erfolgreiche Strategie fort, nicht nur Geräte, sondern Komplettlösungen für ein erfolgreiches Bildergeschäft anzubieten. Dazu, so erläuterte Dr. Jörk Hebenstreit, gehört neben erstklassiger Technologie ein ganzes Paket von Unterstützungsmaßnahmen für Agfa-Kunden: Sie reichen von der Beratung für das richtige Gerät bis zu Wirtschaftlichkeitsberechnung, Gesamtgeschäftskonzept für die Finanzierung und PoS-Materialien für die Verkaufsunterstützung am Point of Sale. „Neben seiner hohen Bildqualität ist die Vielseitigkeit einer der größten Vorteile unserer digitalen Minilabsysteme", betonte Dr. Hebenstreit. „Das neue d-lab.1 ermöglicht ein komplettes Angebot von Bilddienstleistungen, zu denen z. B. in Verbindung mit unserer Workstation Agfa pixtasy auch Grußkarten, Bilder mit Rahmen, Paßfotos usw. gehören. Auch die Herstellung hochwertiger Schwarzweiß-Bilder und Bilder vom Dia ist möglich. Auf einer Standfläche von nur 1,6 qm haben wir ein vielseitiges Komplettsystem realisiert, das unseren Kunden bei einer insgesamt benötigten Fläche von 4,2 qm eine hervorragende Optimierung ihrer Erträge ermöglicht."

Wolfgang Göddertz, Leiter Trade Marketing bei Agfa-Deutschland, und Markus Scheidt, Trade Marketing Manager Minilab & E-Business, demonstrierten der Fachpresse die Qualität der Bildergebnisse, die mit dem d-lab.1 erzielt wird.

Die Chemikalien für die Entwicklung sind in einer Box untergebracht, die im Handumdrehen ausgetauscht werden kann.

Neue Papiere

Bereits ab September bringt Agfa mit den Colornegativpapieren Agfacolor Typ 12 und Agfacolor Prestige 3 eine neue Papiergeneration auf den Markt. Die Materialien unterscheiden sich von ihren Vorgängern Typ 11 und Prestige 2 vor allem durch eine deutlich gesteigerte Farbbrillanz und eignen sich für die Belichtung mit optischen Verfahren ebenso wie für den Einsatz in modernen, digitalen Minilabs.

Die erhöhte Farbbrillanz wird durch den Einsatz neuer Farbkuppler erreicht, die mit ihren geringen Nebendichten für leuchtendes Rot, sattes Purpur, sonniges Gelb, frisches Grün und knackiges Himmelblau sorgen sollen. Zudem gehören eine verbesserte Bildstabilität und klarere Bildweißen zu den Merkmalen der neuen Materialien. Die Umstellung im Labor soll nach Angaben von Agfa nicht mehr Aufwand verursachen als ein Emulsionswechsel. Die Papiere weisen ein gleiches Reziprozitätsverhalten auf wie ihre Vorgänger. Unverändert ist auch die spektrale Sensibilisierung. Daher ist ein Filterwechsel überflüssig.

Ebenfalls ab September gibt es die neue Agfa easy paper box 110 für Betreiber digitaler Agfa-Labs wie das d-lab.2 und zukünftig auch das d-lab.1 sowie des d-lab.2plus. Die neue Chemiebox reicht jetzt für 110 qm Fotopapier und übertrifft damit das jetzige Modell für das d-lab.2 um beinahe 50 Prozent. Änderungen an den Chemikalien-Konzentraten vermindern darüber hinaus die Gefahr von Ablagerungen im Trockner erheblich. Für die Umstellung bereits im Betrieb befindlicher d-lab.2 Geräte auf die neuen Regenerierquoten stellt Agfa eine CD-ROM zur Verfügung, die gemeinsam mit der easy paper box 110 ab September ausgeliefert wird.

Die Chemie in der neuen Agfa easy paper box 110 reicht jetzt für 110 qm Fotopapier.

CASIO.

Small cameras.
Big business.

Die einzigartigen EXILIM Digital Cameras von CASIO.

EX-Z3 .....3,2 Mega Pixel

EX-S3

neu

EX-S20 .....2,0 Mega Pixel

neu

EX-M20

neu

EX-Z4 .....4,0 Mega Pixel

EISA AWARDS Digital Mini Camera 2003-2004 Casio Exilim EX-Z3

foto MAGAZIN sehr gut Ausgabe 7/2003 EXILIM EX-Z3

PC go 7/03 TESTSIEGER EXILIM EX-Z3

MARKETING & INNOVATIONS CASIO EXILIM

Der Erfolg geht weiter: mit den exklusiven, schnellen und flachen EXILIM Digital Cameras. Ob 3fach optischer Zoom, extragroßes 2 Zoll TFT-Farbdisplay, Movie mit Ton, 10 MB interner Speicher und Speicherkartenslot für SD-/MMC-Speicherkarten, MP3-Player oder die praktische USB-Dockingstation – EXILIM Digital Cameras bieten für jeden Anspruch und jede Situation genau das richtige Modell. Sie werden begeistert sein – Ihre Kunden natürlich auch.

EX-Z4 USB-Dockingstation mit Dia-Show-Funktion

EX-S3 USB-Dockingstation mit Dia-Show-Funktion

EXILIM

www.exilim.de

Bezugsquelleninfo: CASIO Europe GmbH, Bornbarch 10, D-22848 Norderstedt • Österreich: Stadlbauer Marketing + Vertrieb Ges. mbH, Magazinstr. 4, A-5027 Salzburg
Schweiz: Hotline S.A., Via Magazzini Generali 8, CH-6828 Balerna, Tel.: +41 (0)91 683 20 91, Fax: +41 (0)91 683 34 44, E-Mail: info@hotline-int.ch, web: www.hotline-int.ch

24-25 Kojima Kodak 23.09.2003 16:03 Uhr Seite 1

Yusuke Kojima sieht großes Potential für Kodaks Digitalkamera-Geschäft

EHRGEIZIGE ZIELE

Yusuke Kojima, General Manager Consumer Digital Business Digital and Applied Imaging und Vice President der Eastman Kodak Company: „Wir wollen uns eine Position unter den ersten drei Herstellern für Digitalkameras auf dem Weltmarkt sichern."

Mit der Vorstellung von drei neuen EasyShare Digitalkameras, darunter die DX6490 Zoom Digital Camera mit 10fach-Zoomobjektiv von Schneider Kreuznach und vier Megapixeln, unterstrich Kodak auf der IFA seinen Anspruch, als Anbieter eines Vollsortimentes für die wichtigsten Zielgruppen den Markt aktiv zu gestalten. Für Yusuke Kojima, der seit April dieses Jahres als General Manager Consumer Digital Camera Business Digital and Applied Imaging und Vice President der Eastman Kodak Company für das Digitalkamera-Geschäft des Fotoriesen verantwortlich ist, bedeutet das, die Marke Kodak als Kameralieferant auch im oberen Marktsegment zu positionieren. Der 58jährige Manager, der 35 Jahre für Olympus arbeitete, genießt im jungen Markt für Digitalkameras den Ruf einer lebenden Legende. Unter seiner Federführung wurde der japanische Kamerahersteller zu einem der führenden Anbieter von Digitalkameras. Für Kodak hat Kojima ein klar definiertes Ziel: Die Weltmarke für Filme und Bilder soll auch für erstklassige Digitalkameras stehen. imaging+foto-contact hat in Berlin mit Yusuke Kojima über seine Strategie für Kodak gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Kojima, Sie sind im April von Olympus zu Kodak gekommen. Wie würden Sie die augenblickliche Position Ihres neuen Arbeitgebers im Digitalkamera-Markt beschreiben?

Yusuke Kojima: Es ist wirklich eine große Aufgabe, für Kodak zu arbeiten. Die Voraussetzungen in diesem Unternehmen sind völlig anders als in meiner früheren Position. Olympus hat sich im Fotomarkt traditionell als Kamerahersteller definiert. Kodak dagegen steht seit jeher für die Kombination von Kameras und Verbrauchsmaterialien. Dadurch bieten sich sehr viel größere Möglichkeiten, den Markt zu gestalten. Kodak beherrscht zahlreiche unterschiedliche Verfahren, aus digitalen Aufnahmen echte Fotos zu machen: auf Fotopapier, im Großlabor oder auf dem Minilab, am Kiosk im Fotogeschäft oder zu Hause mit dem Printer Dock. Das sind hervorragende Voraussetzungen, nicht nur mit den Bildern Geld zu verdienen, sondern auch im Kameragescäft eine führende Position zu erringen. Denn wir können unseren Kunden komplette Lösungen anbieten. Kodak hat zudem eine große Tradition darin, solche Lösungen besonders einfach zu machen.

In den USA wird bereits jede zweite mit dem

EasyShare Printer Dock kompatible Kamera mit einer solchen Station mit integriertem Fotodrucker verkauft.

imaging+foto-contact: Wollen Sie Kodaks Geschäftsmodell aus der analogen Fotografie einfach in die digitale Welt übertragen?

Yusuke Kojima: Das ist natürlich unmöglich, denn die Märkte für Digitalfotografie und chemische Bilder unterscheiden sich ganz wesentlich. Der Markt für chemische Bilder wurde und wird klar von den klassischen Fotounternehmen dominiert. Im digitalen Segment haben wir dagegen ganz andere Wettbewerber, denken Sie nur an Namen wie Hewlett-Packard, Epson oder Canon. Natürlich profitiert Kodak davon, daß das Unternehmen so viele unterschiedliche Printtechnologien beherrscht und führend in der für Fotoanwendungen besonders wichtigen Thermosublimationstechnologie ist.

imaging+foto-contact: Die von Ihnen genannten Wettbewerber setzen aber vorwiegend auf Inkjet. Dort hat Kodak zwar gute Papiere, aber keine eigene Drucktechnologie.

Yusuke Kojima: Das sehe ich nicht als Nachteil. Thermosublimation, wie sie zum Beispiel in unseren Picture Maker Kiosks und im EasyShare Printer Dock zum Einsatz kommt, ist die zuverlässigste Drucktechnologie für digitale Bilder, für Kiosks oder Home-Printing. Die Bilder sind lichtecht, wasserfest und

brauchen keinen Vergleich mit der Silberfotografie zu scheuen. Dabei ist es keine Frage, daß alle guten Druckverfahren ihre speziellen Marktsegmente finden können. Das klassische Fotopapier, zum Beispiel, ist die preiswerteste Lösung, bietet eine hohe Qualität und ist daher besonders für den Massenmarkt geeignet. Mit Sicherheit spielen auch Inkjet-Systeme eine wichtige Rolle, auch und gerade im Bereich des Home-Printing. Allerdings muß ich sagen, daß mich die Lösung, die Kodak mit dem EasyShare Printer Dock entwickelt hat, besonders fasziniert. Ein einziger Knopfdruck reicht aus, um von den Aufnahmen mit meiner digitalen Kamera echte Fotos zu bekommen und sie zum PC zu übertragen. Das ist genau der richtige Weg, um viele Endkunden für die Digitalfotografie zu begeistern.

imaging+foto-contact: Spiegelt sich das auch in den Verkaufszahlen wider?

Yusuke Kojima: Das tun sie, und Sie können mir glauben, daß ich weiß, wovon ich rede. Denn auch bei Olympus haben wir schließlich versucht, Kameras zusammen mit Printern zu verkaufen. In den USA, zum Beispiel, wird die Hälfte der Kodak Digitalkameras, die mit dem EasyShare Printer Dock kompatibel sind, mit einem solchen Gerät verkauft. Besonders aktive Händler erzielen sogar einen noch höheren Anteil. Zuvor war es sozusagen unmöglich, mehr als 10 Prozent der Kameras zusammen mit einem Printer zu verkaufen.

imaging+foto-contact: Finden Sie es nicht eigenartig, daß unser Gespräch über das Digitalkamera-Geschäft bei Kodak sich bisher ausschließlich um Printer dreht?

Yusuke Kojima: Das ist nur auf den ersten Blick erstaunlich. Sehen Sie, die fotografische Leistung von Digitalkameras steigt ständig, sowohl was die Ausstattung als auch was die Auflösung angeht. Um ein paar digitale Schnappschüsse per E-Mail zu versenden oder auf dem Computer-Bildschirm anzuschauen, braucht man diesen Aufwand nicht. Megapixel-Kameras sind dazu da, um echte Fotos zu machen. Und für Fotos steht eine Marke ganz besonders: Kodak. Das soll auch im digitalen Zeitalter so bleiben.

imaging+foto-contact: Wie wollen Sie das erreichen? Schließlich haben Sie eben selbst auf den Unterschied zwischen dem digitalen und dem traditionellen Fotomarkt hingewiesen.

Yusuke Kojima: Es ist richtig, daß man in der digitalen Welt nicht mit demselben Geschäftsmodell wie in der Silberfotografie automatisch Erfolg hat. Für mich bedeutet das, daß wir die Marke Kodak als Kameralieferant stärken müssen. Während wir bei der Silberfotografie die größte Wertschöpfung mit Verbrauchsmaterialien erzielen konnten, steht für mich außer Zweifel, daß wir bei Kodak auch mit Digitalkameras Geld verdienen müssen, um die notwendigen Investitionen zu finanzieren.

imaging+foto-contact: Ist das nicht leichter gesagt als getan?

Yusuke Kojima: Es ist immer eine Herausforderung, einen neuen Markt zu erschließen. Aber Kodak hat die besten Voraussetzungen: eine starke Marke, großartige Imaging-Technologien, Kompetenz bei der Entwicklung und Produktion von CCD-Sensoren, eine umfassende Expertise bei der Bildbearbeitungssoftware, im Farbmanagement usw. Und wir haben gerade in jüngster Zeit unsere Kamera-Palette systematische komplettiert, um alle wichtigen Marktsegmente abzudecken. Das sind gute Voraussetzungen.

imaging+foto-contact: Die besondere Stärke der Marke Kodak lag bisher vorwiegend bei Filmen und Bildern sowie bei Kameras im preisgünstigen Massensegment. Kann diese Marke glaubwürdig für Digitalkameras der Oberklasse stehen?

Yusuke Kojima: Es ist gerade meine Aufgabe, genau das sicherzustellen. Und dabei brauche ich wirklich nicht bei Null anzufangen. Unsere Produktpalette umfaßt bereits jetzt attraktive Modelle für alle wichtigen Marktsegmente: Wir haben die CX-Familie von besonders leicht zu bedienenden Kameras für den Schnappschuß-Fotografen, die LS-Linie für designorientierte Verbraucher, die auch die Qualität eines Schneider Kreuznach Objektives zu schätzen wissen, und für das obere Marktsegment die DX-Serie, die für den engagierten Amateur erstklassige fotografische Ausstattung mit hervorragender Optik und der Möglichkeit manueller Kontrolle verbindet. Was die Positionierung der Marke angeht, sollten Sie nicht vergessen, daß sich der Digitalkamera-Markt zwar stürmisch entwickelt, aber immer noch

Die neue Kodak EasyShare DX6490 Zoom ist für das Unternehmen ein wichtiger Schritt in das obere Marktsegment.

in einem relativ frühen Stadium ist. Noch sind die Anteile nicht endgültig verteilt. Und der Erfolg von Kodak wird wesentlich davon abhängen, welchen speziellen Nutzen der Konsument mit unserer Marke verbinden kann. Hier hat Kodak ein großes Potential, zu dem nicht nur die bereits erwähnten Drucktechnologien wie das EasyShare Printer Dock gehören, sondern ebenso innovative Displays mit OLED-Technologie, leistungsfähige Schneider Kreuznach Objektive und eine umfassende fotografische Ausstattung. Ein Beispiel dafür ist unsere neue EasyShare DX6490 Zoom Digital Camera, die mit ihrem 10fach-Zoomobjektiv von Schneider-Kreuznach nicht nur eine faszinierende Flexibilität bietet, sondern mit Dual Autofocus und TTL-Messung sowie manueller Kontrolle zahlreiche Features hat, die engagierten Fotografen Spaß machen. Hinzu kommen ein außergewöhnlich großes Indoor-/Outdoor-Display und ein elektronischer Sucher, der wie bei einer Spiegelreflexkamera nahezu das gesamte Bildfeld wiedergibt.

imaging+foto-contact: Welche Position sehen Sie auf dieser Basis für Kodak auf dem Digitalkamera-Markt der Zukunft?

Yusuke Kojima: Wir wollen unsere Position im oberen Marktsegment weiter verstärken, indem wir innovative Technologien und hohe Qualität anbieten. Zudem werden wir unser Sortiment in allen Segmenten so komplettieren, daß wir für alle Ansprüche die richtige Kamera im Programm haben. Auf diese Weise wollen wir uns eine Position unter den ersten drei Herstellern für Digitalkameras auf dem Weltmarkt sichern. Das ist zumindest unsere vorläufige Zielsetzung.

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

Datenversand im Netzwerk mit bis zu 54 Mbit/Sekunde

Viele Fotohändler, die ihr Angebot an Bilddienstleistungen ausbauen wollen, stehen vor der Frage, wie sie ein möglichst einfach zu installierendes Netzwerk einrichten können, mit dem der (Bild-) Datenaustausch zwischen den verschiedenen, oft in unterschiedlichen Räumen befindlichen Arbeitsplätzen sichergestellt werden kann.

Siemens bringt das erste integrierte Voice-Data-System

Mit dem neuen Gigaset SX550i dsl/cable bietet Siemens eine Lösung für dieses Problem an. Das Gerät, bei dem es sich laut Hersteller um das weltweit erste integrierte Voice-Data-System handelt, ermöglicht zum einen den Aufbau eines kabellosen Netzwerkes, in dem (Bild-)Daten nach dem neuen WLAN-Standard IEEE 802.11g (siehe Kasten rechts) mit einer Geschwindigkeit bis zu 54 Mbit pro Sekunde ausgetauscht werden können. So hat der Nutzer beispielsweise die Chance, Bilddateien, die von einer Kunden-Speicherkarte am Bildertresen in einen stationären Rechner oder ein Notebook übertragen wurden, schnell an sein Minilab in einem anderen Raum oder an einen zentralen Server zu übertragen – ohne zuvor neue Kabel verlegt zu haben.

Mit der als Zubehör erhältlichen Siemens PCI-Card 54 (unten) bzw. PC-Card 54 (oben) werden stationäre PCs und Notebooks fit für den schnellen Datenversand nach dem neuen WLAN-Standard.

Um diese Möglichkeit zu nutzen, bietet Siemens zwei Karten als Zubehör an: Während die PC Card 54 optional in Notebooks eingesetzt werden kann, wird die PCI-Card fest in stationäre Rechner eingebaut.

Sind die Rechner mit diesen Datenkarten ausgestattet, erlaubt das Gigaset SX550i dsl/cable über den integrierten Wireless-Router beliebig vielen PC-Nutzern einen DSL-schnellen Internetzugang. Zum Beispiel, um von einem Kunden online geschickte Bilddaten zur Verarbeitung von einem Server herunterzuladen oder um Digitalbilder, die im eigenen Geschäft angenommen wurden, an ein Großlabor zu verschicken.

Darüber hinaus läßt sich das Gerät natürlich auch als ISDN-Telefonanlage nutzen. In diesem Fall können bis zu sechs Mobilteile angeschlossen werden, und für drei unterschiedliche Nutzer steht bei Bedarf ein integrierter Komfort-Anrufbeantworter mit bis zu 25 Minuten Aufzeichnungszeit zur Verfügung.

Für denjenigen, der auf die Telefonfunktionen verzichten will, steht schließlich auch noch das Gigaset SE505 dsl/cable bereit. Es bietet ebenfalls die Möglichkeit zum Aufbau eines schnellen kabellosen Netzwerkes nach dem neuen WLAN-Standard.

Neuer WLAN-Standard heißt IEEE 802.11g

Das Standards Board des „Institute of Electrical and Electronics Engineers" (IEEE) hat Mitte 2003 den schnellen WLAN-Standard IEEE 802.11g verabschiedet. Dieser arbeitet im gleichen Frequenzbereich wie der bislang verbreitete Standard IEEE 802.11b, bietet aber mit 54 Mbit pro Sekunde eine deutlich höhere Bandbreite als die 802.11b mit 11 MBit pro Sekunde. IEEE 802.11g ist abwärtskompatibel. So lassen sich Geräte nach den beiden Standards zusammen betreiben, allerdings nur ohne die Geschwindigkeitsvorteile des neuen Standards.

PASSBILD STUDIO

Fehlt die Postkarte? Rufen Sie uns bitte an. 0700-444 333 77 (0,12 €/Minute)

KLEINER AUFWAND. GROSSER GEWINN.

ES LOHNT SICH, IHRE KUNDEN ZUM LÄCHELN ZU BRINGEN!

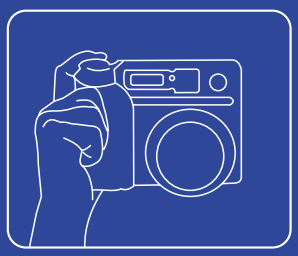
Die digitalen Olympus Passport Systeme

- Mehr Profit bei geringer Investition
- Innovative Technologie, einfach zu handhaben
- Zertifizierte Passbildqualität in nur 44 Sekunden
- Unterschiedliche Systeme für Ihre individuellen Anforderungen

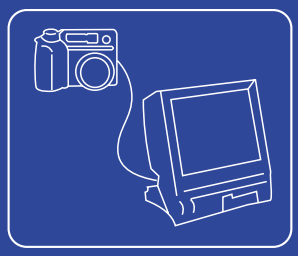
Rufen Sie an! 0700-444 333 77 (0,12 €/Minute)

OLYMPUS

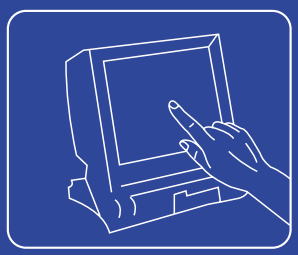
Your Vision, Our Future



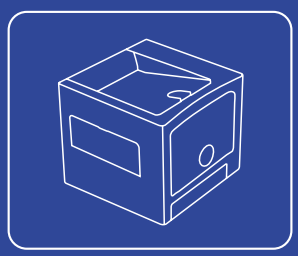
1. Fotografieren



2. Übertragen



3. Auswählen



4. Drucken

Das Olympus Advanced Passport System

Olympus eröffnet European Distribution Center in Hamburg

Wachstum braucht Logistik

Das neue European Distribution Center von Olympus soll die logistischen Voraussetzungen für weiteres Wachstum schaffen.

In Anwesenheit zahlreicher Geschäftspartner und Vertreter der Presse hat die Olympus Optical Co. (Europa) GmbH ihr neues European Distribution Center (OEDC) in Hamburg offiziell eröffnet. Auf dem mehr als 60.000 qm großen Gelände, von dem derzeit rund 20.000 qm von Olympus genutzt werden, sollen die bislang auf verschiedene Standorte verteilten Waren- und Ersatzteillager unter einem Dach zu einem gesamteuropäischen Logistik Center vereint werden.

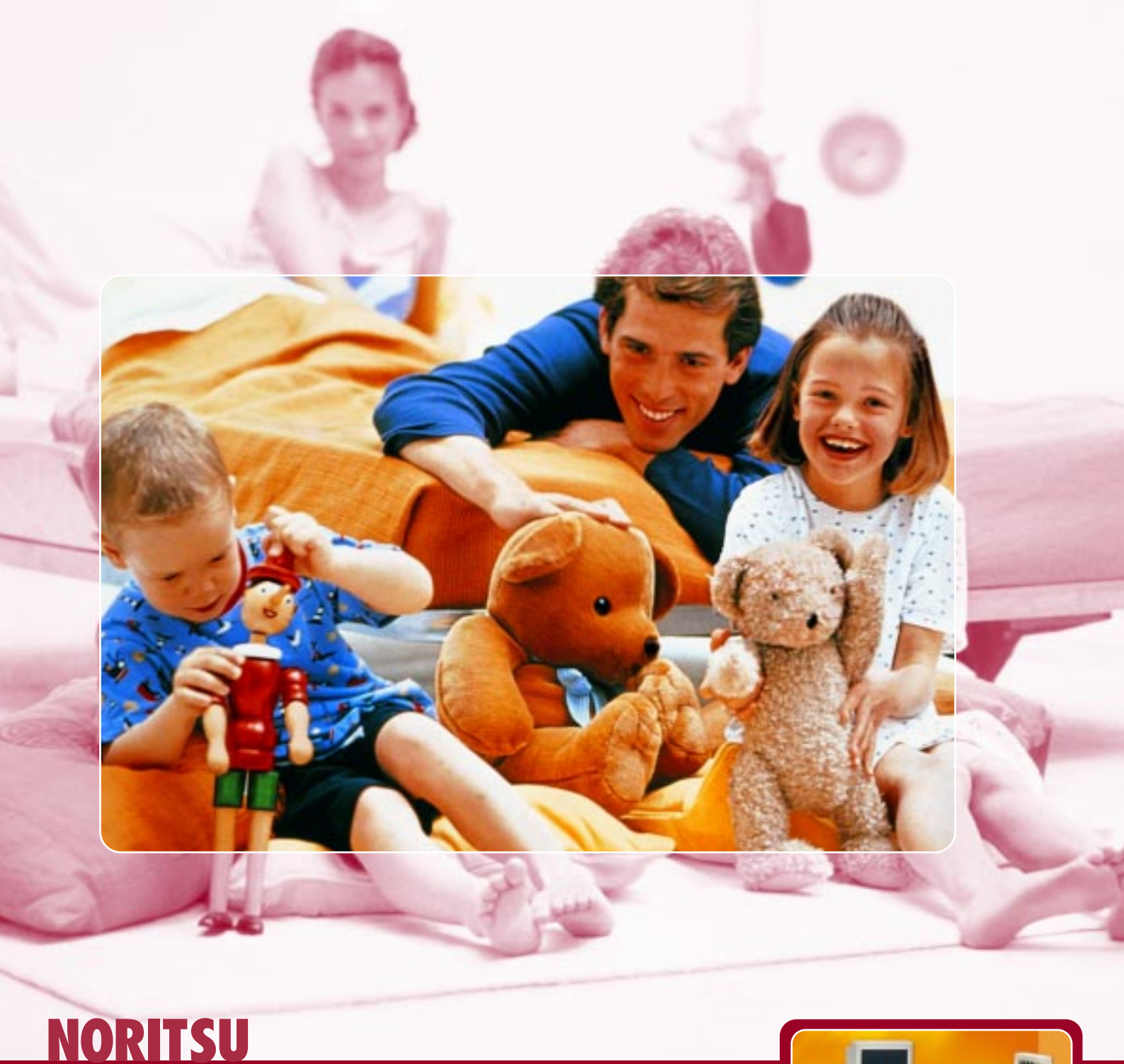
Mit dieser Investition trägt das Unternehmen, das in diesem Jahr als Olympus Europa-Zentrale sein 40jähriges Bestehen feiert, dem rasanten Wachstum der vergangenen Jahre Rechnung. Aus dem kleinen Vertriebsbüro am Hamburger Steindamm, das 1963 mit drei Mitarbeitern gegründet wurde, ist die Olympus Europa Gruppe geworden, die heute insgesamt 27 Vertriebs-, Service- und Produktionsgesellschaften in fast allen europäischen Ländern umfaßt. Die 100-prozentige Tochter der japanischen Olympus Optical Co. Ltd. beschäftigt 3.060 Mitarbeiter, davon 1.430 in Deutschland.

„Seit zehn Jahren sind wir jedes Jahr mit zweistelligen Raten gewachsen“, erklärte Dr. Werner Teuffel, Vorsitzender der Geschäftsführung der Olympus Optical Co. (Europa) GmbH. „Allein im vergangenen Geschäftsjahr 2002/2003 stieg unser Umsatz um 12 Prozent auf 1,216 Milliarden Euro, und im laufenden Geschäftsjahr wollen wir die 1,5 Milliarden Euro Grenze erreichen.“ Voraussetzung für dieses Wachstum im hart umkämpften europäischen Markt, fuhr Teuffel fort, seien natürlich erstklassige Produkte und Dienstleistungen: „Doch das allein reicht längst nicht mehr. Denn der Logistik, also den Material- und Informationsprozessen, die erforderlich sind, um die Kundenaufträge termin-, mengen- und qualitätsgerecht zu möglichst günstigen Kosten auszuführen, kommt mittlerweile eine fast ebenso große Bedeutung zu.“

Das neue European Distribution Center bietet alle Voraussetzungen, um zum logistischen Herzstück des Unternehmens zu werden und so die Voraussetzungen für weiteres Wachstum zu schaffen.

Fortsetzung auf Seite 30

Dr. Werner Teuffel, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Olympus Optical Co. (Europa) GmbH (links), und Detlef Aßmus, General Manager des Geschäftsbereiches Logistik bei Olympus Europa, freuen sich über die reibungslose Inbetriebnahme des neuen Distribution Centers.



NORITSU

Analog & Digital, 600 Bilder/h*

* 9x13cm

Andere verkaufen Pixel, Sie machen die Bilder...

NORITSU (Deutschland) Willich | fon: +49 (0) 21 54. 91 57-0 | fax: +49 (0) 21 54. 91 57-70

Fortsetzung von Seite 28

Jeder Kundenauftrag wird vollautomatisch durch die komplette, nahezu 1,5 km lange Fördertechnik transportiert.

Mehr als ein Lager

Das neue Distribution Center, betonte Detlef Aßmus, General Manager des Geschäftsbereiches Logistik bei Olympus Europa, sei weitaus mehr als ein Lager. Unter Logistik verstehe man bei Olympus die Steuerung der gesamten Beschaffungskette vom Einkauf bei den Lieferanten innerhalb und außerhalb des Olympus Konzerns über das Auftragsmanagement, die Kommissionierung nach Kundenspezifikationen bis zur pünktlichen Verteilung und Auslieferung. Besonders in Europa ist das eine überaus komplexe Problemstellung: So gibt es allein die Bedienungsanleitungen für Olympus Produkte in 22 verschiedenen Sprachen, von der Bestückung unterschiedlichster Kit-Verpackungen für die verschiedensten Märkte und Kunden gar nicht zu reden.

Das großzügige Gebäude in Hamburg-Billbrook mit hervorragender Verkehrsanbindung und Nähe zum Hafen bietet ideale Voraussetzungen, zu denen unter anderem ein flexibles Raumkonzept und eine ausgezeichnete Infrastruktur von logistischen Dienstleistern gehören. Um eine reibungslose Auftragsabwicklung auch in Spitzenzeiten sicherzustellen, hat Olympus in innovative Warenumschlags- und Fördertechnik investiert, bei der modernste Scan- und Verpackungsverfahren zum Einsatz kommen. „Für die Dokumentation der Abläufe in diesem Distribution Center brauchen wir sozusagen kein Papier mehr“, erläuterte Aßmus. „Stattdessen macht die lückenlose Kontrolle per Datenfunk – von Waren- bzw. Ersatzteileeingang bis zur Übergabe der Sendungen an Speditionen und Kurierdienste – den aktuellen Bearbeitungsstatus jederzeit nachvollziehbar. Mit jeder Kundenbestellung wird eine Auftragsnummer generiert, die mit den genutzten Transportbehältern am Anfang des Kommissionierbereiches verbunden wird. Der Kundenauftrag wird dann vollautomatisch durch die komplette, nahezu 1,5 km lange Fördertechnik in drei Ebenen über alle anzufahrenden Bearbeitungsstationen transportiert. Trotz aller Automatisierung kann der Status des Auftrages jederzeit verfolgt werden.“ Das Resultat, da sind sich die Olympus Verantwortlichen bereits heute sicher, werden kürzere Versandzeiten sowie deutlich geringere Kosten für Handling, Transport und Miete sein. Denn Olympus will Schritt für Schritt sämtliche für den europäischen Vertrieb notwendigen logistischen Service-Leistungen in das neue Distribution Center einbinden. „Die Kapazität ist so ausgelegt, daß wir hier nicht nur Großbestellungen unserer Niederlassungen, Distributoren und Händler bearbeiten, sondern, falls dies von ihnen gewünscht ist, Waren auch direkt an Händlerkunden ausliefern können“, erklärte Aßmus.

Warenerfassung durch die moderne automatische Scananlage.

Durch lückenlose Kontrolle per Datenfunk ist der aktuelle Bearbeitungsstatus jedes Auftrages ständig nachvollziehbar.

Nach dem Prinzip „Alles unter einem Dach“ hat Olympus erstmals auch Flächen an Fremdfirmen vergeben, die als externe Dienstleister ihre Leistungen direkt vor Ort erbringen. Dazu gehören unter anderem die Firma SCL als Betreiber des Lagers sowie das Unternehmen Kommpack, das bis zu einer Million jährlich verkaufter Kit-Verpackungen kommissioniert. Im Oktober wird zudem Xerox auf dem Gelände in Billbrook ein Druck-Center errichten, in dem unter anderem die Bedienungsanleitungen in zahlreichen Sprachen hergestellt werden sollen.

Neue Produkte, neue Märkte

In das neue Olympus European Distribution Center sind bereits die Fertigwaren- und Ersatzteil-Lager für den Consumer Bereich (Imaging Systems Europe) und für verschiedene Medical Systems Abteilungen integriert. Schon heute werden Händlerkunden in Deutschland, Österreich, den Niederlanden und Frankreich von Hamburg aus beliefert. In Zukunft sollen möglichst viele Kunden europaweit direkt beliefert werden. Nach erfolgreichem Start sind die Olympus Verantwortlichen sicher, daß dies gelingt: Seit Mai wurden von dem neuen Distribution Center aus Waren im Wert von 250 Millionen Euro ausgeliefert. Das bedeutet fast 50.000 Aufträge mit 200.000 Packstücken. Bereits in weniger als drei Jahren, so Dr. Werner Teuffel, werde jährlich Ware im Gesamtwert von über zwei Milliarden Euro von dem neuen Logistik Center aus bis in die letzten Winkel Europas verschickt.

Das rasante Wachstum von Olympus in Europa, so Teuffel weiter, erstrecke sich über die gesamte Produktpalette. Wesentlich hat natürlich der Boom bei Digitalkameras dazu beigetragen, aber auch mit den weltbekannten medizinischen Diagnose-Systemen, dem führenden Angebot von Endoskopen und den Mikroskopen ist Olympus in Europa überdurchschnittlich erfolgreich. Neben den innovativen Produkten hat auch die Veränderung der europäischen Landkarte bei Olympus für Wachstum gesorgt: Die osteuropäischen Länder bis nach Rußland sind inzwischen zu interessanten Märkten geworden und tragen wesentlich zum Umsatz bei. Auch in Zukunft, so stellte Teuffel selbstbewußt fest, steht Wachstum ganz oben auf dem Plan: Innerhalb weniger Jahre, so sein ehrgeiziges Ziel, soll sich der Europa-Umsatz von Olympus nochmals verdoppeln.

Auch die Bestückung von Kit-Verpackungen für zahlreiche europäische Länder gehört zu den Aufgaben des neuen European Distribution Centers.

Spuk mal !

Unheimliche Umsätze mit CENTURIA SUPER 400.

GUT
Im Test: 19 Kleinbild-Negativfilme
test 6/2003

Die herrlichsten Farbbilder auch bei wenig Licht.

Die Tage werden kürzer. Mit dem besonders lichtempfindlichen CENTURIA SUPER 400 können Ihre Kunden auch bei ungünstigen Lichtverhältnissen farbintensive und exzellent scharfe Fotos machen. Jetzt im Aktionspaket. Sechsundneunzigmal zu einem schrecklich günstigen Preis!
Vom 1. 10. bis 30. 11. 2003 werden Ihre Verkaufsräume vom Halloween-Zauber verwandelt: Jung und Alt werden magisch angezogen von einem tollen Gewinnspiel mit attraktiven Preisen - lassen Sie sich überraschen!

Konica Europe GmbH
Friedrich-Bergius-Straße 6 · D-85662 Hohenbrunn
Te.l: 08102/ 804-144 · www.konica-europe.de

Konica

IFA Zeiten – digitale Zeiten

Ulrich Vielmuth

Video war ein großes Thema auf der Berliner Funkausstellung – natürlich in der digitalen Variante. Die Digitaltechnik macht die modernen Camcorder nicht nur unglaublich flexibel – ein Beispiel dafür ist die Fotofunktion – sondern ermöglicht auch die nahezu professionelle Bearbeitung der Aufnahmen am PC. Magnetbandkassetten sind dabei nur noch eine Variante der eingesetzten Speichermedien. Die Zahl der Modelle mit DVD nimmt zu, und auf der IFA war der erste Camcorder der Welt mit Festplatte zu sehen. Ulrich Vielmuth hat für imaging+foto-contact die wichtigsten Neuheiten aufgespürt.

Samsung aus dem fernen Korea hatte selbstbewußt eine ganze Halle in Beschlag genommen, um die Botschaft einer modernen Freizeitgesellschaft und ihren notwendigen Attributen spektakulär zu verkünden. Auch außerhalb des Messegeländes in den Straßen von Berlin kündeten ganze Häuserwände von Samsung'schen Hightech-Produkten. Beeindruckend die starke Präsenz und die Angriffslust, denn zwei neue Camcorder mit völlig unterschiedlicher Philosophie wurden vorgestellt. Ebenso der größte Plasma-Fernseher der Welt mit einer Diagonalen von knapp 1,80 Meter und auch noch der größte LCD-Bildschirm der Welt. Verknüpft mit der Hoffnung, so richtig Fuß zu fassen auf dem deutschen Markt, der freilich als schwierig gilt.

Mit dem handkleinen und nur 195 Gramm leichten Camcorder namens ITCAM präsentierte Samsung den ersten Camcorder der Welt mit Festplatte – zu einem UVP von 999,- Euro. Statt auf Band speichert er Fotos, Filme, Bild- und Audiodaten auf einer 1,5 Gigabyte Festplatte, jedoch mit einem Qualitätseindruck – visuell beurteilt - , der deutlich unter dem bekannten DV-Level einzuordnen ist. Schön jedoch, daß eine Stunde Videoaufzeichnung in nur fünf Minuten über den serienmäßigen USB 2.0-Anschluß auf die Festplatte des Computers übertragen werden kann. Davon träumen wir Profis beim Fernsehen!

Die ITCAM speichert jede Aufnahme als eigene Datei. So können bestimmte Einstellungen ganz einfach gefunden und zusammengeschnitten werden, denn die Festplatte ermöglicht den Videoschnitt praktisch ohne Umweg. Die passende Software für die Bearbeitung wird gleich mitgeliefert. Der Mini kann aber noch mehr und ist ebenso als MP3-Player oder PC-Kamera zu verwenden.

Die zweite Überraschung von Samsung bedeutete der mit einem digitalen Fotoapparat kombinierte Camcorder namens VP-D 5000i. Im Prinzip keine ganz neue Idee, innovativ jedoch in der Ausführung. Das Besondere: Mit der neuartigen schwenkbaren Objektiv-Mechanik läßt sich ganz einfach zwischen beiden Funktionen hin und her schalten. Auf der einen Seite des Gehäuses arbeitet das Objektiv für den digitalen Camcorder, auf der anderen Seite die Optik mit der digitalen Fotokamera. Und die ist kein übliches Anhängsel mit befriedigender Fotoqualität, sondern bietet eine Auflösung von sensationellen 4,13 Megapixeln und kann gestochen scharfe Stehbilder liefern. Die meisten Mini-DV-Camcorder hingegen bringen nur eine Fotoauflösung von ungefähr 640 x 480 Pixeln zustande. Die neuartige Samsung DuoCam jedoch bietet mit einer Auflösung von 2.272 x 1.704 eine Qualität, die selbst für großformatige Papierabzüge geeignet sein soll. Preis: 1.499,- Euro (UVP incl. MwSt.).

Am Stand von MacroSystem tummelten sie sich zuhauf: die wißbegierigen älteren und gutsituierten Herren, die kaufkraftstarke Zielgruppe für hochpreisige Camcorder und passende Nachbearbeitungsgeräte. Hier konnte ich deutlich spüren, wie ambitioniert und wißbegierig gefragt, auch nachgefragt wurde. Kein Wunder, haben sich die Casablanca-Schnittcomputer in letzter Zeit zu einer beeindruckenden Modellreihe für ganz unterschiedliche Anforderungen entwickelt. Erstmalig gezeigt wurde Casablanca Smart Edit in seiner neuesten Ausgabe, Version 3. Ein Jahr nach Einführung ist die Casablanca Schnittsoftware um zahlreiche sinnvolle Funktionen erweitert worden, die in der Nachbearbeitungspraxis für Anwender von Avio-, Prestige- und Kron-Systemen von Interesse sind. Erstmals ist der Tonverlauf mittels einer Gummiband-Funktion zu steuern. Beliebige Lautstärkeverläufe können so grafisch dargestellt und verändert werden. Weitere Audio-Effekte und eine bessere Einbindung von Audio-CDs ergänzen die Neuerungen. Die erweiterte Timeline kann jetzt auch zur Bearbeitung und Darstellung eingesetzt werden. Scrollen und Wechseln eines Samples innerhalb der Timeline sind nun möglich. Durch Smart Edit Version 3 avanciert Casablanca zum Festplatten-Videorecorder, denn per Zeitsteuerung können beliebig viele Aufnahmen gestartet und beendet werden. Fernseh-Mitschnitte sollen problemlos möglich sein.

Die meisten Casablanca-Anwender verfügen mittlerweile über die Möglichkeit, mit ihrem Gerät DVDs in guter Bild- und Tonqualität zu produzieren. Eine solche DVD wird jedoch erst durch eine attraktiv gestaltete Hülle und mit einer entsprechenden Aufschrift perfekt und erhält eine professionelle Anmutung. Das gleiche gilt freilich auch für Hüllen von DV-, VHS- und S-VHS-Kassetten. Caladan ermöglicht nun eine solche Gestaltung mit Bildmaterial direkt aus dem eigenen Video.

Den neuen Hitachi-DVD-Camcorder der mittlerweile schon 3. Generation mußte ich erst lange suchen, bevor ich die völlig unauffällige Präsentation auf einem Gemeinschaftsstand entdeckte. Die schiere Größe von über 160.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche kann schon mal vom ambitionierten Besucher das Äußerste verlangen. Die japanischen Branchengiganten Sony und Panasonic zeigten erstmals eigene DVD-Camcorder. Mehr darüber und noch andere interessante Details von der IFA im nächsten Heft.

Citigate SEA

FinePix F700

DIE INNOVATION: HIGH DYNAMIC FÜR DEUTLICH BRILLANTERE BILDER.

FUJIFILM

www.finepix.de

In Japan sind sie bereits auf dem Markt, und auch hierzulande rückt die Einführung der ersten Fotohandys mit integrierter oder aufsteckbarer Megapixel-Kamera in greifbare Nähe. Damit wird sich ein Traum vieler Fotohändler erfüllen, denn ein leistungsstarkes Fotohandy ist gleichbedeutend mit einer Digitalkamera. Während jedoch die Digitalkamera in der Regel gezielt zu bestimmten Anlässen mitgenommen wird, ist es für viele Verbraucher inzwischen undenkbar geworden, das Haus ohne ihr Mobiltelefon zu verlassen.

Fotos aus Digitalkameras haben inzwischen eine gute Qualität erreicht, wie dieses Beispiel zeigt. Es entstand während der Internationalen Funkausstellung in Berlin am Stand von Sharp, wurde dort mit einem SH505i Megapixel-Fotohandy aufgenommen und sofort als Tintenstrahldruck im Originalformat 10 x 15 cm gedruckt.

Fotohandys bieten Chancen für neue Bilddienstleistungen

Aus dieser Tatsache ergeben sich für den Fotohandel neue Chancen im Bildergeschäft, denn ähnlich der Einführung von Digitalkameras vor Jahren ist auch mit der wachsenden Anzahl von Fotohandys ein erneuter Boom für die Fotografie zu erwarten. Wieder wird die Gesamtzahl aller in Deutschland aufgenommenen Digitalbilder emporschnellen, und wieder werden neue Zielgruppen mit dem Medium Fotografie konfrontiert werden. Der Fotohandel kann von dieser Entwicklung partizipieren, wenn er seine Chancen erkennt und am besten schon heute Antworten auf die Frage „Wie binde ich die neuen Möglichkeiten für Bilddienstleistungen in mein Portfolio ein?“ findet. Möglichkeiten dazu gibt es verschiedene. So zum Beispiel für das schnelle Bild am PoS. Hier stehen zum Beispiel Kiosklösungen wie der Kodak Picture Maker oder das Princiao Terminal von Fujifilm zur Verfügung, aber auch individuelle Lösungen mit oder ohne PC und kleinen Fotodruckern, beispielsweise von Sagem. Und auch Groß- und Fachlabore haben daran gearbeitet, Bilder aus Handys auf echtes Fotopapier bringen zu können. Printaufträge können, wie von Digitalkameras gelernt, per MMS oder E-Mail auch online erteilt werden. Dabei ergibt sich für Fotohandys ein gewaltiger (Zeit-) Vorteil gegenüber Digitalkameras:

Sagem präsentierte auf der IFA eine schnell und preiswert zu realisierende Lösung für das Printen von Handyfotos mit einem Thermosublimationsdrucker.

Handys haben die Technik, die zum Übertragen der Bilder an einen Laborbetrieb notwendig ist, bereits integriert. Während also zum Beispiel der Digitalkamerabesitzer zunächst von seinem Ausflug zurückkehren muß, um an seinem heimischen PC den Bildauftrag zusammenzustellen oder sein Speichermedium im Fotohandel abzugeben, könnte der Fotohandybesitzer die Aufnahmen schon von unterwegs an seinen Händler abschicken und sofort bei der Rückkehr in Empfang nehmen, besonders wenn ihm an seinem Standort eine schnelle Mobilfunkverbindung zur Verfügung steht.

Es besteht kein ernsthafter Zweifel daran, daß viele Verbraucher schon bald den Wunsch haben werden, die Bilder aus ihren Mobiltelefonen als Prints in der Hand zu halten. Ebenso kann vorausgesagt werden, daß diese Verbraucher die Chance dazu bekommen werden. Jetzt liegt es am Fotohandel, die Grundlagen dafür zu schaffen, daß dieses langfristig sicherlich lukrative Geschäft nicht bei branchenfremden Anbietern landet, sondern dort gemacht wird, wo es

Anwender können verschiedene Wege zur Übertragung der Bilddateien nutzen

hingehört, bei den traditionellen Bilddienstleistern im Fotohandel. Ach ja, auch der Verkauf von Handys mit entsprechenden Verträgen lohnt sich übrigens, denn die gezahlten Provisionen liegen in aller Regel deutlich über den Margen, die sonst im Hardwaregeschäft zu erzielen sind.

Die Handyhersteller leisten bereits einen Anteil am aufkeimenden Fotohandy-Bildergeschäft: Zum Weihnachtsgeschäft werden viele neue Modelle im Markt sein, die mit einer integrierten Kamera ausgestattet sind oder sich per aufsteckbarer Kamera zum Fotohandy erweitern lassen. Auf den folgenden Seiten geben wir einen Überblick über aktuelle Modelle.

Schon im Frühjahr angekündigt, jetzt endlich lieferbar ist das **Siemens SX1**. Das Triple-Band-Gerät zeichnet sich nicht nur durch ein vollkommen neuartiges Design aus, sondern auch durch eine Vielzahl von Ausstattungsmerkmalen, zu denen unter anderem eine integrierte Kamera, ein hochauflösendes, 176 x 220 Pixel großes TFT-Farbdisplay mit 65.536 Farben, MP3 Music Player und ein FM-Radio gehören. Für die Übertragung der Digitalbilder bietet das Multimedia-Handy drei Möglichkeiten: So können die Fotos per Bluetooth-Technologie an ein anderes Gerät (zum Beispiel einen bluetoothfähigen Fotokiosk) übertragen, per Multimedia Messaging Service (MMS) verschickt (warum nicht an einen Online-Printdienst?) oder auf einer auswechselbaren MultiMediaCard abgelegt werden. Die integrierte Kamera arbeitet mit VGA-Auflösung (640 x 480 Pixel) und ermöglicht damit Prints in akzeptabler Qualität in kleinen Bildformaten, beispielsweise 9 x 13 cm oder mehrere Bilder im Stickerformat auf 10 x 15 cm-Papier.

Siemens SX1

Auch beim neuen **Siemens ST55** ist das Fotografieren eine der möglichen multimedialen Anwendungen. Dazu besitzt das Handy eine integrierte Kamera mit vierfach digitalem Zoom. Damit lassen sich nicht nur, wie anfangs bei den meisten Fotohandys üblich, Schnappschüsse produzieren, sondern auch entfernte Motive näher heranholen oder Details größer herausstellen. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen des Siemens ST55 zählen das 120 x 160 Pixel große TFT-Farbdisplay mit 65.000 Farben, MMS-Technologie und ein Fünf-Wege-Joystick, der die Bedienung erleichtert. Zugang zum Internet (und damit beispielsweise zu Online-Fotoalben oder Labor-Portalen) bietet das ST55 über WAP 2.0., GPRS 10 sorgt dabei für den schnellen Seitenaufbau und den schnellen Versand von (Bild-)Daten. Das Gerät ist ab sofort verfügbar, wird aber zur Markteinführung nur für T-Mobile angeboten. Es soll ohne Vertrag unter 400 Euro und mit einem Laufzeitvertrag von 24 Monaten ab 130 Euro kosten.

Siemens ST55

Ein Farbdisplay, das die Beurteilung von Fotos erleichtert, und eine integrierte Kamera sind zwei der wichtigsten Kennzeichen des **Siemens MC60**, der Neuheit in der M-Klasse des Münchner Handyherstellers. Das Gerät steht dem Handel ebenfalls ab sofort zur Verfügung und richtet sich mit verschiedenen Trendfarben, zum Beispiel Aquamarine, Titanium und Grenadine, vor allem an eine junge Zielgruppe. Weiteren Spielraum für die individuelle Gestaltung läßt die bunte Auswahl an CLIPit Covern in ausgefallenen Farben. Die integrierte Kamera, die auch noch bei schwachem Licht eingesetzt werden kann, und das Farbdisplay machen das 86 Gramm schwere MC60 zum Begleiter für alle, die Eindrücke und Stimmungen immer gerne und jederzeit mit ihren Freunden teilen möchten und sich auch später noch an stimmungsvolle Momente ihres Lebens zurückerinnern wollen.

Siemens MC60

Eine weitere Neuheit ist das Triband-Handy **Siemens C60**. Dieses wird durch die aufsteckbare QuickPic Kamera mit integriertem Blitz, Sound-Aufnahmefunktion, Farbdisplay und gewohnt benutzerfreundliche Menüführung charakterisiert. MMS (Multimedia Messaging) und Triband-Technologie ermöglichen, von fast jedem Ort der Welt aus Bilder zu versenden – an andere Besitzer eines MMS-Handys, an Fotoalben im Internet oder an Laborbetriebe, die die Digitalbilder auf echtem Fotopapier printen. Das

Siemens C60

Neue Modelle haben VGA-Auflösung und oftmals erweiterte Fotofunktionen

Trendgeräte richten sich vor allem an eine junge, modebewußte Zielgruppe

C60 wendet sich an Anwender, die klassisch-eleganten Look bevorzugen, aber dennoch nicht auf Möglichkeiten zur Individualisierung ihres Handys verzichten wollen. So bietet Siemens, neben einer großen Auswahl an CLIPit Covern in vielen Farben und Designs, polyphone Klingeltöne, Logos und vieles mehr an.

Durch die aufsteckbare Quickpix-Kamera mit integriertem Blitzgerät wird schließlich auch das **Siemens M55** zum Fotohandy. Auch mit diesem Gerät wendet sich Siemens mobile an junge Mobiltelefonierer, die nicht nur Spaß am Äußeren haben, das im Metal Mood Design gestaltet wurde, sondern die auch multimediale Unterhaltung in Form von Sounds und Spielen wünschen. Das Triband-Handy mit hochauflösendem Farbdisplay verwendet für Tastatur und Geräterückseite markante Designelemente in X-Form. Das Gerät bietet MMS, GPRS (Klasse 8), polyphone Töne, Sprachsteuerung, Java-Technik und einen E-Mail-Client.

Siemens M55

Das **Sony Ericsson Z600** ist das Top-Produkt unter den Herbstneuheiten des japanisch-schwedischen Handyherstellers. Das Gerät ist das erste Klapp-Handy des Unternehmens mit austauschbaren, farbigen Ober- und Unterschalen. Das GSM/GPRS-Mobiltelefon besitzt eine eingebaute Kamera und ein brillantes TFD-Display (Thin Film Diode) mit 65.536 Farben. Es kommt im vierten Quartal in den Handel. Das Z600 bietet mit seinem Quick Share-Bedienkonzept den nach Angaben des Herstellers derzeit schnellsten und einfachsten Weg, Bilder aufzunehmen und über mobile Netzwerke oder zwischen Geräten auszutauschen. Zur Übertragung von Bildern, Sounds oder Displayprofilen stehen verschiedene Schnittstellen zur Verfügung, darunter Bluetooth. Ein zweites Display an der Außenseite zeigt die Telefonnummer eines Anrufers, Zeit, Netz- und Akkustatus an. Neben den austauschbaren Style-Up-Covern bietet das Z600 weitere Möglichkeiten zur Personalisierung im Farbdisplay, auf dem Style-Up-Motive, Fotos und Hintergrundbilder dargestellt werden können. Das Mobiltelefon enthält bereits vorinstallierte Bildmotive, die zu den lieferbaren farbigen Ober- und Unterschalen passen. Weiterhin enthält das Z600 verschiedene Spiele, allen voran V-Rally 2, eines der populärsten Rennsportspiele für Konsolen.

O_2 xda II

O_2 will dem Handel zum Weihnachtsgeschäft eine neue Version des **O_2 Xda** zur Verfügung stellen. Der Xda II verfügt über eine eingebaute Kamera und unterstützt Bluetooth sowie optional WLAN. Der Xda II ist ebenso wie das Vorgängermodell eine Kombination aus Handy und Internet-PDA. Er besitzt eine integrierte Digitalkamera mit VGA-Auflösung (640 x 480 Pixel), umfassende Multimedia-Messaging-Funktionen, Bluetooth, Triband-Technik, die den Einsatz in Europa, USA und Asien ermöglicht, ein Farbdisplay mit bis zu 65.536 Farben, einen schnellen Prozessor (Intel XScale 400 MHz) für beschleunigte Datenverarbeitung, erhöhte Sprech- und Standby-Zeit, Microsoft Windows Mobile 2003, Phone Edition, Wireless-LAN-Technik optional (über SD/IO). Die Benutzer können mit dem Gerät nicht nur mobil telefonieren und fotografieren, sondern auch im Internet surfen, E-Mails abfragen und verschicken, Termine und Kontakte verwalten sowie Word- und Excel-Dokumente bearbeiten.

O_2 hat außerdem das erste eigene Mobiltelefon vorgestellt: Das Klapphandy **O_2 X1** bietet neben einer integrierten, drehbaren VGA-Kamera weitere Funktionen wie MMS, neue Java-Spiele oder polyphone Klingeltöne. O_2 erweitert damit sein Angebot an Multimedia Mobiltelefonen. Das Display zeigt über 65.000 Farben und dient beim Fotografieren als Sucher. Bis zu 100 Bilder oder 20 Java-Spiele kann der Kunde auf seinem Handy speichern. Weitere Kennzeichen des X1 sind die 40stimmigen Klingeltöne, drei bereits installierte Java-Spiele und das Gewicht von 80 Gramm.

Samsung erweitert die Reihe seiner Mobiltelefone erstmals um ein Modell mit eingebauter, drehbarer Kamera und integriertem Blitz. Zur Ausstattung des **Samsung SGH-X600** gehören darüber hinaus Java-Technologie, erweiterte MMS-Dienste, hohe Speicherkapazitäten und komfortables Personal Management. Im Design gibt sich das GPRS Class 10-Handy trendbewußt mit farbiger Front, silbernen Tasten und einer silbern eingefaßten Antenne in derselben Farbe wie die Gehäusefront. Die Kameraeinheit des SGH-X600 befindet sich geschützt im Gehäuse und wird bei Bedarf gedreht und

Easy imaging. Easy business.

Extrem schnell und einfach zu bedienen: die neue QV-R40.

Originalgröße

QV-R40

Endlich wird das digitale Fotografieren noch einfacher und schneller mit der neuen QV-R40 von CASIO:

4,0 Megapixel, 3fach optischer Zoom, in ca. 1 Sekunde aufnahmebereit, Direct-On-Funktion, Auslöseverzögerung von ca. 0,01 Sekunde*, BESTSHOT, Coupling Shot u.v.m. So wird nicht nur das Fotografieren zum reinen Vergnügen, sondern auch das Beraten und Verkaufen.

* nach Fokussierung, LCD und Blitz aus

CASIO®
www.casio-europe.com

Bezugsquelleninfo: CASIO Europe GmbH, Bornbarch 10, D-22848 Norderstedt • Österreich: Stadlbauer Marketing + Vertrieb Ges. mbH, Magazinstr. 4, A-5027 Salzburg
Schweiz: Hotline S.A., Via Magazzini Generali 8, CH-6828 Balerna, Tel.: +41 (0)91 683 20 91, Fax: +41 (0)91 683 34 44, E-Mail: info@hotline-int.ch, web: www.hotline-int.ch

positioniert. Sie verfügt erstmals über eine Blitzfunktion. Diese wird über die Zifferntaste „0“ im Kamerabetrieb aktiviert. Bei der Auflösung der Fotos stehen vier Formate von 640 x 480 Pixel (VGA-Format) bis 128 x 120 Pixel zur Verfügung. Die Fotoqualität läßt sich außerdem von Superfein bis zum Sparmodus in vier Stufen regulieren. Für die Wiedergabe der Fotos sorgt das Display mit 65.536 Farben und einer Auflösung von 128 x 128 Pixeln. Digitalzoom, Kontrasteinstellung, Fotoeffekte und -rahmen komplettieren die Kameraausstattung. MMS-fähig sendet und empfängt das SGH-X600 multimediale Nachrichten mit einem Umfang von bis zu zehn Seiten mit jeweils einem Foto-, Text- und Soundelement pro MMS. Für die multimedialen Elemente hat das Samsung-Handy insgesamt 9 MB dynamischen Speicherplatz reserviert.

Das neue **Samsung SGH-E700** ist das Klapphandy des Unternehmens mit integrierter Antenne. Eines seiner besonderen Kennzeichen ist die Kamerafunktion: Trotz nichtdrehbarer Kamera mit dem Objektiv über dem Frontdisplay können Fotos sowohl mit geschlossener als auch mit geöffneter Klappe geschossen werden. Im geöffneten Zustand dient das 128 x 160 Pixel große Innendisplay mit 65.536 Farben als Sucher, in geschlossenem Zustand übernimmt das Außendisplay diese Funktion. Das Auslösen der Kamera erfolgt über eine Zusatztaste an der Gehäuseseite. Die Kamera bietet maximal VGA-Auflösung, Fotos lassen sich aber in drei weiteren Auflösungsmodi bis zum Speicher sparenden Mobilformat mit 128 x 120 Pixeln aufnehmen. Zusätzlich kann der Benutzer die Fotoqualität in vier Stufen von Superfein bis zum Sparmodus einstellen. Als weitere Extras bietet die integrierte Kamera

Kodak gehört zu den Unternehmen, die sich verstärkt um Lösungen für das Printen von Handybildern einsetzen. Auf der Internationalen Funkausstellung konnten sich die Besucher im Kodak Truck ein Bild von den aktuellen Möglichkeiten machen.

Serienaufnahmen und Nachtbetriebsmodus, visuelle Effekte – wie Negativaufnahmen, Aufnahmen im Sepia-Ton oder als Bleistiftskizze – und eine Vielzahl von Rahmen, die man um die Fotos setzen kann. Schließlich verfügt das SGH-E700 über Kontrast- und Helligkeitsregelung und einen Fünffach-Digitalzoom. Beim Versand von MMS können je Nachricht bis zu zehn Seiten mit jeweils drei Elementen (Foto, Sound, Text) zusammengestellt und verschickt werden. Zum Ablegen der Digitalbilder besitzt das neue Samsung Handy einen flexiblen 9 MB Speicher.

T-Mobile MDAII

T-Mobile wird voraussichtlich Ende Oktober den Mobile Digital Assistant in einer weiteren Variante mit mobilen und multimedialen Eigenschaften auf den Markt bringen. Der **T-Mobile MDA II** kann Bilder und Videos aufnehmen und als MMS verschicken. Die eingebaute Kamera bietet VGA-Auflösung (640 x 480 Pixel), das große Touchscreen-Display 65.000 Farben. Zu den multimedialen Eigenschaften zählen ebenso die Möglichkeiten, Videos im MPEG 4-Format oder Sounddateien im MP3-Format abzuspielen. Das Gerät besitzt einen 128 MB großen Speicher und eine Bluetooth-Schnittstelle. Es wendet sich damit vor allem an Nutzer, die ihre Arbeit in Bild und Ton gestalten, dokumentieren oder kommunizieren möchten. Das Triband-GPRS-Gerät ist mit dem neuen Microsoft Betriebssystem Windows Mobile 2003 für Pocket PC Phone Edition ausgestattet. E-Mails lassen sich komfortabel und schnell empfangen, bearbeiten und versenden – auch das Lesen und Bearbeiten von Attachments, wie zum Beispiel Microsoft Word und Excel, ist möglich.

Alcatel hat mit dem **One Touch 735** ein Multimedia-Handy mit integrierter Digitalkamera und digitalem Mehrfachzoom auf den Markt gebracht. Die Kamera arbeitet mit einer Auflösung von 352 x 288 Pixeln und einem stufenlosen, digitalen Achtfach-Zoomobjektiv. Damit wird es dem Benutzer möglich, entfernte Motive näher her-

Dynamische Speicher bieten viel Platz zum Ablegen der digitalen Bilddateien

»Ich glaube, wir werden beobachtet…«

NEU! DiMAGE Z1

40x näher dran! Vergessen Sie zu kleine Abbildungen von weit entfernten Motiven. Der Zoombereich der DiMAGE Z1 umfasst sensationelle 38 – 1520 mm (10fach optisch, 4fach digital)!
Verpassen Sie nichts! Der superschnelle Autofokus und die ultraschnelle Bildfolge (bis 10 Bilder/Sek.) sichert Ihnen jeden Schnappschuss.
Film ab! Auch Videoclips in überragender Qualität (30 Bilder/Sek. in VGA-Auflösung) sind möglich.

Endlich eine kleine Digitalkamera mit 3,2 Megapixeln für große Entdeckungen. Einfach in der Handhabung, attraktiv im Design und super im Preis: UVP € 479,-

MINOLTA
The essentials of imaging
www.minolta.de

Erste Handys mit Megapixel-Kameras überzeugen durch hohe Bildqualität

anzuholen oder Motivdetails groß herauszustellen. Die Fotos können auf dem 33 x 33 mm großen Farbdisplay mit 4.096 Farben begutachtet und danach in einem Media-Album zwischengespeichert werden. Das Handyfoto läßt sich wahlweise mit Text oder Ton kombinieren und direkt per MMS oder als E-Mail versenden. Mit Mosaiken und Photo-Clips stehen zudem verschiedene Schnappschuß-Modi zur Verfügung, die mit Fotorahmen und eigenem Bild-Stempel kombiniert werden können. Das Handy bietet darüber hinaus drei vorinstallierte Spiele, deren Nutzung durch einen Fünf-Richtungs-Joystick und einen „Fire"-Knopf unterstützt wird. Zu den Spielen passen auch die 24 polyphonen Klangeffekte mit bis zu 60 Instrumenten. Das GPRS-Handy verfügt darüber hinaus über einen integrierten Personal Information Manager (PIM), der ein Mehrfeld-Adreßbuch, einen Terminplaner sowie eine To-Do-Liste beinhaltet.

Nokia hat mit dem Modell **Nokia 3200** ebenfalls ein neues Mobiltelefon mit einer integrierten Kamera und einem großen Farbdisplay vorgestellt. Das Gerät unterstützt Multimedia-Mitteilungen, bietet Spaß und Unterhaltung und anhand neuer „do-it-yourself" Cover-Vorlagen zum Ausschneiden innovative Möglichkeiten der Individualisierung. Das Nokia 3200 ist mit einer integrierten Digitalkamera und neuen Bildbearbeitungsfunktionen ausgestattet, die das Aufnehmen, Bearbeiten und anschließende Versenden von Fotos per MMS erleichtern. Das Farbdisplay besitzt eine Auflösung von 128 x 128 Pixeln. Die transparenten Cover für die Vorder- und Rückseite des Nokia 3200 dienen als Rahmen für ein Design, das vom Nutzer individuell gestaltet werden kann – zum Beispiel mit Fotos, die mit der integrierten Kamera aufgenommen wurden. Das Nokia 3200 mit GPRS- und EGDE-Unterstützung wird als Triband-Telefon in zwei Versionen angeboten: zum einen für (E)GSM 900-, 1800- und 1900-Netze im europäischen und im asiatischen Markt, zum anderen für GSM 850-, 1900- und 1800-Netze im US-amerikanischen Markt. Die Auslieferung beginnt voraussichtlich im Verlauf des vierten Quartals 2003. Das Nokia 3200 Mobiltelefon verfügt über einen XHTML-Browser, der die Nutzung mobiler Internetdienste noch vielseitiger und attraktiver macht. So können Dienste genutzt werden, die neben Text auch farbige Grafiken, Animationen und Frames verwenden.

Noch steht bei der Handyfotografie der Spaß an erster Stelle, doch schon in wenigen Monaten werden die Anwender auch auf hohe Bildqualität nicht mehr verzichten müssen.

Einen Ausblick auf die Zukunft der Handyfotografie hat Sharp auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin gegeben. Die beiden neuen Mobiltelefone **Sharp J-SH53** und **Sharp SH505i**, die bereits von Mobilfunk-Providern in Japan angeboten werden, beeindruckten nicht nur durch ein verbessertes 6,1-cm-CGS-Display mit rund 260.000 Farben, sondern auch durch die laut Sanyo weltweit ersten CCD-Kamerachips für Mobiltelefone mit über einer Million effektiver Pixel in Bildauflösungen bis zu 1.144 x 858 Bildpunkten. Den fototechnischen Mittelpunkt der Geräte bildet das von Sharp entwickelte Kameramodul LZOP 3721, das mit einem Rauminhalt von 1,33 Kubikzentimetern laut Hersteller kleinste CCD-Kameramodell der Megapixel-Klasse. Es ermöglicht die Integration von Kameras dieser Klasse in Klapphandys, die verglichen mit den aktuell im Markt befindlichen Modellen kaum veränderte Abmessungen aufweisen. Die Tintenstrahldrucke, die direkt vor Ort am Messestand von den Handyaufnahmen erzeugt wurden, zeigten eine makellose Qualität. Und sie demonstrierten, daß auch anspruchsvolle Fotografen schon bald Prints erwarten dürfen, die selbst höhere Fotoansprüche zufriedenstellen werden. hepä

PENTAX

for your precious moments

Power ist keine Frage der Größe.

Die revolutionäre Optio S4 von PENTAX ist die kleinste 4 Megapixel-Digitalkamera mit optischem 3fach-Zoom. Sie vereint Features und Vorteile, die bisher in einer Kamera dieser Größe undenkbar waren. Und das zahlt sich aus: in maximalem Fotospaß mit nahezu unendlichen Möglichkeiten – bei exzellenten Bildergebnissen. Die Optio S4. Überraschend stark, die Kleine.

www.pentax.de

Lassen Sie sich überzeugen. Die neue Optio S4.

PENTAX

Interview mit Ricky L. Stewart, Senior Sales Manager, Mobile Information Products (MIP) der Casio Europe GmbH

Zubehör fester Bestandteil des Exilim-Konzepts

imaging+foto-contact: Herr Stewart, unter der Marke Exilim hat Casio von Anfang an nicht nur Kameras, sondern auch Zubehör auf den Markt gebracht. Wie haben Fotohändler und Endverbraucher auf dieses Angebot reagiert?

Ricky L. Stewart: Durchweg positiv. Wir sprechen mit allen unseren Handelspartnern über unser Exilim Zubehör genau so intensiv wie auch über die Kameras selbst. Unser Exilim Zubehör ist fester Bestandteil des gesamten Konzepts. Mit anderen Worten: Das Zubehör ist für das gesamte Exilim Konzept genau so wichtig wie die Kameras. Der Handel hat diese Strategie durchaus begeistert angenommen, was sich darin zeigt, daß wir zwischenzeitlich im Monatsschnitt rund 4.000 bis 6.000 Taschen ausliefern. Unsere Handelspartner haben die „Mehrwertstrategie" der Exilim-Produktlinie ziemlich rasch umgesetzt. Der Konsument zahlt für das Exilim-Produkt gern etwas mehr als für andere digitale Kameras und kauft auch gern das entsprechende Zubehör. Damit kann der Handel richtig Geld verdienen. Anläßlich der IFA habe ich mit einer Reihe von Handelspartnern gesprochen, die mich mehr oder weniger aufgefordert haben, dringend die unverbindliche Preisempfehlung für einige Taschen zu erhöhen. Ernsthaft! Allen Vorurteilen zum Trotz gibt es Händler, die von ihren Industriepartnern eine Preiserhöhung fordern! Das zeigt auch, daß unser Konzept offensichtlich greift.

Elegante Tasche im Straußenleder-Design für die Exilim EX-Z-Modelle.

imaging+foto-contact: Welche Zubehörprodukte sind besonders erfolgreich?

Ricky L. Stewart: Taschen, Taschen und nochmals Taschen. Bemerkenswerterweise darf es bei einer Exilim auch mal eine andere Farbe als schwarz oder braun sein.

Akkus und eine zweite Dockingstation folgen. Viele Kunden wollen ihre Exilim nicht nur privat, sondern auch im Büro anschließen, und da ist eine zweite Dockingstation notwendig, wenn man die Kollegen neidisch machen will. Für die Reise empfiehlt sich das mobile Akkuladegerät.

Darüber hinaus bieten wir spezielles Zubehör nur zu Saisonschwerpunkten an. So hatten wir diesen Sommer ein Unterwassergehäuse für die Exilim S2 im Angebot, das leider nach zwei Wochen ausverkauft war. Auch wenn wir sie nicht selber anbieten: Ohne eine Speicherkarte sollte kein Exilim-Kunde das Geschäft verlassen. Ich kenne keine Digitalkamera-Modellreihe, mal abgesehen von SLRs, die so viel Möglichkeiten des Zubehörverkaufs bietet. Im Idealfall verläßt der Kunde den Laden mit einer Exilim-Kamera, einer Speicherkarte, einer schicken Tasche und einem Ersatzakku. Es funktioniert nicht immer – aber immer öfter. Ich wiederhole es noch einmal: Damit kann der Handel richtig Geld verdienen!

Viele Exilim-Besitzer kaufen eine weitere Dockingstation zu ihrer Kamera, um sie beispielsweise auch im Büro attraktiv plazieren zu können.

imaging+foto-contact: Mit welchen Verkaufsargumenten kann der Fotohändler

Damit auch auf Reisen der Strom nicht ausgeht, bietet Casio ein mobiles Akku-Ladegerät an.

seinen Kunden das Zubehörangebot zur Exilim schmackhaft machen?

Ricky L. Stewart: Schmackhaft muß es dem Konsumenten gar nicht gemacht werden – der Handel muß nur zeigen, daß er unsere Exilim-Kollektion plus Zubehör im Laden anbietet. Also, das Zubehör einfach zusammen mit den Kameras, dem PoS-Material im Fenster und in der Vitrine präsentieren. Oft genügt es, eine kleine Ecke des Schaufensters oder der Vitrine für eine Exilim-Dekoration zu opfern, dann kommt der Zubehörverkauf „fast" von allein. Die Kunden sind ziemlich „verrückt" nach Exilim-Zubehör.
Das zeigt sich beispielsweise daran, das die Exilim-Schlüsselanhänger, die wir immer auf großen Messen verteilen – regelmäßig eine Woche später bei eBay auftauchen, wo sie versteigert werden. Schlüsselanhänger wohlgemerkt, die Exilim-Fans dann für 10 Euro ersteigern. Ich kann allen Händlern nur noch einmal empfehlen, den Kunden zu zeigen, daß die Exilim-Kameras zusammen mit dem entsprechenden Zubehör erhältlich sind. Den Vorverkauf schüren wir durch unsere neue Werbekampagne „Too beautiful to hide".

imaging+foto-contact: Die Exilim zählt zu den sogenannten Lifestyle-Kameras, die eine ganz bestimmte Anwendergruppe ansprechen. Stellt diese Zielgruppe besondere Ansprüche ans Zubehör?

Ricky L. Stewart: Das Zubehör muß natürlich qualitativ mit unseren Modellen harmonieren. Beispielsweise muß das Exilim-Logo auf der Tasche zu sehen sein. Der Kunde will auch, wenn er die Kamera durch eine Tasche schützt, zeigen, daß er ein stolzer Exilim-Besitzer ist. Aber der Zuschnitt auf die Anwendergruppe ist sehr wichtig. Deshalb wird das Zubehörkonzept auch weitgehend auf die einzelnen Euro-Länder lokal zugeschnitten. Beispielsweise unterscheidet sich unser Taschensortiment in Spanien erheblich von dem in Deutschland. In Großbritannien haben bereits mehrere bekannte Designer Exilim-Taschen entworfen. Das ist übrigens etwas, was uns noch für den deutschen Markt fehlt.

imaging+foto-contact: Mit welchen Maßnahmen am Point of Sale (und im Internet) wird der Abverkauf der Exilim-Kameras und des Zubehörs unterstützt?

Ricky L. Stewart: Wir bieten Theken- und Schaufensterdisplays, Thekenaufleger, Logoaufkleber und ein recht ausgefallenes Fensterscheibendisplay an. Natürlich alles mit dem Wiedererkennungswert der Exilim-Werbekampagne, die Mitte September angelaufen ist. Unsere neue Exilim Z4 wird im Mittelpunkt der Kampagne stehen. Da unser Werbemotiv auch auf allen PoS-Materialien erscheint, ist der Wiedererkennungswert beim Kunden gesichert. Dafür muß es allerdings auch eingesetzt werden! Von unserer Internetseite www.exilim.de kann auch das aktuelle PoS-Video zur Z4 heruntergeladen werden – natürlich auch passend zur Werbekampagne. Mit unserem Internetauftritt machen wir Lust auf Exilim. Hier bieten wir Online-Games, Wallpaper, Grußkarten und vieles mehr rund um die Kameras. Im Aufbau ist die Exilim-Avenue. Da zeigen wir Exilim-Kameras im Einsatz rund um den Globus. Einfach mal reinklicken unter www.exilim.de.

imaging+foto-contact: Herr Stewart, vielen Dank für das Gespräch!

Exilim EX-S20 und EX-M20 von Casio

Casio hat auf der IFA 2003 neben der Exilim EX-Z4 (s. ifc 9/2003) zwei weitere neue Modelle der Exilim-Familie – Exilim EX-S20 und EX-M20 – vorgestellt.
Beide Modelle überzeugen durch ihr ultraflaches Äußeres, eine Auslöseverzögerung von zirka. 0,001 Sekunden und eine hervorragende Bildqualität mit 2-Megapixel-Auflösung. Sie sind nicht nur zehn Prozent kleiner (EX-S20: 83 x 53 x 11,3 mm (B x H x T) als ihre Vorgänger, sondern warten auch mit einer Vielzahl an neuen Features auf. Die Kameras sind in zirka 0,9 Sekunden betriebsbereit. Nahaufnahmen (ab 30 cm Abstand) werden durch die Makrofunktion ermöglicht und durch den vierfach digitalen Zoom im Objektiv mit einer Lichtstärke von F=3,5 und einer Brennweite von f=7,6 mm, analog einer Brennweite von 37 mm bei 35 mm-Kleinbildkameras, unterstützt.
Fotos und Daten der Movie-Funktion speichert die Exilim EX-S20 auf dem internen 10 MB großen Flash-Speicher. Optional können auch SD/MMC Karten als Speichermedium eingesetzt werden. Das Schwestermodell Exilim EX-M20 hält dank des integrierten MP3-Players musikalische Unterhaltung im Speicher bereit. Die EX-M20 besitzt im nur 80 g leichten Gehäuse auch einen Movie Player mit Tonaufzeichnungsfunktion und eine Voice Recording-Funktion, mit der zu jedem Bild eine Sprachnotiz angehängt werden kann. Die Exilim EX-S20 wiegt nur 78 g. Beide Exilims verfügen über ein 1,6 Zoll großes Digitaldisplay und fünfzehn voreingestellte Bestshot-Funktionen. Die Kameras werden mit einem um 85 Prozent leistungsfähigeren Akku und einer USB-Dockingstation ausgeliefert. Die Exilim EX-S20 hat einen UVP von 299,- Euro, die Exilim EX-M20 von 349,- Euro.

Starker Werbeauftritt für die Exilim EX-Z4 von Casio

Zu schön, um sie zu verstecken

Casio hat zur IFA mit der Exilim EX-Z4 das neue Topmodell der erfolgreichen Digitalkameraserie des Unternehmens vorgestellt. Um den Abverkauf der 4-Megapixel-Digitalkamera und ihrer Schwestermodelle zu unterstützen, bietet Casio umfangreiches PoS-Material an.

Mitte September hat Casio die Exilim-Werbekampagne gestartet, bei der mit einem verführerischen und selbstbewußten Auftritt die Exilim-Digitalkameras der Öffentlichkeit präsentiert werden. Im Mittelpunkt steht das neueste Exilim-Modell mit 4 Megapixeln, 3fach optischem Zoom, 2 Zoll TFT-Farbdisplay, USB-Dockingstation, Video- und Dia-Show-Funktion. Ein attraktives Fotomodell setzt auf eindrucksvolle Weise den neuen Slogan „Too beautiful to hide“ um, indem die Kamera nicht unter der Kleidung versteckt wird, sondern Taschen, Ärmel und T-Shirts so aufgerissen präsentiert werden, daß die Exilim gut sichtbar ist. Von September bis Dezember mit dem Schwerpunkt auf dem Weihnachtsgeschäft wird Casio über 30 Anzeigen in Publikums- und Fachhandelszeitungen schalten. Für die letztgenannte Gruppe wird eine informative Fachanzeige, die die komplette Exilim-Family zeigt, angeboten. Insgesamt erzielt die Kampagne über 3 Millionen Kontakte.

Auch der Internetauftritt für die Exilim-Digitalkameras von Casio (www.exilim.de) wurde dem neuen Werbeauftritt angepaßt.

An die neue Kampagne angeglichen wurde auch der Internetauftritt unter www.exilim.de. Hier finden sich, neben vielen weiteren Infos zu den Kameras, Onlinegames, Postkarten und zum Runterladen das neue PoS-Video.

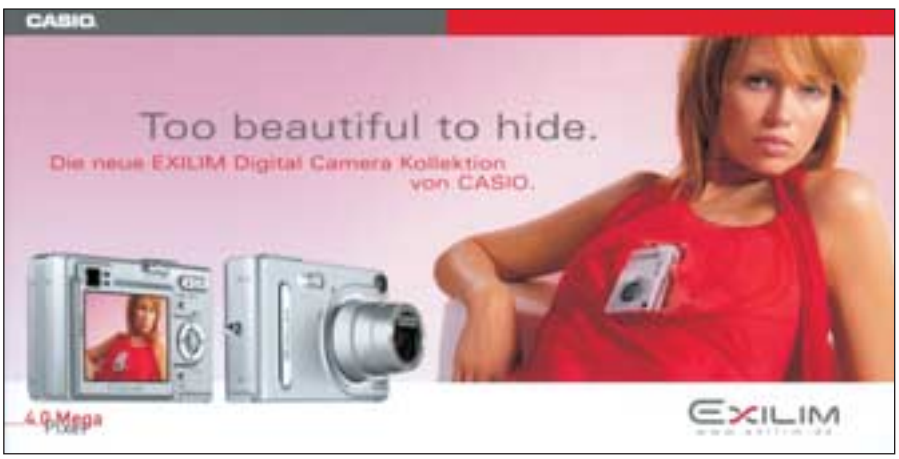
Ein Prospekt im handlichen DIN-lang-Format zeigt neben dem neuen Topmodell alle weiteren aktuellen Modelle der Exilim-Familie.

PoS-Material

Für den Wiedererkennungswert am Point of Sale stellt Casio eine Reihe von PoS-Materialien zur Verfügung, die das neue Werbemotiv aufnehmen. Das neue Werbemittelpaket enthält ein DIN-A1-Poster im Kampagnen-Look, das die EX-4 „groß“ herausbringt, eine attraktive Thekenmatte, die die komplette Kollektion zeigt, ein zwei Meter großes Banner und auffällige Logo- und Fensterkleber.

Casio stellt verschiedene Displays für die attraktive Positionierung der Exilim-Kameras am Point of Sale zur Verfügung. Das Exilim Marketdisplay paßt auf die kleinste Verkaufsfläche und ermöglicht die Präsentation der Kameras samt Dockingstation. Das 1,70 m hohe Promotiondisplay zieht alle Blicke auf sich. In Augenhöhe kann das witzige Exilim-Scheibendisplay präsentiert werden.

Das Exilim-Dreier-Displayset für Vitrine oder Schaufenster besticht schließlich durch einen edlen und modernen Look. Darüber hinaus können hier gleichzeitig drei unterschiedliche Exilim-Modelle präsentiert werden. höl



Die informative Exilim-Broschüre zeigt das gesamte Exilim-Kamerasortiment und erklärt die wichtigsten Features und Highlights. Außerdem werden das technische Zubehör und modische Accessoires, wie eine attraktive Tasche, vorgestellt.

Wie die Zukunft Bilder macht

Agfa Minilab, das Komplett-System

Filme

Digitale Daten

Agfa image-Box

Agfa Pixtasy

Agfa Online-Dienste

- Brillante Bilder von analogen und digitalen Medien. Online und am Point of Sale.
- Finanzierungs-Beratung
- Service
- Promotions

Mehr Leistung für Ihre Kunden, mehr Business für Sie.

Agfa Minilabs gehören zur Welt-Spitze: Effizient, zuverlässig und leicht bedienbar.

www.agfa.com

World Class Imaging Solutions

AGFA Agfa

Helmut Machemer präsentiert neue Seminarreihe

Foto Brinke in Forchheim hat das neue Machemer-Konzept komplett umgesetzt.

„4 Pro" bringt Erfolg im digitalen Bildergeschäft

„Erfolgreiche Menschen folgen einem ganz bestimmten Muster, um Spitzenresultate zu erzielen, egal auf welchem Gebiet." Mit diesem Satz eröffnete Helmut Machemer, der Spezialist für Umsatzsteigerungen am PoS, die Auftaktveranstaltung seiner neuen, in Zusammenarbeit mit Foto Brinke entwickelten Seminarreihe, in der Inhabern von Fotogeschäften Lösungen und Konzepte präsentiert werden, mit denen sie zukünftig mit digitalen Medien Geld verdienen können.

Foto Brinke hat die alte PR-Philosophie „Tue Gutes und rede darüber!" perfekt umgesetzt. Schon außerhalb des Geschäftes erhalten (potentielle) Kunden zahlreiche Hinweise auf die angebotenen Dienstleistungen für Digitalbilder, sei es durch Schaufensteraufkleber, Straßenstopper oder Dekoelemente im Schaufenster.

Gemeinsam mit großen Fotohändlern, die unter anderem aus Niedersachen, dem Kölner Raum und Österreich angereist waren, nahm auch ein Vertreter von imaging+fotocontact an dem rund zehnstündigen „4Pro-Digital Bild Seminar" mit dem Untertitel „Power your business now – Wie Sie ab sofort wieder mit Bildern Geld verdienen" teil. Ebenso dabei Günter und Frank Brinke, Inhaber des gleichnamigen Fotogeschäftes am Veranstaltungsort Forchheim, die die Teilnehmer nicht nur in kurzen Referaten in der Theorie in die jüngste Entwicklung ihres Geschäftes blicken ließen, sondern vor Ort in ihrem Laden in der Innenstadt auch demonstrierten, wie konsequent sie die jüngsten Ideen zur Absatz- und Ertragssteigerung von Helmut Machemer umgesetzt haben.

Die ultimative Erfolgsformel

„Meine Ideen bilden das Muster und die Strategie, mit der erfolgreiche Menschen auch auf dem Gebiet der digitalen Bilddienstleistungen Spitzenresultate bringen können", betonte Machemer. Und weil diese Strategie so genial einfach sei, nenne er sie „Die ultimative Erfolgsformel". Gemeinsam mit den Teilnehmern füllte Machemer anschließend die sechs Schritte mit Inhalt, die in der Erfolgsformel enthalten sind und die Grundlage für das Erreichen des gewünschten Erfolgsziels darstellen. Die einzelnen Schritte sind die klare Definition eines Ziels, die Begründung, warum dieses Ziel angestrebt wird, die Aufforderungen, massiv zu handeln, die Zwischenergebnisse (selbst-)kritisch zu überprüfen und die Vorgehensweise so lange zu ändern, bis das gewünschte Ergebnis erreicht ist, sowie der Hinweis, zur Umsetzung einen „Turbo" zu benutzen – also zum Beispiel Erfolgskonzepte anderer schnell zu übernehmen, statt Zeit damit zu vergeuden, eigene Konzepte zu entwickeln.

Pyramide der Veränderungen

Beginnend mit dem Appell „Gerade jetzt ist es leicht zu wachsen" beschrieb Machemer die Schritte der Veränderungen bei Personen und damit zusammenhängend die Bedeutung der inneren Einstellung des Unternehmers und der Mitarbeiter zum Unternehmen, zum Produkt, zum Markt und zu den Konsumenten ebenso wie die Schritte der Veränderungen bei Unternehmen und daraus resultierend die Bedeutung von Philosophie und Strategie eines Fotogeschäftes in bezug auf Markt- und Konsumentenveränderung im digitalen Zeitalter. „Dank Veränderung bei Produkten, Dienstleistungen, Konsumenten-Kaufverhalten und Marktsituation, die bereits in vollem Gange sind, ist bei richtiger Vorgehensweise

FCB/Wilkens

OLYMPUS

Your Vision, Our Future

PROFESSIONALITÄT KENNT KEINE KOMPROMISSE

JOACHIM BALDAUF
FASHION PHOTOGRAPHER

FOTOGRAFIERT MIT DER OLYMPUS E-1

DAS NEUE OLYMPUS E-SYSTEM: KOMPROMISSLOS DIGITAL.

Für erfolgreiche Profifotografen wie Joachim Baldauf zählt nur ein perfektes Ergebnis. Dieser hohe Anspruch ist der Maßstab für das Olympus E-System. Kompromisslos digital – kompromisslos professionell.

Die Fakten? Das erste umfangreiche Spiegelreflex-System, das auf Basis des innovativen 4/3-Standards komplett für die digitale Profifotografie konzipiert wurde. Ultra-kompakte und extrem lichtstarke Objektive, mit deren nahe-telezentrischer Konstruktion und höchster Auflösung das Potenzial des Full Frame Transfer CCDs voll genutzt wird. Automatische Staubentfernung vom Bildsensor dank einzigartigem „Supersonic Wave Filter“. Weltweiter Service & Support für Profis.

Das Resultat? Eine Bildqualität, wie man sie nie zuvor bei digitalen Spiegelreflex-Kameras erlebt hat. Innovationen, die Profifotografen begeistern. Die Zukunft der professionellen Digitalfotografie kennt keine Kompromisse – sie kennt das Olympus E-System.
Mehr Informationen? www.olympus-pro.com/de

GN 28 at 12 mm | GN 50 at 42 mm | TTL AUTO, AUTO, MANUAL | FP TTL AUTO, FP MANUAL

ED 50 mm, F2 Macro | ED 50–200 mm, F2.8–3.5 | ED 300 mm, F2.8

Olympus E-1 Digital SLR Camera

ELEKTRONISCHER BLITZ FL-50:
- GN 50 HOCHLEISTUNGS-TTL-BLITZ
- BLITZSYNCHRONISATION BEI ALLEN VERSCHLUSSZEITEN IM SUPER FP MODUS
- AUCH ERHÄLTLICH: RING FLASH UND TWIN FLASH, HOCHLEISTUNGSAKKU

ZUIKO DIGITAL SPRITZWASSERGESCHÜTZTE OBJEKTIVE:
- BRENNWEITEN VON 11 BIS 300 MM*, MIT 1.4FACH TELECONVERTER BIS ZU 420 MM
- HOCHAUFLÖSENDE OBJEKTIVE MIT NAHE-TELEZENTRISCHER KONSTRUKTION
- EXTREM LICHTSTARK, ULTRA-KOMPAKT UND LEICHT

*entspricht 22 bis 600 mm bei 35 mm Kameras

OLYMPUS E-1:
- STAUBSCHUTZ-SYSTEM DANK „SUPERSONIC WAVE FILTER“
- FULL FRAME TRANSFER CCD (EFFEKTIV 5 MIO. PIXEL)
- SPRITZWASSERGESCHÜTZTES GEHÄUSE AUS MAGNESIUM-LEGIERUNG

ein Wachstum möglich“, faßte Machemer zusammen. „Und die einzige richtige Vorgehensweise ist die schnelle Anpassung an Marktveränderungen.“

„4 Plus“ Wachstumsfaktoren

Der Klärung der allgemeinen Vorbedingungen ließ Machemer seine Botschaft für (noch mehr) Wachstum im digitalen Bildergeschäft folgen. Grundlage ist auch hier das bewährte Konzept der von ihm selbst entwickelten „4 Plus“ Wachstumsfaktoren für den Fachhandel:

- Plus in der Kundenfrequenz: Neue Digitalkunden durch Einmaligkeit, Konzentration und hohe Attraktivität gewinnen, zum Beispiel durch E-Mail-Anschreiben und eigene Software.
- Plus beim Pro-Kopf-Umsatz: Mehr Zubehör und hochwertigere Artikel durch Digitalaktionen, Kombiangebote und Werbung vorverkaufen. Professionelle Mitarbeiter verkaufen aktiv und schließen ihre Beratungsgespräche sicher ab.
- Plus in der Besuchshäufigkeit: Laufend neue Anlässe rund um das digitale Bildergeschäft schaffen, um Kunden zum Wiederkommen anzuregen, durch ständig wechselnde Aktionen, Kundenbindungsinstumente und durch exzellenten Service.
- Plus bei Kaufabschlüssen: Frequenz ausschöpfen durch verkaufsaktives Digital-Merchandising, visuelle Kommunikation, zugkräftige Digitalaktionen sowie aktive Kundenansprache mit effektiven Verkaufstechniken.

Das Ergebnis einer konsequenten Umsetzung dieser Faktoren ist laut Machemer gezieltes und sicheres Wachstum.

Auch im Laden werden die Kunden konsequent mit Informationen zu den digitalen Bilddienstleistungen versorgt.

Bild oben: Sind mit dem Erfolg der Einführung von digitalen Dienstleistungen nach dem 4 Pro-Konzept von Helmut Machemer (2. v. r.) äußerst zufrieden: Die Firmeninhaber Günter (l.) und Frank (2. v. l.) Brinke und Digitalbildexperte Kersten Kusch. Fotos rechts: Im Mittelpunkt der digitalen Bilddienstleistungen bei Foto Brinke steht die „Digital-Corner“. Sie ist mit mehreren Terminals ausgestattet, an denen der Kunde seine Digitalbildaufträge nach kurzer Einweisung in Selbstbedienung erledigen kann.

4 Pro Digital Bilder Konzept

Zur Umsetzung der 4 Plus Wachstumsfaktoren hilft die ebenfalls von Machemer entwickelte 4 Pro Methode, die das Profil schärft, die Professionalität erhöht, die Produktivität und durch Promotion (Werbung) den Umsatz steigert. In der Praxis und bezogen auf den Auf- oder Ausbau von digitalen Bilddienstleistungen bedeutet das beispielsweise bezüglich des Profils, daß der Händler seinen Auftritt deutlich ändern, sich klar als digitaler Bilddienstleister positionieren und eine Zone schaffen muß, in der die digitale Bilderstation klar zu erkennen ist. Bei Foto Brinke wurde diese Neupositionierung konsequent umgesetzt: Eine Vielzahl von Werbe- und Informationsmaterialien außerhalb und innerhalb des Geschäftes zeigt dem (potentiellen) Kunden, daß dort der Spezialist für digitale Bilder zu finden ist. Außerdem wurde getrennt von der analogen Bildertheke eine spezielle, rund sechs Quadratmeter große Annahmestelle für Digitalbilder (Digital-Corner) geschaffen.

Professionalität und Promotion äußern sich bei Foto Brinke unter anderem darin, daß sich das Unternehmen in einem einheitlichen Auftritt zeigt und ein Konzept verfolgt, das auch nach außen deutlich erkennbar ist. Darüber hinaus zeichnen sich die Mitarbeiter durch einen einheitlichen, hohen Wissensstand in Sachen Computer und Digitalfotografie aus, und auch scheinbare Kleinigkeiten entpuppen sich in der Praxis als Mittel, um digitale Kompetenz zu zeigen: So tragen die Verkäufer Foto-CDs und Musterbilder an einem Band um den Hals, und an den Annahmeterminals wird digitale Bildqualität anhand großformatiger Prints demonstiert. Die Produktivität steigert Foto Brinke schließlich durch klare Angebote, deutliche Preisaussagen und mehrere (Selbstbedienungs-) Annahmeterminals. hepä

Samsungs Digitalkamera Digimax U-CA3 soll vor allem junge Kunden ansprechen

Samsung hat die neue Digitalkamera Digimax U-CA 3 (sprich: „Ju-Kah“) vorgestellt, die vor allem eine jüngere Kundengruppe ansprechen soll. Dazu hat der koreanische Hersteller die Neuheit nicht nur mit einem Dreifach-Zoomobjektiv und einem 3,2-Megapixel-Aufnahmechip ausgestattet, sondern auch mit einer Reihe pfiffiger Features.

So bietet die Kamera zum Beispiel eine Aufnahme- und Wiedergabemöglichkeit für Videoclips im hochkomprimierten MPEG-4 Format. Mit diesem Algorithmus können wesentlich längere Clips in erheblich besserer Qualität aufgezeichnet werden. Mit dem entsprechenden Speichermedium ausgestattet, kann der Benutzer seine Fotokamera mit dieser Funktion (fast schon) zum digitalen Camcorder umfunktionieren.

Außerdem kann der Benutzer mit Hilfe der beigelegten Software eine persönliche virtuelle „Begleitperson“ (einen sogenannten Avatar) schaffen und diesen in die Kamera laden. Dabei hat er die Möglichkeit, Kleidung, Frisur, Hauttönung, Gesichtsform usw. individuell auszusuchen und den Avatar mit eigenen MP-3 Sounds zum Leben zu erwecken. Darüber hinaus ist es möglich, mit dem eingebauten Effektgenerator unterschiedliche Bild-Effekte herzustellen. Auch Helligkeit, Kontrast und Weißbalance können für jedes Bild eingestellt werden.

Der dreifach optische und dreifach digitale Zoom bietet dem Benutzer der Digimax U-CA 3 eine Vielzahl fotografischer Möglichkeiten – mit diesem Brennweitenbereich läßt sich die Mehrzahl alltäglicher Motive problemlos auf den Chip bannen. Für Bildschärfe sorgt die stoßgeschützte Samsung Hochleistungsoptik.

Als Wechselspeicher setzt die Digimax U-CA 3 den Memory Stick Duo ein. Die miniaturisierte Version des bewährten Memory Sticks faßt mehr Daten und verfügt über schnellere Zugriffszeiten als die erste Generation. Die Digimax U-CA 3 akzeptiert Speicherkarten bis 1.024 MB (=1 GB) Größe.

Bei der Entwicklung des GUI (Graphical User Interface, Menüoberfläche) hat Samsung nach eigenen Angaben größten Wert auf einfache und intuitive Bedienerführung gelegt: Klare Symbole unterstützen Benutzer bei den wichtigsten Funktionen.

Abgerundet wird die Ausstattung der Kamera durch die Möglichkeit der Sprachaufzeichnung (Memo-Funktion) und durch eine siebenfarbig animierte LED-Modusanzeige („Rainbow Eye“) auf der Kamerafrontseite.

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: info@bremaphot.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 2003

Alles in einem Heft!

DIGITAL +++ PROFESSIONELLE BILDBEARBEITUNG +++ DIGITAL

Inkl. CD-ROM
mit Übungsbildern
für Mac und PC

NEU: 4. komplett überarbeitete Auflage!

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

Für Photoshop bis Version 7.0

Das Special enthält 52 ausgewählte Beiträge der Rubrik **Photoshop-Praxis**, die in PrePress erschienen sind. Das Durchwühlen alter Zeitschriften – soweit man sie überhaupt gesammelt hat – gehört damit endgültig der Vergangenheit an. Ein Inhalts- und ein ausführliches Stichwortverzeichnis helfen zusätzlich dabei, ein bestimmtes Thema wiederzufinden oder eingestreute Hinweise aufzuspüren.

☐ **Ja, ich/wir bestelle(n) ..... Exemplar(e) des PrePress-Specials Photoshop-Praxis inkl. CD-ROM zum Preis von 18,90 Euro**

Unterschrift _____

Name/Firma: _____

Straße/Nr.: _____

Plz/Ort: _____

Telefon/Fax: _____

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Postfach 12 29
40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Mobiler Thermodrucker von Jobo

Mit dem Hiti630 PS bietet Jobo einen mobilen Drucker an, mit dem sich Digitalfotos bis zu einer Größe von 10 x 15 cm sofort an jedem Ort zu Papier bringen lassen. Das Gerät arbeitet im Thermosublimationsverfahren und verwendet die „Magic Coating"-Beschichtungstechnologie, um die Ausdrucke vor Nässe, UV-Strahlung und Fingerabdrücken zu schützen. Zusätzlich läßt sich jedes Bild mit einem eigenen Wasserzeichen versehen.
Sowohl CompactFlash- als auch SmartMedia-Karten lassen sich direkt in das Gerät einstecken.
Über ein integriertes Display ist der Fotograf in der Lage, die einzelnen Aufnahmen zu bearbeiten. Für die professionelle Bearbeitung am PC läßt sich der Drucker per USB-Anschluß (1.1 und 2.0) an einen PC anschließen. Neben dem randlosen Ausdruck bis zu 10 x 15 cm lassen sich per Index-Druck Indexkarten des Karteninhalts, Paßbilder und Aufkleber herstellen. Vor dem Ausdruck besteht die Möglichkeit, die Bilder auf dem Display bei Bedarf zu bewegen, sie rotieren zu lassen oder sie in der Größe zu verändern bzw. zu kopieren. Leichte Korrekturen bezüglich Kontrast und Helligkeit können direkt am Drucker vorgenommen werden. Wer kreativer in das Geschehen eingreifen will, bedient sich der Zoomfunktion, legt Bildausschnitte fest oder kombiniert mehrere Bilder zu einer Aufnahme. Die Ausgabe der Fotos erfolgt mit 16,77 Mio. Farben und 300 x 300 dpi. Mit Hilfe des zum Lieferumfang gehörenden HiTi Softwarepakets lassen sich Werbedrucke einfügen oder Kalender und Postkarten herstellen. Die unverbindliche Preisempfehlung für den Drucker liegt bei 299,00 Euro.

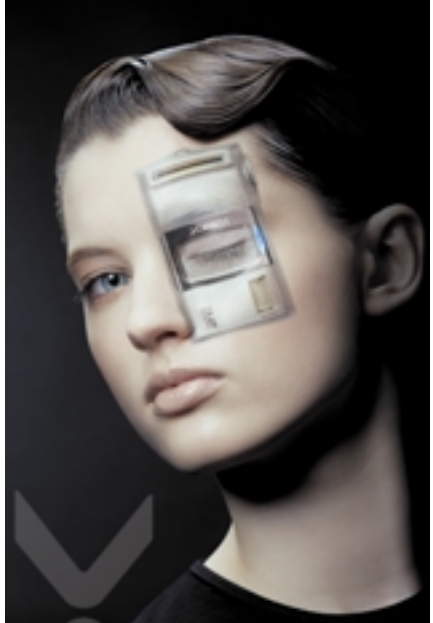
Digitalkamera mit persönlicher Begleitung

Der neuen 3,2-Megapixel-Digitalkamera Samsung Digimax U-CA 3 (sprich Ju-Kah) liegt eine Software mit 3-D Avatar Technologie bei. Mit dieser können sich die Anwender ihre persönliche, digitale Begleitperson erschaffen und sie in die Kamera laden. Dabei können Kleidung, Haarfrisur, Hauttönung, Gesichtsform usw. individuell ausgewählt und mit eigenen MP-3 Sounds zum Leben erweckt werden. Darüber hinaus bietet die speziell für junge Anwender konzipierte Digitalkamera einen dreifach optischen und einen dreifach digitalen Zoom. Makroaufnahmen sind bereits mit einem Abstand von 5 Zentimetern möglich. Die Hauptinnovation der neuen Digitalkamera liegt aber in der Verwendung des effizienten und und hochkomprimierten MPEG-4-Formats. Mit diesem modernen Format können wesentlich längere (begrenzt durch die Kapazität des verwendeten Speichermediums) Videoclips in einer höheren Qualität aufgezeichnet werden. Für die Speicherung der Aufnahmen verwendet die Samsung Digimax U-CA 3 den Memory Stick Duo. Weitere Features der Kamera sind die Möglichkeit zur Sprachaufzeichnung, die siebenfarbig animierte LED-Modusanzeige auf der Kamerafrontseite und der eingebaute Effektgenerator für erstaunliche Bildeffekte.

Take-it D1 von Microtek

Microteks neue, anwenderfreundliche Take-it D1-Kamera überzeugt mit 3,1 Megapixeln (interpoliert), verpackt im hochwertigen Aluminiumgehäuse. Ob bei Outdoor-Aktivitäten, im Urlaub oder auf der Party; bei allen Gelegenheiten kann die Take-it D1 mit einem Gewicht von nur 100 Gramm durch Robustheit und Design glänzen.
Ein CMOS-Sensor mit 3,1 Megapixeln (interpoliert) und ein vierfacher Digitalzoom zählen zu ihrer Grundausstattung. Weitere Features sind ein integrierter Blitz mit Red Eye Reduction, ein 1,5 Zoll großes Farbdisplay und die Möglichkeit, die Bilder in drei unterschiedlichen Qualitätsabstufungen zu speichern. Die Aufnahmemöglichkeit von Video- und Audioclips macht die Take-it D1 zu Digitalkamera, Mini-Camcorder und Diktiergerät in einem. Der 8 MB große interne Speicher läßt sich durch den integrierten SD-Karteneinschub mit einer optionalen Speicherkarte beliebig erweitern. Mit einem Stativ verwandelt sich die Kamera in eine leistungsfähige Webcam. Zum mitgelieferten Zubehör zählen Software und ein USB-Kabel zum einfachen Download der Bilder auf den Computer. Die Microtek Take-it D1 ist ab sofort für einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 129,- Euro inkl. MwSt. erhältlich.

Xacti
starts faster, shoots faster



schnell
wie ein
wimpernschlag

Xacti VPC-J2EX

So klein und leicht, daß sie in jede Tasche passen: die zwei neuen digitalen Trend-Kameras Xacti VPC-J2EX und Xacti VPC-S1. Beide Modelle bestechen nicht nur durch ihr kompaktes und edles Design, sondern auch durch ihre Schnelligkeit. Mit der deutschen Menüführung ist die Bedienung noch komfortabler geworden und leitet den Weg spielend einfach zu perfekten Fotos, Serienbildern oder Videoaufnahmen. Dank dem neuen PictBridge Standard können die digitalen Aufnahmen auch ohne PC ausgedruckt werden.

Xacti VPC-S1

Erhältlich ab sofort im Fotofachhandel.

SANYO
WWW.SANYO.DE

Camedia-Produkte für das schnelle Bild

Fotodrucker und Digitalkamera von Olympus

Eine Camedia-Digitalkamera mit einer 5-Megapixel-Auflösung und vielen kreativen Einflußmöglichkeiten und zwei Fotodrucker für berufliche und private Anwendungen präsentierte Olympus auf der IFA in Berlin.

Die Camedia C-5000Zoom ist mit einer Vielzahl manueller Kontrolloptionen ausgestattet. So lassen sich praktisch alle Kameraeinstellungen wie Bildschärfe, Belichtung, Weißabgleich oder die ISO-Einstellung individuell bestimmen. Ihr dreifach optisches Zoomobjektiv mit einer Lichtstärke von F2,8–F4,8 bietet eine Brennweite, die 38–114 mm im Kleinbildformat entspricht. Es besteht aus sieben Elementen, angeordnet in sechs Gruppen. Zusätzlich steht ein vierfacher Digitalzoom zur Verfügung.

In einem originellen, platzsparenden Design hat Olympus den Camedia P-10 Fotodrucker gestaltet.

Sechs Aufnahmeprogramme (Portrait, Selbstportrait, Sport, Nachtaufnahme, Landschaft, Landschaftsportraitaufnahme) unterstützen den Anwender bei der Aufnahme klassischer Fotomotive.
Der eingebaute Blitz bietet verschiedene Modi, darunter auch die Möglichkeit der Langzeitsynchronisation (1. Verschlußvorhangeffekt, 2. Verschlußvorhangeffekt). Darüber hinaus steht ein Blitzschuh zur Verfügung, der den Anschluß eines externen Blitzgerätes ermöglicht.

Super-Makromodus

Im Super-Makromodus können Aufnahmen mit bis zu vier Zentimetern Abstand zum Objekt erfolgen. Verschiedene kreative Funktionen, wie zum Beispiel 2-in-1-Funktion, Panorama, Schwarzweiß, Sepia und eine Moviefunktion runden die Ausstattung ab.
Für die Bildwiedergabe verfügt die Kamera über ein 1,8 Zoll Farb-TFT-LCD mit einer Auflösung von 134.000 Pixeln. Die Stromversorgung wird durch ein Lithium-Ionen-Akku sichergestellt, für den ein Schnelladegerät im Lieferumfang enthalten ist. Durch einen ergonomischen Handgriff, eine übersichtliche Anordnung der Bedienelemente und eine intuitive Benutzerführung ist die Kamera leicht zu bedienen. Die Camedia C-5000Zoom hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 549,- Euro.

Thermosublimationsdrucker

Olympus präsentiert mit dem P-10 und dem P-440 zwei neue Drucker auf Thermosublimationsbasis. Sie verfügen über eine Auflösung von 310 bzw. 314 dpi, die aber aufgrund der unterschiedlichen Druckverfahren nicht mit den Auflösungen eines Tintenstrahldruckers vergleichbar sind.

Thermosublimationsdruck

Bei der Thermosublimationstechnik wird eine Folie erhitzt, die mit den drei Grundfarben Cyan, Magenta und Gelb beschichtet ist. Die von den Folien abgelösten Farbpigmente verbinden sich direkt mit dem Spezialpapier. Damit produzieren Thermosublimationsdrucker mit einem Bruchteil der Auflösung von Tintenstrahldruckern Ausdrucke mit kontinuierlichen Farbverläufen in True Color (24 bit)-Qualität.

Camedia P-10

Der Camedia P-10 Thermosublimationsdrucker wurde für Privatanwender, für das Home Office oder für den Einsatz im kommerziellen Paßbildservice konzipiert. Mit einer Auflösung von 310 dpi druckt er randlos im A6-Format. Dabei benötigt er für einen Ausdruck mit Laminierung lediglich 44 Sekunden. Der Drucker unterstützt den herstellerübergreifenden Standard PictBridge, so daß er Bilder direkt von jeder Digitalkamera ausdrucken kann, die ebenfalls diesen Standard unterstützt.
Darüber hinaus kann das Gerät aber auch über den USB-Anschluß mit einem PC verbunden werden, wenn der

Anwender die Bilder vor dem Ausdruck bearbeiten möchte.
Mit den Maßen 180 x 180 x 160 mm nimmt der kompakte Drucker in seiner Arbeitsumgebung kaum Platz weg. Der Camedia P-10 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 269,- Euro. Olympus wird den Drucker im Herbst auch als Bundle mit einer ebenfalls PictBridge-kompatiblen Digitalkamera anbieten.

Camedia P-440 Fotodrucker

Für den Einsatz in Casting- und Modellagenturen oder in Portraitstudios hat Olympus den Thermosublimationsdrucker Camedia P-440 konzipiert. Er erstellt in gerade mal 75 Sekunden DIN A4-große Ausdrucke. Der digitale Fotodrucker ist einfach bedienbar und, wie Olympus betont, trotz der hohen Qualität, die er bietet, auch im laufenden Betrieb sehr kostengünstig. Der Drucker, der eine Auflösung von 314 dpi zur Verfügung stellt, kann dank Print Image Matching II die bei einer Aufnahme aufgezeichneten Informationen einer Digitalkamera nutzen. Dazu zählen beispielsweise die Belichtungseinstellung oder der Weißabgleich. Auf der Basis dieser Informationen kann der Drucker die optimalen Einstellungen finden. Darüber hinaus sorgt das integrierte ICC-Farbmanagement dafür, daß der P-440 die mit der Kamera aufgezeichneten Bildinformationen farbgetreu reproduziert.
Da es im hektischen Arbeitsalltag schnell passieren kann, daß Ausdrucke verkratzen, versehentlich mit Kaffee übergosssen oder oder dem direkten Sonnenlicht ausgesetzt werden, benötigen sie einen besonderen Schutz. Um die Ausdrucke des Camedia P-440 optimal vor solchen Beschädigungen zu schützen, wird jeder Ausdruck sofort laminiert.

Für die Bildkontrolle und leichte Bildbearbeitungen ist der Camedia P-440 mit einem 1,8 Zoll Farb-LCD mit einer Auflösung von 560 x 240 Pixeln ausgestattet.

Direktdruck

Der Drucker erlaubt die Verwendung von xD-Picture Cards sowie – mittels Adapter – von CompactFlash- und SmartMedia-Karten. Bei Bedarf können Anwender die Speicherkarte direkt von der Kamera in den Drucker stecken. Darüber hinaus steht aber auch eine USB-Schnittstelle für den Anschluß an einen Mac oder PC zur Verfügung. Über das integrierte 1,8 Zoll Farb-LCD des Druckers läßt sich das Bild noch vor dem Ausdruck überprüfen. Gegebenenfalls können dann auch kleinere Korrekturen, wie z. B. die Änderung des Layouts, vorgenommen werden. Für die Präsentation der Bilder am Fernsehgerät ist der Drucker mit einem Videoausgang ausgestattet. Olympus wird für den Drucker Spezialfarbbänder in glänzend oder matt anbieten.
Der Camedia P-440 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 579,- Euro.

Alle hier vorgestellten Produkte werden im Herbst ausgeliefert. höl

Wetterfeste Olympus µ[mju:]-III 150

Olympus stellt mit der µ[mju:]-III 150 das neueste Modell der dritten µ[mju:]-Generation vor. Es begeistert mit einem hochwertigen 4fach-Zoomobjektiv. Darüber hinaus verfügt die Kamera über alle attraktiven Features der µ[mju:]-Reihe. Ob beim Sightseeing oder in der freien Natur – die µ[mju:]-III 150 ist ideal, um auch unterwegs immer nah am Geschehen zu bleiben. Denn trotz ihrer erstaunlich kompakten Form (117 mm [B] x 61 mm [H] x 43 mm [T]) verfügt sie über ein leistungsstarkes Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 37,5–150 mm. In dem Objektiv sind acht optische Elemente in sieben Gruppen zusammengefaßt.
Um jederzeit klare und brillante Fotos zu erzielen, ist die µ[mju:]-III 150 mit einem speziell für diese Serie entwickelten passiven Autofokus-Sensor ausgestattet. Die Kamera ermittelt Informationen von bis zu elf Punkten des aufzunehmenden Bildes und kann so das eigentliche Hauptmotiv – auch wenn es sich nicht in der Bildmitte befindet – erkennen.
Für eine optimale Belichtung in nahezu jeder Fotosituation sorgt das automatische 3-Zonen-Belichtungssystem, das mit drei verschiedenen optischen Sensoren die jeweiligen Meßwerte ermittelt.
Besonders für Anfänger und Wiedereinsteiger interessant ist der Camera-Shake Indicator. Registriert der Autofokus-Sensor, daß die Aufnahme durch Verwackelung unscharf werden könnte, blinkt neben dem Sucher ein Hinweislicht. Die Kamera braucht dann vor dem Betätigen des Auslösers nur ruhig gehalten zu werden, bis die Warnung erlischt.
Das wetterfeste Gehäuse der µ[mju:]-III 150 schützt die Kamera darüber hinaus vor Regen und Nässe. Sie ist seit September lieferbar. Das Kit, bestehend aus Kamera, Tasche, Film, Trageriemen und Batterien, hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 199,- Euro.

Pentax erweitert Optio-Digitalkamera-Familie

Neues Topmodell mit 5 Megapixeln

Auf der IFA hat Pentax gleich drei neue Kameramodelle vorgestellt, die die Optio-Digitalkameraserie des Unternehmens ergänzen. Neben einem neuen 5-Megapixel-Topmodell wurden die superflache Optio S4 und die robuste, wasserfeste Kamera Optio 33WR präsentiert.

Diverse praxisorientierte Ergänzungen wurden dem neuen Topmodell von Pentax, der Optio 555, hinzugefügt.

Die Optio 555 löst ab Anfang dieses Monats das bisherige Erfolgsmodell, die Optio 550 von Pentax, ab. Die Kamera mit effektiven fünf Megapixeln ist mit einem Fünffach-Zoomobjektiv ausgestattet, das eine Brennweite von 37,5 bis 187,5 mm im Vergleich zum Kleinbild bietet. Ergänzt wird der optische Zoom durch ein vierfaches Digitalzoom. Mit der Auswahl zwischen Weitwinkel-AF und Spot-AF wird dem Anwender die Entscheidung ermöglicht, auch Motive außerhalb der Bildmitte in den Schärfebereich zu holen oder den Schwerpunkt auf einen von fünf horizontalen und vertikalen Punkten zu legen.

Neue Features

Äußerlich bietet die Kamera gegenüber dem Vorgängermodell ein noch eleganteres und dynamischer wirkendes Aluminiumgehäuse. Auch die Technik im Inneren hat einige praxisorientierte Ergänzungen erfahren. Verbessert wurde beispielsweise die Reaktionszeit der Kamera. So wurde die Optio 555 so gestaltet, daß sie bereits kurz nach der Aufnahme einsatzbereit ist. Darüber hinaus wurde die Schnelligkeit des Hybris-Autofokus weiter optimiert. Ebenfalls neu sind die zusätzlichen Digitalfilter. Die Kamera bietet jetzt die Auswahl zwischen den Filtern Schwarzweiß und Sepia sowie einer Reihe weiterer Farbtöne (Rot, Pink, Purpur, Blau, Grün und Gelb). Außerdem verfügt sie über einen Weichzeichnerfilter, der sich für Portrait-Aufnahmen anbietet.

Mit der PictBridge-Kompatibilität gewährleistet die Optio 555 den direkten Anschluß der Kamera an einen ebenfalls PictBridge-kompatiblen Drucker. Somit ist die direkte Kontrolle des Druckvorgangs über das Kameradisplay ohne Umweg über den Computer möglich.

*Stefan Thode, Vertriebsleiter der Pentax GmbH, präsentierte den Besuchern der IFA neben den neuen digitalen Kompaktmodellen auch die neue digitale SLR mit Namen „*ist D“ (siehe ifc 9/2003, Seite 28).*

Die neue Trimming-Funktion erlaubt es, die Bilder bereits in der Kamera zuzuschneiden. Mit Hilfe des Panorama-Assistenten können horizontal oder vertikal aufgenommene Bilder mit der ACD Photostitcher Software zu beeindruckenden Panoramen zusammengefügt werden.

Vielseitige Ausstattung

Mit den weiteren Ausstattungsmerkmalen Video- und Tonaufnahme, 3-D-Modus, Super-Makro für Aufnahmen bis 2 cm Nähe, Mehrfachbelichtungsoption, Autofokus mit manueller Fokussierungsmöglichkeit sowie der Option, individuell Schärfe, Blitzlichtkorrektur, Farbsättigung und Kontrast zu bestimmen, ist die Optio 555 die ideale Kamera für erfahrene Hobbyfotografen. Neun verschiedene Aufnahmeprogramme, darunter manuelle Einstellung der Belichtung, Bildgestaltungseinstellungen für bestimmte Motivkompositionen wie Herbstfarben, Dämmerung, Feuerwerk oder Text, Panorama-Assistent und 3-D-Bild, erweitern den kreativen Spielraum des Fotografen. Neben dem unkomprimierten TIFF stellt die Kamera das JPEG-Format in vier Komprimierungsstufen zur Verfügung. Aufgezeichnet werden die Aufnahmen auf SD- oder MultiMedia-Karten. Die Pentax Optio

555 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 599,- Euro.

Optio S4

Mit der Optio S4 stellt Pentax eine weiter verbesserte Version der Optio S vor. Das neue Modell bietet bei sonst gleichbleibender Bauweise eine Auflösung von vier statt bisher drei Megapixeln. Darüber hinaus ist die Bedienung dank eines signifikant vergrößerten 4-Wege-Reglers einfacher geworden. Um zu verhindern, daß aus Versehen statt des Auslösers der Aus-Schalter gedrückt wird, wurde der An-/Ausschalter abgesenkt.

Dank des einzigartigen Sliding Lens Systems konnte die Kamera mit den Maßen 83 x 52 x 20 mm (B x H x T) äußerst kompakt gebaut werden. Mit Hilfe der patentierten Pentax-Konstruktion wird in der Optio S4 im Gegensatz zur üblichen Verfahrensweise die zentrale Linsengruppe zunächst vertikal auf eine zweite Ebene verlagert. Erst danach fahren die übrigen Elemente in der horizontalen Achse in den Kamerabody ein. Im Ergebnis bringt diese Konstruktion eine um zirka 55 Prozent verringerte Kameratiefe für diesen Zoomfaktor mit sich. Der Brennweitenbereich des Dreifach-Zoomobjektivs beträgt 35 bis 105 mm (im Vergleich zum Kleinbildformat). Ergänzend kommt ein vierfacher Digitalzoom hinzu.

Zu den weiteren herausragenden Eigenschaften der Optio S4 zählt ihre schnelle Reaktionsfähigkeit. So hat die Kamera eine Verschlußverzögerung von nur 0,01 Sekunden (Zeitdauer gemessen nach dem Herunterdrücken des Auslösers nach dem Schärfespeichern bis zur Öffnung des Verschlusses bei ausgeschaltetem Blitz). Darüber hinaus ermöglicht sie mit nur einem Tastendruck auf den Auslöser bzw. die Wiedergabetaste die Umschaltung zwischen Ansicht und Aufnahme. Des weiteren dienen Einzelfunktionstasten dem schnellen Zugriff auf häufig verwendete Aufnahme- und Wiedergabefunktionen.

Dank der patentierten Pentax-Konstruktion „Sliding Lens System" ist die Optio S4 nur 20 mm dünn, obwohl sie mit einem dreifach optischen Zoom ausgestattet ist.

Programmvielfalt

Die Kamera bietet neben Motivprogrammen für typische Fotosituationen noch sieben weitere Aufnahmeprogramme, darunter Nachtaufnahme, Video, Panorama-Assistent oder diverse Digitalfilter. Verschiedene manuelle Einstellmöglichkeiten (z. B. individuelle Bestimmung der Bildschärfe), umfangreiche Belichtungsfunktionen, Verschlußzeiten von 1/2.000 bis 4 Sekunden, eine Makrofunktion ab 0,06 Metern und sechs Weißabgleichsmöglichkeiten runden die Ausstattung der S4 ab. Für die Speicherung der Bilddaten können SD-Cards verwendet werden. Alternativ besteht die Möglichkeit, bis zu neun Bilder im internen Speicher abzulegen. Die Kamera hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 499,- Euro.

Mit einem robusten, wasserfesten Gehäuse ist die 3,2-Megapixel-Digitalkamera Pentax Optio 33WR ausgestattet. Damit ist sie quadratisch, praktisch und wasserresistent.

Pentax Optio 33WR

Für Anwender, die eine robuste Digitalkamera suchen, die sowohl beim Urlaub am Meer gegen Sand als auch beim Wandern entlang der Bergflüsse gegen Wasserspritzer geschützt ist, bietet Pentax die Optio 33WR an. Die 3,2 Megapixel-Kamera verträgt Nässe nach der JIS-Klasse 7 (ist also keine Unterwasserkamera, kann aber in einer Wassertiefe von bis zu einem Meter eingesetzt werden). Dank geschützter Kanten ist sie zudem gegen Stürze geschützt. Darüber hinaus bietet die gerade einmal 81,5 x 76 x 30,5 mm (B x H x T) große Kamera einen 2,8fachen optischen Zoom (entspricht 37–104 mm im Kleinbildformat), einen Makrobereich, der bei 0,01 m beginnt, eine Lichtempfindlichkeit, die von ISO 50 bis ISO 400 reicht, und Verschlußzeiten von 1/2.000 bis 4 Sekunden.

Zahlreiche Funktionen

Des weiteren verfügt die Pentax Optio 33WR über die Möglichkeiten der Videoaufzeichnung (bis zu 30 Sekunden) in zwei verschiedenen Auflösungen und der Tonaufnahme. Diverse Weißabgleichsfunktionen, zehn unterschiedliche Digitalfilter sowie verschiedene Modi für die Aufnahme (z. B. Landschaft, Surf & Schnee, Sonnenuntergang oder Schnappschuß) zählen ebenfalls zur Grundausstattung.

Die Optio 33WR, die ihre Bilder auf SD- bzw. MultiMedia Card abspeichert, ist ab Anfang dieses Monats lieferbar und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 399,- Euro. höl

Wasserdicht, schnell und drei Megapixel stark

Neue Caplio-Modelle von Ricoh

Ricoh stellt drei neue Digitalkameras vor, die alle in dem bei den Verbrauchern beliebten Drei-Megapixel-Segment anzusiedeln sind. Unterscheidungsmerkmale bietet ihre unterschiedliche Ausstattung. So ist die Ricoh Caplio 300G beispielsweise durch ihr robustes Gehäuse gegen Wassereinwirkungen geschützt, die Ricoh Caplio G4wide bietet die bei Digitalkameras selten zu findende Weitwinkelbrennweite von 28 mm (verglichen mit dem Kleinbildformat), und die Ricoh Caplio G4 bietet klare Geschwindigkeitsvorteile beim Einschalten und Auslösen.

Mit ihrem wasserdichten Gehäuse ist die Ricoh Caplio 300G ideal für alle Outdoor-Aktivitäten. Die 3,24-Megapixel-Digitalkamera bietet dem Anwender Schutzgrad 7 gegen Wassereinwirkung und Schutzgrad 6 gegen Staub (jeweils nach JIS-Prüfnorm). Damit ist sie bei Regen genauso geschützt wie in einer staubigen und schmutzigen Umgebung. Gummidichtungen an allen Öffnungen und Tasten sowie Schutzmaßnahmen an neuralgischen Punkten runden ihre robuste Ausstattung ab. Zwischen dem Drücken des Auslösers und dem Beginn der Belichtung vergehen bei der Caplio 300G 0,22 Sekunden, so daß sie sich auch für Schnappschüsse anbietet. Darüber hinaus ist die Kamera 2,5 Sekunden nach dem Einschalten einsatzbereit, weist eine Bildfolgezeit von 1,5 Sekunden auf und kann Serienaufnahmen im 0,3 Sekunden-Rhythmus aufnehmen.

Die Leistung des Bildelements wird durch ein dreifaches Zoomobjektiv ergänzt, das eine Brennweite von 35 bis 105 mm entsprechend dem Kleinbildformat bietet. Zusätzlich steht ein 3,4facher Digitalzoom zur Verfügung.

Aufnahmen bei Dunkelheit

Verschiedene Funktionen der Kamera tragen dazu bei, daß sie auch bei schlechtem Umgebungslicht eingesetzt werden kann. So bietet die Kamera eine Hochempfindlichkeitsfunktion, die dafür sorgt, daß bei schwacher Beleuchtung das Monitorbild für die Ausschnittwahl und Bildgestaltung stark aufgehellt wird. Darüber hinaus kann neben der Verwendung des integrierten Blitzes über den externen Blitzschuh ein zusätzliches Blitzgerät angeschlossen werden.

Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen zählen eine Makroeinstellung, die Aufnahmen ab einem Zentimeter ermöglicht, sechs Motivprogramme und drei verschiedene Serienaufnahme-Funktionen. Die Kamera, die zusätzlich über eine Moviefunktion verfügt, hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 499,- Euro.

Ricoh Caplio G4

Ricohs Caplio G4wide und die Caplio G4 unterscheiden sich im wesentlichen durch ihr Objektiv. Die G4wide ist mit einem Objektiv ausgestattet, das aus acht Linsen in drei Baugruppen aufgebaut ist. Bei seiner Konstruktion wurde das kleine Aufnahmeformat des Bildsensors bei Digitalkameras (was kompakte Objektivkonstruktionen mit kurzen Brennweiten nötig macht) berücksichtigt. Das Dreifach-Zoomobjektiv bietet eine Brennweite von 28 bis 85 mm im Vergleich zum Kleinbildformat. Eine wichtige Rolle für die Realisierung der Weitwinkel-Brennweite von 28 mm spielt eine konkave, asphärische Linse (Meniskus-Typ) in der vorderen Baugruppe, die aus

Die Caplio 300G ist mit Gummidichtungen an allen Tasten und Öffnungen ausgestattet und somit gegen äußere Einflüsse wie Wasser, Staub oder Schmutz bestens geschützt.

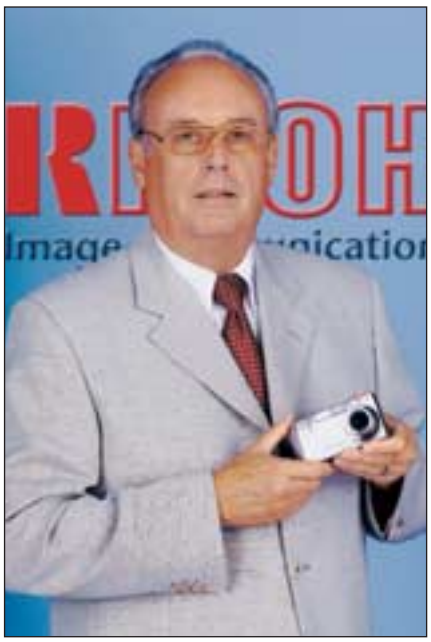
Die Caplio G4wide bietet die Weitwinkel-Brennweite von 28 mm (Wert im Vergleich zum Kleinbildformat) und ist damit ideal für Fotografen, die sich bei der Bildgestaltung durch die üblicherweise nicht sehr weitwinkligen Zoombereiche der Digitalkameras eingeschränkt fühlen.

Glas mit geringer Dispersion und hohem Brechungsindex hergestellt wurde.
Während die Caplio G4wide für Anwender konzipiert wurde, die sich durch den üblicherweise nicht sehr weitwinkligen Zoombereich herkömmlicher Digitalkameras eingeschränkt fühlen, ist die Caplio G4 mit einem Zoomobjektiv ausgestattet, der umgerechnet aufs Kleinbildformat eine Brennweite von 35 bis 105 mm bietet. Makroaufnahmen lassen sich mit beiden Kameras über eine spezielle Funktion bis zu einer Nahgrenze von lediglich einem Zentimeter anfertigen.

Tempo

Darüber hinaus zeichnen sich die 3,24-Megapixel-Modelle durch ein schnelles Tempo aus. Nur 1,8 Sekunden nach dem Einschalten ist die Caplio G4wide aufnahmebereit, die Caplio G4 braucht mit 1,9 Sekunden nur unerheblich länger. Mit einer superkurzen Auslöseverzögerung von nur 0,14 Sekunden (gemessen vom Auslöserdrücken bis zum Belichtungsbeginn in der Autofokus-Funktion ohne Benutzung der Schärfespeicherung) schlagen beide Kameras mit dieser Zeit laut Aussage von Ricoh sogar herkömmliche Kleinbildkameras (Stand: 19. August). Diese Schnelligkeit beruht auf einem hybriden Autofokus-System, das die Vorteile von externen Sensoren und der Schärfemessung durch das Objektiv kombiniert.
Über die Adjust-Taste der Kameras kann der Anwender ohne Umweg über das Menü eine Belichtungskorrektur auswählen, den Weißabgleich ändern und die ISO-Empfindlichkeit auswählen. Sechs Motivprogramme sorgen für optimale Ergebnisse in den jeweiligen Aufnahmesituationen (Portrait, Sport, Landschaft, Nachtszenen, Text und hohe Empfindlichkeit). Für die Bestimmung der optimalen Belichtung wird die Helligkeit des jeweiligen Bildes an jeweils 256 Stellen ermittelt. Darüber hinaus stehen eine mittenbetonte und eine selektive Messung (Spot) zur Verfügung.

Eine übersichtliche Anordnung der Bedienelemente bietet die zur Caplio G4wide fast baugleiche Caplio G4. Beide Kameras sind mit einem 1,6" -Kameradisplay ausgestattet.



Auf der IFA in Berlin stellte Dietmar Franken, Leiter der Düsseldorfer Niederlassung Kameras im Digital Solution Center von Ricoh Europe BV, die neuen Caplio-Modelle vor, mit denen er sich gute Chancen im umsatzstarken Marktsegment der 3-Megapixel-Kameras ausrechnet.

Serienbildfunktion

Neben der Standard-Serienbildfunktion mit der Möglichkeit, Bilder in Serie in Intervallen von 0,3 Sekunden aufzuzeichnen, verfügen die beiden G4-Modelle zusätzlich über die M- und S-Serienbildfunktion. Hierbei werden innerhalb von zwei Sekunden die jeweils 16 Aufnahmen vor (M-Funktion) beziehungsweise nach (S-Funktion) Drücken des Auslösers aufgezeichnet und als ein Bild abgespeichert.

Bei der Wiedergabe lassen sich die Aufnahmen einzeln vergrößern. So können Bewegungsabläufe, wie beispielsweise Golfabschläge, hervorragend fotografisch analysiert werden.

Flexibilität

Neben der Möglichkeit, Aufnahmen auf SD-Karten zu speichern, verfügen beide Kameras aber auch über einen 8 MB fassenden internen Speicher. Auch in der Wahl der Energieversorgung zeigen sie sich flexibel. Es können sowohl Lithium-Ionen-Akkus, zwei Alkali-Mangan-Batterien oder zwei Nickel-Metallhydrid-Akkus (Mignongröße) eingesetzt werden.

Mit der Caplio G4 können Videosequenzen mit bis zu 180 Sekunden Länge im AVI-Format aufgezeichnet werden.

Die Caplio G4wide zeichnet zusätzlich auch den Ton mit auf. Darüber hinaus ermöglicht sie es, Fotos um gesprochene Kommentare zu ergänzen. Die Caplio G4wide hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 299,- Euro, die G4 von 249,- Euro.

höl

Zu unserem Editorial „Digitaler Aufschwung?“ in imaging+foto-contact 9/2003 hat uns folgender Leserbrief erreicht:

„Heute habe ich das Editorial in Ausgabe 9 gelesen und war mit dem Absatz über die zweite Hoffnung, die den Fotohandel betrifft, nicht einverstanden. Zunächst zu mir: selbständig seit 1987, seitdem allein in meinem Geschäft tätig. Da ich keine Digitalstation besitze, habe ich nach Ihren Worten 1. die Zeichen der Zeit nicht erkannt und verschenke 2. Umsatzpotential und verliere an Bildkompetenz und Reputation beim Endkunden.

Woher nehmen Sie diese Behauptung? Woher wollen Sie wissen, daß ich mir keine Gedanken mache? Wissen Sie, wieviel eine Digital Order Station kostet? Sie schreiben in Ausgabe 7, daß die Investitionen inzwischen auch nicht mehr so groß sind. Wieso sagte dann die Außendienstmitarbeiterin meines Labores zu mir, daß eine Digitalstation für mich zu teuer sei? Ich bekam kein Angebot, gar nichts. Woher wissen Sie, daß ich (oder andere Händler, die ebenfalls ein kleines Fotogeschäft haben) mir eine Digitalstation finanziell leisten kann? Bekomme ich das Geld von Ihnen oder Ihrem Vater?

Sie schreiben über den Fotohandel, die Industrie, die Großlabore, aber die kleinen Fotofachhändler haben bei Ihnen keine Lobby! An Ihrer Stelle würde ich mir da einige Gedanken machen.

Foto J. Seidel
55118 Mainz“

Außerdem erreichte uns folgender offener Brief:

„Betr.: Schlecker, Bilderpreis 9/13=0,01 Euro (in Worten: null null eins)

Wie weit kann das Niveau eigentlich noch sinken? Wann wachen unsere „Laborpartner“, wenn es überhaupt noch „Partner“ sind, auf? Sind die Labore vielleicht auch schon auf der untersten Sohle dem „Schleckerniveau“, wo nur noch Quadratmeter zählen? Sind sie schon so weit erpreßbar? Indem Schlecker und Konsorten die Mehrkosten der Bilder als „Werbekosten“ voll absetzen, wird nicht nur der Staat, sondern auch der Steuerzahler besch...!!! Von uns Fotografen und Atelierhändlern ganz zu schweigen, wir haben schon lange keine Lobby mehr. Uns braucht man nur für neue Marktanalysen und um für andere ins Feuer zu springen!!! Dafür bescheren uns die Labore auch viel „Gutes“. Neue Wortgebilde wie: Wertschöpfung – Abtreppen, was bedeutet: Fahrtkostenpauschale, Mindermengenzuschlag, Auftragspauschale! Die wir den Kunden weitergeben sollen, natürlich mit Gewinn! „Wertschöpfung“!! Abtreppen heißt: weniger Leistung, weniger Service bei höherem EK-Preis!

Schlecker & Co. bezahlen solche Pauschalen einfach nicht (es hatte sich ein Lieferschein in unsere Arbeitstüten verirrt). Die Laborpartner sollten den Schlecker Vorständen doch einfach vorschlagen, Hochzeiten, Familienaufnahmen, Kinderbilder, Paß- und Bewerbungsbilder sowieso, in einer Ecke zwischen Zahnpasta, Schmierseife und Klopapier zu fotografieren. Sagen wir mal für 0,50 Euro, obwohl das für Schlecker zugegebenermaßen etwas zu hoch gegriffen ist. Das rechnet sich dann noch für Schlecker und Co.! Unsere „Laborpartner“ brauchten dann auch nur noch mit einem Kunden abzurechnen: Schlecker. Das ist dann Wertschöpfung und Abtreppen in einem, und dann haben Schlecker & Co. ganz das Sagen!

Sollte ich jemandem zu nahe getreten sein oder gar auf die Füße getreten haben, so ist das mit Bedacht und absolut vorsätzlich geschehen.

Gott sei‘s gelobt, muß ich nicht mit 9/13 und 10/15-Bildern meine Familie über Wasser halten! Mir geht es um Prinzipien, Fairneß und Ethik, deren Bedeutung oben angeführten Leuten gänzlich frend zu sein scheinen.

Fotostudio Kinscheck
49074 Osnabrück“

i+fc Point of Sale

HotPack und CoolPack sollen den Abverkauf der Pentax 33WR fördern

Parallel zur Markteinführung der neuen, wasserresistenten, staubdichten und stoßfesten Pentax 33WR Digitalkamera bietet Pentax dem Fotohandel ab Oktober 2003 zwei originelle und produktnahe Verkaufs-Kits an: HotPack und CoolPack. Das HotPack wendet sich an Sonnenanbeter, die für die Weihnachtsferien einen Strandurlaub planen. Es besteht aus einem Waterbag (wasserfeste Umhängetasche) sowie trendigen Flip Flops im Pentax Look. Für Pistenakrobaten auf Ski oder Snowboard beinhaltet dagegen das CoolPack neben dem Waterbag Piz Buin Sun Blocker.

Beide Kits sind in einer limitierten Auflage von je 2.000 Stück für den Fotohandel erhältlich. Die gesamte Aktion ist zeitlich auf die Monate Oktober bis Dezember 2003 begrenzt. Das Promotionpaket zur Trendkamera eignet sich auch für eine aufmerksamkeitsstarke Fenster-Deko. Nähere Informationen sind über die Pentax Sales Ansprechpartner oder über die Hotline das Pentax Direkt Servicecenters unter Telefon 040/56192-280 erhältlich.

Die Pentax Optio 33WR wird sowohl als Einzelkamera als auch mit den Promotion-Kits Anfang Oktober 2003 für 399 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) erhältlich sein. Die Zusendung der Kits an interessierte Handelspartner erfolgt nach Auftragseingang. „Die beiden Promotion-Kits HotPack und CoolPack korrespondieren perfekt mit den Vorteilen der Kamera und dürften als Abverkaufshilfe den Kaufanreiz für Endverbraucher weiter erhöhen“, meinte Pentax in einer Pressemitteilung.

Picture It! Foto Designer Pro Plus von Microsoft

Mit der neuen Version von Microsofts Foto Designer Pro Plus gibt es ab sofort eine Möglichkeit, aus digitalen Bilddaten brillante Bilder zu machen.
Die einfach zu erlernende Software kombiniert alle Funktionen, die sich Anwender wünschen: Umfangreiche Archivierungs- und Bearbeitungsmöglichkeiten, zahlreiche Optionen zum Austausch von Fotos sowie erweiterte Funktionen rund um die Organisation von Bilddateien. Darüber hinaus enthält das neue Bildbearbeitungsprogramm eine verbesserte Benutzeroberfläche und Lernanleitungen auf Video.

Die Foto Designer Bibliothek hilft beispielsweise beim Organisieren, Archivieren und Auffinden von Fotos. Die Bildbetrachtung und Verwaltung erfolgen in der Miniaturansicht. Umfangreiche Bildbestände lassen sich mit Organisations-Tools wie dem Fünf-Sterne-Bewertungssystem praktisch organisieren.
Zum Bearbeiten der Dateien stehen dem Anwender unter anderem neu entwickelte Bearbeitungswerkzeuge zum Importieren, Bearbeiten und Verschönern von Fotos zur Verfügung. Der Import-Assistent bietet einen leichten Zugriff auf Digitalkameras oder Speichermedien. Zur Mängelbeseitigung und Schaffung sanfter Übergänge stehen Überblend-Pinsel zur Verfügung. Darüber hinaus bietet das Programm viele weitere Tools, darunter Gausscher Weichzeichner und Unschärfemaske, optimierte Auswahlwerkzeuge sowie Skalierungstools, mit denen Bildformate an die Größe mobiler Geräte wie Handys oder Palm-Geräte angepaßt werden können. Das Programm enthält mehr als 5.000 Bilder, 3.000 Templates, 200 Filter und eine Vielzahl von Projektvorlagen und Masken. Microsoft Foto Designer Pro Plus ist ab sofort lieferbar und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 89,99 Euro.

Zwei neue Canon-Fotodrucker

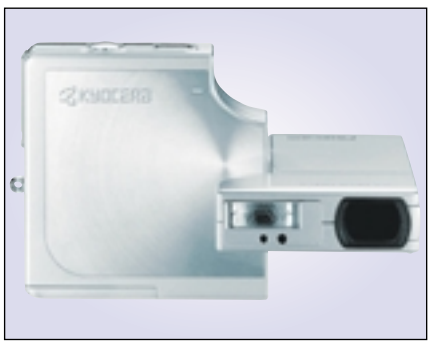
Canon präsentiert zwei neue Drucker mit integriertem Kartenadapter für verschiedene Digitalkamera-Speichermedien. Der i475D wendet sich an den anspruchsvollen Einsteiger, bietet randlosen Druck und bis zu 18 Seiten/Minute in Schwarzweiß und bis zu zwölf Seiten/Minute in Farbe. Der i905D verfügt über ein Sechs-Farbtintensystem und kann darüber hinaus geeignete CDs und DVDs bedrucken. Beide Printer drucken mit bis zu 4.800 x 1.300 dpi, bei Tintentröpchengrößen von 2 Picolitern. Außerdem bieten sie diverse Möglichkeiten für den Direktdruck. So läßt sich beispielsweise einfach eine

Canon i475D

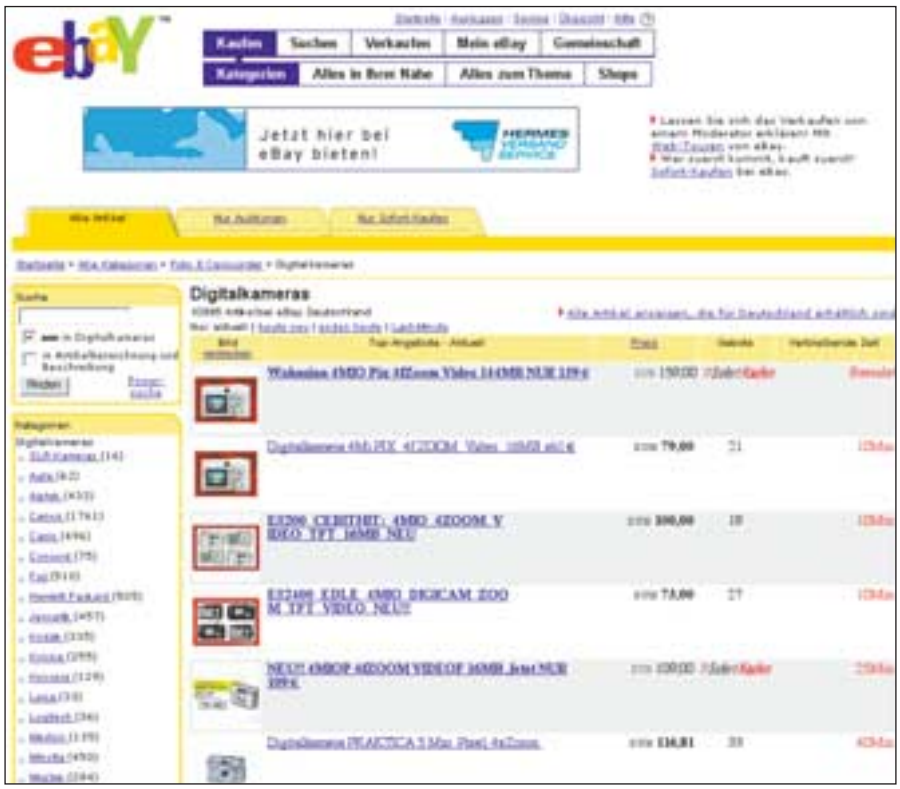
Canon-Digitalkamera anschließen und per DirectPrint Bilder am Monitor aussuchen und sofort ausdrucken. Alternativ kann auch eine PictBridge-kompatible Kamera von Canon oder anderen Herstellern für den Direktdruck eingesetzt werden. Per 4-in-1-Kartenadapter besteht darüber hinaus die Möglichkeit, CF-Karten, Microdrive, MMC, SmartMedia-Karten und den Memory Stick auszulesen und Bilder ohne Umweg über den PC zu drucken. Über einen optionalen Adapter können zudem xD Cards gelesen werden. Der i905D ist mit einem hochklappbaren Farb-LCD ausgestattet, an dem die Auswahl der gewünschten Fotos leicht fällt. Der i475D ist ab diesem Monat lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 199,- Euro, der i905D ist ab November erhältlich und hat einen UVP von 299,- Euro.

Schnell, schlank, schön

Wie Kyocera auf der IFA in Berlin bekanntgab, präsentiert das Unternehmen mit der Finecam SL 300R die weltweit schnellste und flachste Kompaktkamera mit Dreifach-Zoom. Eine Auflösung von 3,17-Megapixeln steckt in der nur 15 mm flachen Digitalkamera. Dank Kyoceras RTune-Technologie verfügt die Kamera über eine Serienbildfunktion, die unbegrenzte Fotoserien mit 3,5 Bildern pro Sekunde aufnehmen kann. Bei Verwendung einer High-Speed SD-Karte mit einer Übertragungsrate von 10 MB/Sekunde erreicht



die Kamera diese Aufnahmefrequenz selbst in der höchsten Auflösung von 2.048 x 1.536 Pixeln. Das schwenkbare Objektivelement mit integriertem Dreifach-Zoom bietet eine Brennweite von 38 bis 115 mm im Kleinbildformat. Mit sieben Programmautomatiken haben auch weniger erfahrene Anwender alle Motive im Griff. Die Kamera wird mit 16 MB SD-Card, Lithium-Ionen-Akku, Netz- und Ladegerät ausgeliefert und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 449,- Euro.



Samstag, 20.09.2003, gegen elf Uhr: Fast 11.000 Produkte werden bei ebay in der Kategorie „Digitalkameras“ zum Kauf angeboten. Viele davon stammen von professionellen (Foto)Händlern.

Auktionen und Marktplätze bieten enorme Umsatzchancen

Das Internet als Top-Verkäufer

Für die einen Fotohändler ist das Internet nach wie vor ein rotes Tuch. Skepsis über Qualität und Herkunft der Waren oder Zahlungsmoral der Kunden beherrschen ihr Denken. Für andere ist die virtuelle Welt inzwischen zu einem festen Ertragsbringer geworden. Und dies nicht nur durch lukrative Printaufträge, die in zunehmender Zahl online eingehen, sondern auch durch die Auktionsplattformen und Marktplätze, die nahezu unbegrenzte Möglichkeiten bieten, neue und gebrauchte Waren zu verkaufen und damit Umsätze zu generieren, die am PoS nicht zu erzielen wären.

Die bekannteste und weltweit größte Auktionsplattform ist ebay. Das Unternehmen, das seine deutschsprachige Seite vom Standort Berlin aus betreut, arbeitet seit vielen Monaten eifrig daran, zu einem Partner professioneller Verkäufer zu werden. Da man bei ebay weiß, daß viele deshalb den Handel im Internet scheuen, weil er ihnen zu zeitaufwendig und deshalb nicht lohnenswert erscheint, hat ebay in den vergangenen Monaten immer wieder neue Tools für Verkäufer entwickelt (siehe dazu auch imaging+foto-contact, Ausgabe 9/2003, S. 46).

Die Verkäufertools tragen dazu bei, daß das Einstellen von Artikeln in die verschiedenen Kategorien und der Versand der verkauften Dinge erheblich erleichtert und in einigen Punkten sogar automatisiert geschieht. So wird es beispielsweise möglich, mehrere gleichartige Produkte innerhalb von Minuten ins Netz zu stellen; und auch die Abwicklung des Verkaufs kann für geübte ebayer in ähnlicher Geschwindigkeit ablaufen. Für professionelle Händler, die diese Tools nutzen, hat sich das Internet inzwischen zu einem Top-Verkäufer entwickelt – vor allem für Produkte, die nicht mehr der neuesten Generation angehören, oder für Waren, die mit hohen Margen versehen sind.

Die Faktoren Zeit und Personal müssen natürlich trotzdem in die Kalkulation einbezogen werden, ebenso wie die Tatsache, daß ein Artikel einmal deutlich unter dem erwarteten Preis bzw. unter dem Einkaufspreis liegen kann. Denn in der Regel sind die Auktionsangebote, die mit einem Startpreis von einem Euro beginnen, für die Kaufinteressenten wesentlich attraktiver als Angebote, die bereits mit hohen Einstiegskosten starten oder gar ausschließlich eine „Sofort kaufen“-Option in höheren Preisregionen bieten – dies beweisen sowohl ein Blick auf die Besuchszähler, die die meisten Anbieter auf ihren Seiten integriert haben, als auch die Beobachtung des Gebotsverlaufs.

Gegen die insbesondere bei hochpreisigen Artikeln berechtigte Angst davor, übers Ohr gehauen zu werden, bietet ebay den Treuhandservice „iloxx safetrade“ an. Sowohl Käufer als auch Verkäufer können den Treuhandservice nach Angebotsende starten. Der Verkäufer kann bereits beim Einstellen seines Artikels die Nutzung des Treuhandservices akzeptieren. Vor dem Start

Der Treuhandservice „iloxx safetrade“ bewahrt bei ebay vor allem die Anbieter hochpreisiger Artikel vor negativen Erfahrungen.

Bild oben: Auch der „Megastore" bei Amazon.de bietet die Möglichkeit, neue und gebrauchte Artikel zu verkaufen. Besonders gut geeignet ist diese Adresse für (Foto-)Bücher. Bild unten: Neben neuen Büchern sind bei Amazon auch viele gebrauchte Bücher von externen Anbietern zu haben.

des Treuhandservices müssen sich Verkäufer und Käufer auch über die Kosten, die dem Verkaufspreis hinzugerechnet werden sollen (Versand- oder Verpackungskosten etc.), einig sein. Wenn beide dem Treuhandservice zugestimmt haben und der Verkäufer das Treuhandverfahren gestartet hat, wird der Käufer per E-Mail aufgefordert, den Verkaufspreis (zuzüglich eventueller Versand- und Verpackungskosten) auf das von iloxx treuhänderisch verwaltete Konto zu zahlen. Sobald das Geld auf dem treuhänderisch verwalteten Konto eingegangen ist, benachrichtigt iloxx die Handelspartner. Der Verkäufer organisiert den Versand der Ware selbst und informiert iloxx über die Übergabe an den entsprechenden Versanddienstleister. Der Käufer hat zwei Tage Zeit, die erhaltene Ware auf eventuelle Mängel und Vollständigkeit zu prüfen. Meldet der Käufer einen Mangel an der Ware, behält iloxx den Verkaufspreis ein und fordert beide Parteien auf, sich innerhalb von 30 Tagen darüber zu verständigen, was mit der Ware und dem Geld geschehen soll und wer welche Kosten trägt. Erst nachdem sich Käufer und Verkäufer geeinigt haben, wird das Treuhandverfahren gemäß den gemachten Anweisungen fortgesetzt. Meldet der Käufer nach Ablauf von zwei Tagen keine Mängel, wird der Verkaufspreis an den Verkäufer überwiesen.

(Foto-)Bücher über Amazon.de verkaufen

Eine gute Adresse für den Verkauf von (Foto-)Büchern, die ansonsten in den Regalen zustauben würden, ist Amazon.de. Auch der Online-Buchhändler ermöglicht es externen Anbietern, gebrauchte oder neue Waren einfach und schnell zu verkaufen. Dabei sind Gebühren, im Gegensatz zu ebay, erst dann fällig, wenn der Artikel verkauft wurde.

Anbieter müssen bei Amazon.de drei Schritte vollziehen: Sie stellen den Artikel zum Verkauf ein, indem sie seine ISBN, UPC oder ASIN angeben oder indem sie nach dem Artikel suchen, den sie verkaufen wollen und dann im Kasten rechts auf der Seite „Diesen Artikel verkaufen" anklicken. Gibt es einen Käufer für das Produkt, benachrichtigt Amazon.de den Verkäufer per E-Mail, an wen der Artikel geschickt werden muß. Anschließend überweist Amazon.de den Verkaufspreis direkt auf das Bankkonto des Anbieters – abzüglich einer feststehenden Verkaufsgebühr und einer prozentualen, vom Artikel abhängenden Verkaufsprovision. hepä

Walther reagiert auf verändertes Kaufverhalten

„Schlüsselfertige" Aktionen für die Zweitplazierung

Die allgemeine Kaufzurückhaltung der Konsumenten, die zunehmende „Schnäppchenjäger"-Mentalität und die Digitalisierung der Fotografie, die die absolute Zahl geprinteter Bilder sinken läßt, haben sich negativ auf die Produzenten hochwertiger Alben und Rahmen ausgewirkt. „Absatz und Umsatz lagen bei uns im ersten Halbjahr unter dem Vorjahr, und auch für das laufende Halbjahr erwarten wir keine wesentliche Änderung des Geschäftsverlaufs", räumte Rolf Inderbiethen, Geschäftsführer der Walther Alben und Rahmen GmbH & Co. KG im Nettetal, im Gespräch mit imaging+ foto-contact ein.

Foto oben: Zu einem „Renner" bei Walther entwickelt sich derzeit das „Erfolgs-Trio", bei dem ein Rahmenpaket auf einem kostenlosen Präsentationswagen geliefert wird. Foto ganz oben: Im Lager von Walther warten Dutzende von Wagen (links als Bausatz auf Paletten, rechts bereits montiert) darauf, mit den Rahmenpaketen bestückt zu werden.

Daß man bei Walther trotz der schwierigen Rahmenbedingungen noch „mit „einem blauen Auge davongekommen ist", führte Inderbiethen auf die neuen Angebote für den Handel zurück. „Wir haben erkannt, daß dem Handel das Verkaufen von Wand- und Regalware immer schwerer fällt", meinte der Walther-Geschäftsführer. „Wesentliche Mengen gehen inzwischen über Aktionen und Zweitplazierungen mit Doppelpreisauszeichnungen." Als Folge dieser Erkenntnis hat Walther sein Angebot an Aktionspaketen deutlich ausgebaut. Jetzt stehen dem Handel zum einen mehr Pakete, zum anderen kleinere Pakete zur Verfügung. „Wir liefern dem Handel ‚schlüsselfertige' Ware, bei der er nur noch die Folie abzumachen braucht, bevor er sie in oder vor den Laden stellt", sagte Inderbiethen. Das bedeutet, daß alle Angebotspakete bereits komplett mit einer Auswahl von Produkten des aktuellen Sortiments bestückt sind, von denen sich Walther sicher ist, daß sie zu den Schnelldrehern gehören.

Im Mittelpunkt der Rahmen-Angebote steht „das Erfolgs-Trio". Hinter diesem Begriff verbergen sich drei Kunststoffrahmen-Pakete der Serien Lifestyle (260 Stück in fünf Formaten), Duostyle (210 Stück in vier Formaten) und Metallicstyle (182 Stück in vier Formaten), die preisausgezeichnet inklusive Topper auf einem kostenlosen Präsentationswagen (120 x 70 x 100 cm/ L x B x H) geliefert werden.

Dabei stellen die Profil Metallicstyle und Duostyle aktuelle Ergänzungen

Mit immer wieder neuen Aktionen will Walther Alben und Rahmen seinen Handelspartnern den Durchverkauf erleichtern.

Ab sofort stehen dem Handel die neuen Walther Kataloge, hier beispielhaft nur einige Exemplare des gesamten Sortiments, druckfrisch zur Verfügung.

Geschäft mit Rahmen und Alben bietet hohe Margen

des bestehenden Rahmenprogramms dar: Die Metallicstyle-Rahmen haben ein breites, flach abgerundetes Profil. Sie sind in vier Metallicfarben und Formaten zwischen 13 x 18 cm und 40 x 50 cm lieferbar. Das Profil Duostyle wird durch ein kräftiges Halbrundprofil mit abgesetzten Farb-/Silberkombinationen gekennzeichnet. Dieses Profil steht in fünf Farbvarianten und vier Formaten zur Verfügung.

„Alle Rahmen wurden mit Margen zwischen 41 und 47 Prozent kalkuliert“, stellte Inderbiethen fest. Doch das ist für den Walther-Geschäftsführer nicht die einzige positive Eigenschaft dieses Angebotes. „Wer jetzt alle drei Rahmenpakete ordert, kann zum einen selbst bestimmen, wann jedes Einzelpaket geliefert werden soll, und er kann mit einer Extra-Valuta von 30 Tagen bezahlen“, erläuterte Inderbiethen. So könne, wer geschickt ordere, ein Zahlungsziel bis zu 75 Tagen erreichen. Inderbiethen: „In dieser Zeit ist die Ware aus dem Paket schon (fast) abverkauft.“

Auch bei den Alben gibt es derzeit verschiedene Aktionsangebote So zum Beispiel das Paket „Frischer Wind“ mit Fotoalben und Fotoboxen im trendigen Karo-/Streifen-Look, die sich zur Präsentation auf dem Walther-Aktionswürfel eignen, das Einführungspaket „Pitzelpatz & seine Freunde“ mit vier Hochzeits- und Freundschafts- bzw. Baby- und Kinderalben, das Aktionspaket „Neue Spiralalben“ mit zehn verschiedenen Spiralalben-Neuheiten aus der Kollektion 2003/2004 oder das Paket „Design/Classic-Alben“, das 17 verschiedene Design- und Classicalben-Neuheiten aus der Kollektion 2003/2004 enthält.

Auch für diese Angebote räumt Walther eine Extra-Valuta von 30 Tagen ein. Neuheiten gab das Nettetaler Unternehmen auch bei den Holzrahmen bekannt. Hier ergänzen ab sofort die Profile Solitär Grande, Messina und Malmö das Sortiment. Solitär Grande ist die Schwesterserie der bekannten Holzrahmenserie Solitär. Deren Profil wurde breiter und kräftiger und deckt mit der neuen Serie die Formate bis 60 x 80 cm ab. Solitär Grande gibt es in acht Farben. Das Holzprofil Messina, zu haben in fünf Formaten und zwei Farben, stellt nach Herstellerangaben eine elegante Erweiterung des Sortiments dar. Und mit dem trendigen Blockprofil der Serie Malmö (fünf Formate, drei Farben) will Walther vor allem ein junges Publikum ansprechen. hepä

Die Holzrahmen des Profils Malmö sind neu im Walther Sortiment.

Walther vertreibt ab Januar 2004 das Herma Fotosortiment

Der flächendeckend in Deutschland arbeitende Außendienst der Karl Walther Alben und Rahmen GmbH & Co. KG wird ab 1. Januar 2004 auch die Produkte aus dem Fotosortiment der in Stuttgart ansässigen Herma GmbH vertreiben. Dazu gehören vor allem Fotoecken, Tapes und Fotokleber, die eine sinnvolle Ergänzung der Bildarchivierung in Fotoalben darstellen. Die Vertriebskooperation bringe nach Ansicht beider Unternehmen vor allem für den betreuten Fotohandel Vorteile, hieß es in einer Pressemitteilung. So könnten bei einem Besuch durch einen der elf Walther-Außendienstler aktuelle Informationen und Angebote für beide Marken-Sortimente abgerufen werden. Außerdem erhielten die Händler mit einer Lieferung Walther- und Herma-Produkte; dabei bezieht sich die Mindestabnahme auf den Gesamtbetrag einer Bestellung. Für beide Sortimente erhält der Handelspartner beider Unternehmen schließlich nur noch eine Rechnung. Im Oktober wollen Walther und Herma mit einem Mailing an den Fotohandel herantreten und ihn mit ersten „Aktionen“ auf den Start der Vertriebskooperation aufmerksam machen.

Mehrarbeit
Schwerbehinderte haben in unserer Gesellschaft eine besondere Rechtsstellung. Das gilt auch für das Arbeitsrecht. Sie dürfen beispielsweise nach § 124 SGB IX verlangen, von Mehrarbeit freigestellt zu werden. Mehrarbeit i. S. des § 124 SGB IX ist aber nicht gleich Mehrarbeit i. S. der Tarifverträge. „Mehrarbeit“ für Schwerbehinderte ist erst jede über acht Stunden hinausgehende Arbeitszeit, die von § 3 Satz 1 ArbZG festgelegt wird (BAG – Urteil vom 3.12.2002 – 9 AZR 462/01).

GmbH-Geschäftsführer
Damit Arbeitnehmer bei einem Unternehmensverkauf gut geschützt sind, gibt es den § 613a BGB. Danach gilt: „Geht ein Betrieb oder Betriebsteil durch Rechtsgeschäft auf einen anderen Inhaber über, so tritt dieser in die Rechte und Pflichten aus den im Zeitpunkt des Übergangs bestehenden Arbeitsverhältnissen ein.“ Das heißt: Der Anstellungsvertrag eines GmbH-Geschäftsführers geht nicht über. Er ist kein Arbeitnehmer, sondern Organ der GmbH (Urteil vom 13.2.2003 – 8 AZR 654/01).

Mietminderung
Als gewerblicher Mieter hat man vor Gericht oft schlechte Karten. Umso mehr freut man sich, wenn es dann doch mal ein Urteil gibt, das die eigene Rechtsstellung stärkt. Die Jahrhundertflut ist in den neuen Ländern noch lange nicht vergessen. Das Landgericht Leipzig sprach Mietern von Gewerberaum ein 100-prozentiges Minderungsrecht zu, wenn Geschäftsräume, die sonst ungefährdet sind, infolge des Hochwassers nicht mehr benutzt werden konnten (Urteil vom 28.5.2003 – 1 S 1314/03).

Bonitätsauskünfte
Manchmal wundert man sich, warum die neue Geschäftsverbindung nicht zustande gekommen ist oder der Partner nur gegen Vorkasse liefern möchte. Der Grund dafür kann eine schlechte Bonitätsauskunft sein. Dazu der BGH in einem Beschluß vom 24.6.2003 – VI ZR 3/03: „Angaben einer Wirtschaftsauskunftsdatei, die geeignet sind, etwaige Kreditgeber zu einer sorgfältigen Bonitätsprüfung zu veranlassen, sind für das Kreditgewerbe erforderlich und vom Betroffenen grundsätzlich hinzunehmen.“

Im Focus: Wenn wieder Schluß ist...

Bis zum **Jahresende** sind es noch knapp drei Monate. Der Handel bereitet sich auf das Weihnachtsgeschäft vor. Trotzdem sollte man bei allem Streß in der Schlußrunde etwas nicht vergessen: Forderungen, die noch offen sind.

Das Bürgerliche Gesetzbuch schreibt eine **Verjährung** von Ansprüchen vor, die nicht rechtzeitig geltend gemacht und eingeklagt werden. Bis zum 31.12.2001 gab es hier recht unterschiedliche Zielvorgaben. Seit dem 01.01.2002 gilt für die allgemeine gesetzliche Verjährung grundsätzlich eine 3-jährige Frist.

Diese **3-Jahres-Frist** ist vor allem bei Zahlungsansprüchen aus Kaufverträgen zu beachten. Sie verjährten vor der Schuldrechtsreform in zwei Jahren. Für „Altforderungen“ sieht das BGB-Einführungsgesetz sehr komplizierte Überleitungsvorschriften vor. In der Regel verjähren Forderungen, die vor dem 1.1.2001 bestanden, nach altem Recht. Dennoch sollte man jeden Einzelfall prüfen.

Was ganz interessant ist, ist der **Beginn** der Verjährung. Sie startet nämlich nicht mit dem Entstehen der Forderung, sondern – Gesetzeswortlaut – „mit dem Schluß des Jahres, in dem 1. der Anspruch entstanden ist und 2. der Gläubiger von den den Anspruch begründenden Umständen und der Person des Schuldners Kenntnis erlangt oder ohne grobe Fahrlässigkeit erlangen mußte.“ Kaufpreisforderungen aus dem Jahr 2003 verjähren danach mit Ablauf des 31.12.2006!

Verhandeln die Vertragspartner über den Anspruch, tritt eine **Hemmung** der Verjährung ein. Das geht so lange, bis einer der beiden die Fortsetzung der Verhandlung verweigert. Damit für etwaige Maßnahmen noch genügend Zeit bleibt, sagt das Gesetz in diesen Fällen: „Die Verjährung tritt frühestens drei Monate nach dem Ende der Hemmung ein.“ Und was heißt Hemmung? Nun, der Zeitraum, in dem die Verjährung gehemmt ist, wird nicht in die Verjährungsfrist eingerechnet. Es gibt insoweit einen gesetzlichen Nachschlag auf die 3-Jahres-Frist.

Der wichtigste Fall der Hemmung ist die **Rechtsverfolgung**. Die Erhebung einer Klage oder die Zustellung eines Mahnbescheids hemmen die Verjährung nämlich auch. Und deswegen ist es wichtig, rechtzeitig zum Jahresende noch einmal die Ordner mit den säumigen Kunden durchzugehen. Wer pünktlich vor dem 31.12.2003 klagt oder den Mahnbescheid zustellen läßt, kann damit noch einige seiner Altforderungen retten. Kaufpreisansprüche aus dem Jahr 2001 verjähren nach altem Recht mit dem 31.12.2003. Hier ist also Eile geboten. Und weil die Bearbeitung Zeit braucht, sollte man die Brocken am 30.11.2003 klar haben.

Raumtemperatur
Der Sommer 2003 war einer der heißeren Art. Da wurde in vielen Geschäften und Büros fürchterlich geschwitzt. Einheitliche schematische Werte für ein akzeptables Raumklima gibt es nicht. Die arbeitsschutzrechtlichen Vorgaben in § 6 ArbStättV enthalten aber einen wichtigen Anhaltspunkt. Ein Vermieter von Büroflächen muß also dafür sorgen, daß die Innentemperatur bei 32 Grad Außentemperatur 26 Grad nicht übersteigt, bei höheren Werten draußen drinnen jedenfalls 6 Grad unter der Außentemperatur liegt (LG Bielefeld – Urteil vom 16.4.2003 – 3 O 411/01).

Headhunter
Das unaufgeforderte Anrufen von Kunden zum Zwecke des Kundenfangs ist nach wie vor wettbewerbswidrig. Die Jagd nach neuen Mitarbeitern gestaltet sich dagegen einfacher. Der Anwerbeversuch über den privaten Telefonanschluß ist wettbewerbsrechtlich so lange okay, wie das Gespräch kurz, sachlich und weder aufdringlich, bedrängend noch sonst irgendwie belästigend ist. Beim Headhunting geht es nicht um eine Ware oder Dienstleistung, sondern um ein Stellenangebot (OLG Jena – Urteil vom 23.10.2002 – 2 U 282/02).

Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt

Neuheiten von NielsenBainbridge

NielsenBainbridge erweitert sein Sortiment um zwei exklusive Rahmenserien und stilvolle, außergewöhnliche Passepartoutfarben. Das Rahmenprofil Driftwood besitzt eine Oberfläche mit markant herausgearbeiteter Holzstruktur und einer stilvollen Schlagmetallkante in Silber. Die Leiste ist leicht zum Bild

hin geneigt. Sie steht in zwei Breiten (54 mm und 22 mm) und vier Farbstellungen (Natur/Silber, Kokosnuß/Silber, Schwarz/Silber und Schwarz/Schwarz) zur Verfügung. Auch die abfallende Linienführung des Profils Canyon soll räumliche Tiefe vermitteln und den Blick des Betrachters auf das gerahmte Motiv lenken. Die verschiedenen warmen Farbtöne des Holzprofils bieten vielseitige Gestaltungsmöglichkeiten. Die Canyon Leiste ist 21 mm breit und wird in den Farben Elfenbein, Creme, Muskat, Salbei, Terrracotta, Blau, Granit und Schwarz angeboten. Die neue Passepartout-Kollektion Toskana steht in acht erdig-warmen Farbtönen bereit. Die Serie ist in fünf Varianten erhältlich: mit glatter Farbfläche, in Wischtechnik, mit feiner Fliesenstruktur, 100 Prozent Baumwollhadern und mit samtener Textiloberfläche. Alle Passepartoutkartons der Edition haben das Format 81 x 100 cm und eine Stärke von 1,4 mm bzw. 1,5 mm. Schließlich wurde auch die Passepartoutserie White Core durch zwölf neue Farbtöne erweitert. Zu den Neuheiten gehören zum Beispiel Kalkweiß, Tulpe oder Schwarz-Braun.

CF Photo + Video stellt Flächenleuchten vor

Flatlight-Imager 500 heißt die neue Flächenleuchte von CF Photo + Video Technik. Sie wurde speziell für die Digitalfotografie konzipiert und soll dort für gleichmäßige, tageslichtähnliche Ausleuchtung sorgen. Die Lichtwanne im Leichtmetallgehäuse ist mit drei eingebauten Doppelrohr-Leuchtstofflampen zu je 27 Watt ausgestattet, die den Angaben zufolge so hell sind wie 500 Watt herkömmliches Dauerlicht. Die Lebensdauer jeder Röhre wird mit 7.000 Stunden angegeben. Die drei Röhren können einzeln geschaltet werden, so daß wahlweise 165 W, 330 W oder volle 50 W abgestrahlt werden, ohne die Farbtemperatur zu verändern.

Das Licht ist flimmerfrei und die Wärmeabstrahlung minimal. Die zwei Lichtklappen können abgenommen und gedreht werden. Die mitgelieferte Diffusionsfolie erhöht die Streuwirkung bei stark reflektierenden Objekten. Die Leuchte hat die Abmessungen 30 x 30 x 7 Zentimeter. Sie wiegt 2,4 Kilogramm.

Ebenfalls neu bei CF sind die beiden Mini-Flächenleuchten FL-24 und FL-32, die sich vor allem zum Ausleuchten kleinerer, auf Tischen oder Hohlkehlen plazierter Objekte eignen. Ihre Leuchtflächen betragen 14 x 20 cm bzw. 15 x 27 cm bei Lampenbestückungen von 4 x 6 W bzw. 4 x 8 W. Jede Leuchte ist mit vier hochglanzverspiegelten Lichtklappen und einem Stativgewinde ausgestattet. Zwei Leuchten links und und rechts eines Objekts angeordnet reichen den Angaben zufolge aus, um kleinere Objekte mit relativ kurzen Belichtungszeiten zu fotografieren.

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

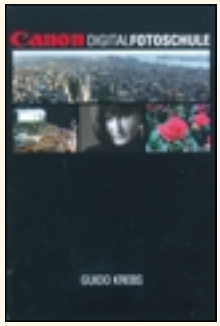
Kodak Geschenkbox mit Advantix T 50 APS-Kamera

Kodak präsentiert auch in diesem Jahr wieder eine Advantix T 50 APS Kamera in einer limitierten, attraktiven Geschenkbox für einen erwarteten Straßenverkaufspreis von unter 50 Euro. Die Kodak Advantix T 50 Kamera ist das Nachfolgemodell der C 370 – der meistverkauften APS Kamera Deutschlands. Sie verfügt über drei verschiedene Bildformate, automatischen Filmtransport, ein LC-Display, Selbstauslöser und ein Kodak Fixfokus-Objektiv. Die hochwertige Verpackung im Metallic-Look und das innovative, moderne Design der Box sollen das Paket zu einer tollen Geschenkidee machen – auch im Hinblick auf das Weihnachtsgeschäft, denn die Aktion läuft bis zum Ende des Jahres. Die Kodak Advantix Kamera Geschenkbox enthält neben der Kamera einen Bildhalter in Metallic-Aufmachung, zwei Batterien, zwei Kodak APS-Erlebnis Filme sowie eine Kameratasche. Für die entsprechende Präsentation stellt Kodak den Handelspartnern ein aufmerksamkeitsstarkes Display vor.

Guido Krebs:

Canon Digitalfotoschule

Das Buch von Guido Krebs vermittelt das ganze Know-how der digitalen Fotografie und zeigt die Vorteile eines aufeinander abgestimmten Hard- und Software-Systems. Obwohl viele grundsätzliche Zusammenhänge bei der digitalen Fotografie im Vergleich zur analogen gleich oder zumindest ähnlich bleiben, gibt es dennoch viele neue Funktionen, neuen kreativen Spielraum und die Möglichkeit, die Bilder selbst zu bearbeiten und zu drucken.
Schon bei der Aufnahme erschließt die Digitaltechnik neue Motivfelder mit hervorragenden Bildergebnissen, die bisher nur dem Fotoenthusiasten vorbehalten blieben. Schärfste Makro- und Nahaufnahmen, tolle Panoramabilder, beste Fotos auch bei wenig vorhandenem Licht, beeindruckende Nachtaufnahmen bei sofortiger Bildkontrolle sind digital ganz ohne oder nur mit geringen Hilfsmitteln möglich.



Und noch interessanter wird die Digitalfotografie, wenn man seine Bilder am Computer bearbeitet, am Printer ausdruckt und über den Scanner digitalisiert. Guido Krebs möchte mit seinem Buch die Grundlagen vermitteln, die es dem Leser ermöglichen, aus seiner Digitalkamera das Optimale herauszuholen. Denn nur das Verständnis fotografisch-technischer Zusammenhänge läßt dem kreativen Potential des Fotografen freien Lauf. Dabei werden diese Zusammenhänge möglichst einfach und mit Blick auf Praxis und Nutzen dargestellt.
Zielgruppe der Canon Digitalfotoschule sind alle diejenigen, die für die fotografische Praxis Tips und Tricks erfahren und die Zusammenhänge zwischen Aufnehmen, Scannen, Bearbeiten und Drucken in der digitalen Fotografie kennenlernen möchten.
Guido Krebs, Canon Digitalfotoschule, 224 Seiten, durchgehend 4farbig, Hardcoverumschlag, 16,5 x 23,5 cm, geb., Point of Sale Verlag, Baierbrunn 2003, ISBN 3-925334-64-5, 25,- Euro.

Carola Wedel (Hg.):

Das Pergamonmuseum –

Menschen. Mythen. Meisterwerke

Parallel zur ZDF-Dokumentation ist der zweite Band in der Reihe von Büchern zur Museumsinsel von der Journalistin Carola Wedel erschienen. Das Buch erzählt die Geschichte des weltberühmten Pergamonmuseums, Hintergründe und Geheimnisse: von den Machern von damals – Architekten, Kaiser, Direktoren – über die Kämpfe um den Bau bis zu den Entscheidungsträgern von heute.

Darüber hinaus werden die drei Museen vorgestellt, die heute in dem Gebäude untergebracht sind: die Antikensammlung, das Vorderasiatische Museum und das Museum für Islamische Kunst. Eine Bildergeschichte widmet sich den vielen unbekannten Kunstschätzen in den unterirdischen Depots des Museums und in den Außenlagern, eine weitere präsentiert die Aquarelle, die während der ersten Ausgrabungen in Assur und Pergamon entstanden.
Ausführlich beschäftigt sich das Buch auch mit den Sammlungen, deren hoch spannende Herkunftsgeschichte thematisiert wird: Wie sind der Pergamonaltar und die Königsgräber aus Assur nach Berlin gekommen? Wer waren die Archäologen? Was waren sie für Persönlichkeiten? Die Autorin widmet sich auch der oft gestellten Frage, ob Kunstschätze wie diese in ihre Herkunftsländer gehören. Schließlich bietet der Band einen Ausblick auf die Zukunft des meistbesuchten Museums der Hauptstadt.
Carola Wedel (Hg.), Das Pergamonmuseum – Menschen. Mythen. Meisterwerke. 192 Seiten 157 farbige Abbildungen, 93 schwarzweiße Abbildungen, Nicolai Verlag, Berlin 2003, ISBN 3-89479-095-4, 24,90 Euro.

Big Five –

Afrikas Giganten

Afrikas Giganten, Löwe, Elefant, Nashorn, Leopard und Kaffernbüffel, bekamen den Namen „Big Five“ einst von den europäischen Kolonialherren, die im 19. Jahrhundert Jagd auf sie machten. Diese Giganten zu bezwingen, war gleichsam eine Machtdemonstration gegenüber den Einwohnern der Kolonien. Ihre Geschmeidigkeit, Kraft und Größe waren der Maßstab. Wer sie überwand, stand ganz oben – und diesen Rang wollten sich die weißen Kolonialherren auf jeden Fall sichern. Inzwischen hat Afrika seine Unabhängigkeit bekommen, und die Big Five sind wieder die Herrscher der Savanne.

Sie sind die Krönung einer jeden Safari. Ihre Schönheit, ihre majestätische Würde, ihre urgewaltige Kraft und ihre geschmeidige Eleganz zeigt dieser Bildband mit Aufnahmen der weltweit besten Wildlife-Fotografen. Der Begleittext informiert auf unterhaltsame Art über den Lebensraum, die Verhaltensweisen und die unterschiedlichen Charaktere der großen Fünf.
Big Five, Afrikas Giganten, 168 Seiten, 250 lackierte Abbildungen, gebunden, 24 x 30 cm, Leineneinband, Schuber, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2003, ISBN 3-934427-20-0, 64,- Euro.

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 FinePix A205

Digitalkamera mit großem Funktionsspektrum: 2,0 Mio. Pixel CCD, 3fach optisches Zoomobjektiv mit 36 - 108 mm Brennweite und Makrofunktion ab 10 Zentimeter.

Technische Daten

CCD:	1/2.7”- CCD mit 2,11 Mio. Pixeln total (2,0 Mio. Pixel effektiv)
Dateiformat:	JPEG (Exif Ver. 2.2), AVI (Motion JPEG)
Speichermedium:	xD-Picture Card (3,3 Volt, 16 - 512 MB)
Scharfstellung:	TTL-Kontrast, Autofokus
Schärfebereich:	Normal: 80 cm - ∞, Makro: 0,1 - 1,0 m
Verschluß:	1/2 Sek. bis 1/2000 Sek.
Sucher:	Optischer Echtbildsucher, LCD-Monitor
Belichtungssteuer.:	Programmautomatik/Manuell
Empfindlichkeit:	Entspricht ISO 100
Weißabgleich:	Auto/Manuell (7 Einstellungen)
Lichtmessung:	TTL 64-Zonen-Messung
Blitz:	Automatikblitz mit Steuersensor
LCD-Monitor:	1,5 Zoll, mit 55.000 Pixeln, D-TFD
Schnittstellen:	USB, DC-Eingang (AC-3V), AV-Ausgang (PAL/NTSC wählbar)
Funktionen:	2,5facher Digitalzoom, Selbstauslöser, max. 20 Sek. Videosequenzen (320 x 240 Pixel bei 10 Bildern/Sek. ohne Ton), Webcam-Funktion, 10facher Wiedergabezoom (bei Auflösung 1600 x 1200)
Stromversorgung:	2 x AA-Batterien, Netzadapter AC-3V
Abmessungen:	98,5 x 65 x 52,5 mm (BxHxT)
Gewicht:	175 g (ohne Speicherkarte und Batterien)

Fujifilm FinePix S5000

Digitalkamera mit interessanten Optionen für kreatives Fotografieren und schnellem und präzisem Autofokus.

Technische Daten

CCD:	1/2,7-Zoll Super CCD HR, 3,14 Mio. Pixel gesamt/ 3,1 Mio. Pixel eff.
Dateiformat:	CCD-RAW, JPEG (Exif Ver. 2.2)
Speichermedium:	xD-Picture Card (3,3 Volt, 16 - 512 MB)
Brennweite:	entspricht 37-370 mm bei KB-Kameras
Scharfstellung:	AF/MF mit AF-Hilfslicht
Schärfebereich:	Normal: 90 cm - ∞, Makro: 0,1 - 2 m
Blende:	F2.8 - F8.10
Verschluß:	2 Sekunden bis 1/2000 Sekunde
kontin. Aufnahmen:	1.) 5 Bilder/Sekunde (bis zu 5 Bilder), 2.) die letzten 5 Bilder, 3.) 1,8 Bilder/Sekunde bis zu 40 Bilder im Modus 1280 x 960 Pixel
Sucher:	EVF (0,33 Zoll mit 110.000 Pixeln) mit Dioptrienausgleich, LCD-Monitor
Belichtungssteuer.:	Programmautomatik (AE), Programme: Portrait/Landschaft/Nachtaufnahmen, Blendenautomatik, Zeitautomatik, Programmautomatik, Manuell
Empfindlichkeit:	Auto-Modus: ISO 160 - 200 ohne Blitz, ISO 200 - 400 mit Blitz Manueller Modus: ISO 200, 400, 800
Weißabgleich:	Automatisch / Manuell (6 Modi)
Lichtmessung:	TTL-Messung in 64 Zonen, Spot, Mittenbetont
Blitz:	Automatikblitz mit Steuersensor
LCD-Monitor:	1,5-Zoll-TFT mit 110.000 Pixeln
Schnittstellen:	USB, Audio-/Video-Out (PAL/NTSC)
Stromversorgung:	4 Mignon-Batterien, Netzadapter optional
Abmessungen:	112,7 x 81,1 x 79,3 mm (BxHxT)
Gewicht:	337 g (ohne Speicherkarte und Batterien)
UVP:	549,00 €

Fujifilm FinePix S7000

Digitalkamera mit 6,3 Millionen Pixel Super CCD HR aus der mittlerweile vierten Generation der Fujifilm Super CCD Sensoren.

Technische Daten

CCD:	1/1,7 Zoll-Super CCD / 6,63 Mio. Pixel gesamt, 6,3 Mio. Pixel. effektiv
Farbtiefe:	36 Bit intern, 24 Bit Ausgabe (optimiert)
Dateiformat:	CCD-RAW, JPEG (Exif Ver. 2.2), AVI (Motion JPEG)
Speichermedium:	xD-Picture Card (3,3 Volt, 16-512 MB), IBM Microdrive (bis 1 GB)
Brennweite:	7,8 - 46,8 mm (entspricht 35 - 210 mm bei Kleinbildkameras)
Scharfstellung:	TTL-Kontrast, Autofokus, Manuell
Schärfebereich:	Normal: 50 cm - ∞, Makro: 10 - 80 cm; Super-Makro: 1 - 20 cm
Blende:	F2,8 - F8 (Weitwinkel), F3,1 - F8 (Tele)
Verschluß:	15 Sek. bis 1/10000 Sek.
kontin. Aufnahmen:	1.) 5 Bilder/Sekunde (bis zu 5 Bilder), 2.) die letzten 5 Bilder, 3.) 1,8 Bilder/Sekunde bis zu 40 Bilder im Modus 2016 x 1512 Pixel
Sucher:	0,44 Zoll LCD-Sucher mit 235.000 Bildpunkten, ca. 100% Erfassung, LCD-Monitor
Belichtungssteuer.:	Programmautomatik (AE), Programme: Portrait/Landschaft/Nachtaufnahmen, Blendenautomatik, Zeitautomatik, Programmautomatik, Manuell
Empfindlichkeit:	Auto-Modus: entspricht ISO 160 - 400
Weißabgleich:	Automatisch / Manuell (6 Modi)
Lichtmessung:	TTL 64-Zonen-Messung Mehrfeld, Spot, Integral
Blitz:	Automatikblitz mit Steuersensor, Blitzschuh für externes Blitzgerät
LCD-Monitor:	1,8 Zoll, Niedertemperatur-Polysilikon-TFT mit 118.000 Bildpunkten, ca. 100% Erfassung
Schnittstellen:	USB 2.0, AV-Anschluß (PAL / NTSC)
Funktionen:	Digitaler 3,2fach Zoom (bei 1280 x 960), Selbstauslöser, F-Button, Sprachnotiz bis 30 Sek. pro Bild, kontinuierlicher AF, Belichtungskorrektur, Videosequenzen 640 x 480 bei 30 Bildern/Sek. inkl. Ton
Stromversorgung:	4 x AA-Batterien, wahlweise auch Ni-Mh-Akkus, Netzteil, AC-5VHS (optional)
Abmessungen:	121 x 81,5 x 97 mm
Gewicht:	ca. 500 g (ohne Zubehör und Batterien)
UVP:	899,00 €

Pentax Optio 450

4-Megapixel-Digitalkamera mit großem Zoombereich.

- Kompaktes Aluminiumgehäuse
- Optischer 5fach-Zoom, 20facher Digital-Zoom
- 4 Megapixel effektiv, 3D-Bildmodus für Stereoaufnahmen
- Hybrid-AF (mit 5-Punkt-Kontrasterkennungs-Autofokussystem und exo-passivem Sensor), dadurch besonders schnelle Fokussierung auch unter schwierigen Bedingungen
- Digitalfilter für die interessante Gestaltung
- Einfache Verbindung zum Computer per USB-Anschluß
- 1,5"-LCD-Monitor mit einer Auflösung von 113.000 Pixeln, 100% Bildfeld
- Optischer Sucher mit Dioptrienkorrektur
- Verschiedene Belichtungsmethoden: Manuelle Belichtung, Zeit- oder Blendenautomatik, Programmautomatik, 8 Motivprogramme. Aufnahme von Filmen bis zu 10 Minuten bei 15 Bildern/Sekunde
- Panoramafunktion
- Tonfunktion (maximal 30 Sekunden)
- Optional ist eine Fernbedienung erhältlich.
- Serienaufnahmen für schnellen „Nachschuß“
- Intervallaufnahmen und Zeitraffer
- Mehrfachbelichtung
- Histogramm-Anzeige
- Kompatibilität mit Exif-Druck (Exif2.2) und PRINT Image Matching, Einstellungen für Schärfe, Sättigung und Kontrast

Technische Daten

Objektiv:	SMC 7,8 - 39 mm/2,8 - 4,6 (ca. 37,5 - 187,5 mm bei Kleinbild)
CCD-Technik:	4,13 Megapixel - total 4,0 Megapixel - effektiv
Farbtiefe:	10 Bit x 3 Farben
Lichtempfindlichkeit:	automatisch, manuell, ISO 100, 200, 400
Dateiformate:	JPEG (Exif 2,2), DPOF, DCF. MOV (für Filmaufnahmen-Wiedergabe)
Fokussierbereich:	Autofokus: 60 cm bis unendlich im Normalmodus 15 cm bis 65 cm im Makromodus 2 cm bis 65 cm im Super-Makromodus Manuellfokus: 15 cm bis unendlich
Verschluß:	Programmgesteuerter Zentralverschluß mit CCD-Elektronik-Verschluß-Steuerung.
Verschlußzeiten:	1/4000 - 4 Sek. im Automatikmodus, 1/1000 - 4 Sek. im manuellen Modus oder bei Blendenautomatik
Speicher:	SD-Speicherkarte, kompatibel mit Multi-Media-Karten
Weißabgleich:	Automatisch, manuelle Einstellung möglich
Digitalfilter:	Sepiabraun, Rot, Rosa, Gelb, Grün, Blau, Purpur, Soft
Motivprogramme:	Landschaft, Nachtszenen, Blumen, Porträt, Strand und Schnee, Herbstfarben, Sonnenuntergang, Feuerwerk
Blitz:	Eingebautes Blitzgerät
Besonderheiten:	„Diashow“ für die Wiedergabe auf Kameramonitor oder Fernseher.
Energiequelle:	Aufladbare Lithium-Ionen-Batterie, Netzgerät (optional erhältlich)
Maße / Gewicht:	100 x 59 x 39,5 mm (BxHxT) / 205 Gramm

Canon EOS 300D

Digitale Spiegelreflexkamera mit Wechselobjektiven und professioneller Ausstattung.

Ausstattungsmerkmale:

- Kabelloses Blitzen mit Multi-Speedlite-System.
- 35 Zonen Mehrfeldmeßsystem, das nahezu den gesamten Sucherbereich abdeckt.
- Drei Meßmethoden: Mehrfeld, Selektiv, mittenbetont.
- Zwölf Aufnahmefunktionen.
- RAW- und JPEG- (mittel/fein) Dateien können parallel gespeichert werden, wenn 2 GB oder CompactFlash Karten, Typ I oder II, mit großem Speicher eingesetzt werden.
- Eingebauter Blitz (Leitzahl 13) mit vier Funktionen: E-TTL Programmblitzautomatik, FP Synchronisation, FE Speicherung, FEB-Blitzbelichtungsreihe.
- Der eingebaute Blitz klappt bei Bedarf fast 90 mm über der optischen Achse auf, was die bei Nutzung von Blitzlicht auftretende Gefahr von rot reflektierender Augennetzhaut bei Personenaufnahmen verringert.
- Spiegelreflexsucher mit Dioptrienausgleich (-3 bis +1 dpt.).
- AF-System mit drei Betriebsarten: AI Focus / One Shot / AI Servo; sieben AF-Meßpunkte.
- Kompatibel mit allen EOS-Wechselobjektiven.
- Erste digitale EOS-Kamera, die den herstellerunabhängigen PictBridge Druckstandard für Ausdrucke ohne Computer unterstützt. Auf dem großen 1,8 Zoll Display der EOS 300D wählt der Fotograf die zu druckenden Bilder aus und nimmt weitere Druckeinstellungen vor.
- Fernauslösekabel und kabellose IR-Fernbedienung (Zubehör).

Technische Daten:

Aufnahmesensor:	CMOS mit Primärfarben Farbfilter
Effektive Pixel:	6.52 Megapixel
Effektive Sensorgröße:	22,7 x 15,1 mm
Brennweitenfaktor:	ca. 1,6fach zu Kleinbild
Speichermedium:	Compact Flash Karte Typ I + II
Bildgröße:	3072 x 2048 (hoch) 2048 x 1360 (mittel) 1536 x 1024 (klein) 3072 x 2048 (RAW)
Verschlußzeiten:	1/4000 Sek. bis 30 Sek. und B; 1/200 Sekunde Blitzsynchronzeit (mechanischer Verschluß)
Belichtungskorrektur:	±2 Blenden in 1/3-Stufen
Empfindlichkeit:	Auto und ISO 100, ISO 200, ISO 400, ISO 800, ISO 1600
UVP*:	1.099,– Euro (Gehäuse) 1.199,– Euro (mit EF-S 18 - 55 mm)

***Lieferumfang:**
Akku, Ladegerät, Software, USB Kabel, Videokabel und Tragegurt.

Sony DSC-F828

Professionelle Cyber-shot Kamera mit revolutionärem 4-Farb-Filter, 8-Megapixel-CCD, schwenkbarem Carl Zeiss Vario-Sonnar und Dual-Slot für MemoryStick und MicroDrive.

Ausstattungsmerkmale:

- 2/3" 4-Farb-Filter Super HAD CCD.
- 8,3 Millionen Pixel / 8,0 Millionen Pixel (effektiv).
- Neuartiger, energiesparender Prozessor für natürliche Farbreproduktion und schnelle Signalverarbeitung.
- Zoomobjektiv: Carl Zeiss Vario Sonnar mit T*-Vergütung; Lichtstärke 2,0 - 2,8; Brennweite 28 - 200 mm (bezogen auf KB).
- 7facher optischer und 14facher digitaler Zoombereich.
- Verschlußzeiten: 30 Sekunden bis 1/3200 Sekunde.
- Auslöseverzögerung: 0,3 Sekunden.
- Deutsche Menüführung.
- Mehrzonen Autofokus mit fünf Meßfeldern und manueller Fokus; Entfernungseinstellung 50 cm bis unendlich, ab 2 cm in Makrofunktion.
- Night-Shot / Night-Framing.
- Farb-LCD-Sucher.
- 4,6 cm Farb-LC Display.
- Blitz mit Vorblitz, Reichweite 0,3 - 4,8 Meter.
- Blitzschuh mit Mittenkontakt für externe Blitzgeräte.
- 7fach Serienbild (2 Bilder/Sekunde).
- MPEG VX fine (30 Bilder/Sekunde).
- Belichtungsmessung: Matrix (49 Felder) / Integral / Vorblitz / Spot
- Empfindlichkeit: Auto / 100 / 200 /400 / 800.
- Manuelle Blende und Verschlußzeit.
- Speichermedien: MemoryStick PRO, MicroDrive, CompactFlash.
- Speicherformate: JPEG, TIFF, RAW.
- Anschlüsse: AV, USB 2.0.
- Stamina 225 Minuten / 450 Bilder.
- Lieferumfang: NP-FM50, Ladeadapter, USB-Kabel, AV-Kabel.
- Software (Lieferumfang): Pixela Image Mixer, Image Transfer, USB-Treiber, RAW-Format Software.
- Abmessungen: 134,4 x 81,1 x 156,7 mm (BxHxT).
- Gewicht: 829 Gramm
- UVP: 1.150,– Euro

der grosse foto-katalog im Internet:

www.cat-verlag.de

Casio Exilim Zoom EX-Z4

Erweiterung der Exilim-Familie mit gut ausgestattetem 4-Megapixel Modell.

Ausstattungsmerkmale:
- Moderne und elegante Lifestyle-Kamera in Kreditkartengröße.
- Schnelle Aufnahmebereitschaft von ca. 1,6 Sekunden.
- Hochwertiges Pentax Dreifach-Zoomobjektiv.
- Vierfaches Digitalzoom.
- USB-Dockingstation als Verbindung zum PC und als Ladestation für den Lithium-Ionen-Akku.
- Mehrfeld-Belichtungsmessung mit automatischer Belichtungssteuerung.
- Bestshot-Funktion mit 21 vorprogrammierten Motivprogrammen.
- Sechs Menüsprachen: deutsch, englisch, französisch, italienisch, spanisch, japanisch.
- Automatischer oder manueller Weißabgleich (vier Modi).
- Blitzgerät mit vier Funktionen: Auto, Rote-Augen-Reduktion, Ein, Aus.
- Optischer Sucher und 2,0 Zoll TFT-Farb Display (84.960 Pixel).
- Selbstauslöser: zehn Sekunden, zwei Sekunden oder Dreifach-Auslösung.
- Kalenderfunktion (Quarz Digital): Datum / Zeit / Auto-Kalender.
- Weltzeitfunktion (162 Städte in 32 Zeitzonen).
- Mikrofon und Lautsprecher für Tonaufzeichnung und -wiedergabe integriert.
- USB-Datenübertragung.
- Epson USB-Direct-Print.

Technische Daten:

Sensor:	1/2.5 Zoll CCD-Chip
Anzahl Pixel:	4,23 Mio. total / 4,0 Mio. effektiv
Auflösung (Pixel):	2.304 x 1.728 / 2.304 x 1.536 / 1.600 x 1.200 / 1.280 x 960 / 640 x 480; Movie: 320 x 240 (max. 60 Sekunden)
Speichermedium:	interner 10 MB Speicher sowie SD- und MultiMedia-Karten
Objektiv:	2,6 - 4,8 / 5,8 - 17,4 mm (entspricht 35 - 105 mm bei KB)
Schärfenbereich:	40 cm bis unendlich (AF) 6 cm - 50 cm (Makro)
Verschlußzeiten:	4 Sek. bis 1/2000 Sek. (normal)
Belichtungskorrektur:	±2 EV in 1/3 Stufen
Empfindlichkeit:	ISO 50 / ISO 100 / ISO 200
Blitzreichweite:	ca. 0,4 bis 2,3 Meter
Abmessungen:	87 x 57 x 23,1 mm (BxHxT)
Gewicht:	ca. 129 Gramm (ohne Akku und Speicherkarte)
UVP*:	499,– Euro

***Lieferumfang:**
• Handtrageriemen • Lithium-Ionen-Akku • USB-Dockingstation • AC-Adapter für Dockingstation • USB-Kabel • CD-ROM.

Casio QV-R40

Kompakte 4-Megapixel Digitalkamera mit schneller Startzeit und elegantem Aluminium-Gehäuse.

Ausstattungsmerkmale:
- Schnelle Aufnahmebereitschaft ca. 1 Sekunde (Direct-On).
- Automatische oder manuelle Scharfeinstellung, Kontrast-AF mit 5-Punkt- oder Spot-AF, Schärfespeicher.
- Drei Belichtungsmeßmethoden: Mehrfeld, Spot, mittenbetont.
- Bestshot-Funktion mit 21 Motivprogrammen.
- Belichtungssteuerung mittels Programm-AE.
- Sechs Menüsprachen: deutsch, englisch, französisch, italienisch, spanisch, japanisch.
- Automatischer oder manueller Weißabgleich (vier Modi).
- Blitzgerät mit vier Funktionen: Auto, Rote-Augen-Reduktion, Ein, Aus.
- Optischer Sucher und 1,6 Zoll TFT-Farb Display (84.960 Pixel).
- Selbstauslöser: zehn Sekunden, zwei Sekunden oder Dreifach-Auslösung.
- Kalenderfunktion bis zum Jahr 2049 / Weltzeitfunktion.
- USB-Datenübertragung.

Technische Daten:

Sensor:	1/1.8 Zoll CCD-Chip
Anzahl Pixel:	4,13 Mio. total / 4,0 Mio. effektiv
Auflösung (Pixel):	2.304 x 1.712 / 2.240 x 1.680 / 1.600 x 1.200 / 1.280 x 960 / 640 x 480; Movie: 320 x 240 (max. 30 Sekunden)
Objektiv:	2,8 - 4,9 / 8 - 24 mm (entspricht 39 - 117 mm bei KB)
Schärfenbereich:	60 cm bis unendlich (AF) 10 cm - 70 cm (Makro)
Verschlußzeiten:	1/8 - 1/2000 Sek. (normal) 1 - 1/2000 Sek. (Nachtaufnahme) 2 Sek. fest (Feuerwerk)
Belichtungskorrektur:	±2 EV in 1/3 Stufen
Empfindlichkeit:	ISO 80 / ISO 160 / ISO 320 (automatische oder manuelle Umschaltung)
Blitzreichweite:	ca. 0,4 bis 2,9 Meter
Abmessungen:	88 x 60,5 x 32,7 mm (BxHxT)
Gewicht:	ca. 160 Gramm (ohne Batterie und Speicherkarte)
UVP*:	399,– Euro

***Lieferumfang:**
• Trageriemen • zwei Akkus • Ladegerät • USB-Kabel • CD-ROM.

Zubehör:
• Kameratasche QVR-Case 1 • Kameratasche QVR-Case 2 • Netzadapter

JETZT BESTELLEN!

Die Auflage ist erfahrungsgemäß schnell vergriffen.

Große Werbeaktion zur Foto-Wintersaison!

Nutzen Sie die kostenlose Informations- und Werbebroschüre für Ihren Verkauf!

Informieren Sie Ihre Kunden über aktuelle Kameras, Filme und Zubehör!

Das attraktive Werbemittel für den Fotohandel – kostenlos!

Sichern Sie sich jetzt Ihre Exemplare der Broschüre

Foto-Winter 2003

Senden oder faxen Sie den Bestellcoupon bitte an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
„Foto-Winter 2003"
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 2003

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindruckes. Die Gebühr beträgt 43,50 € für die ersten 1.000 Exemplare und jeweils 19,90 € für weitere 1.000 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: .....

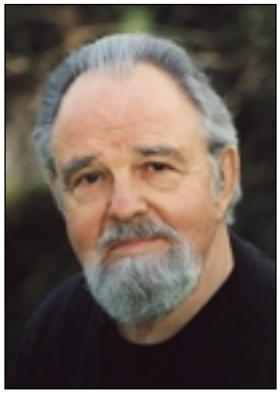
Postfach/Straße: ..... PLZ/Ort: .....

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. ❑

Goldener Oktober?



Horst Dieter Lehmann

Mit dem Begriff „Goldener Oktober“ verbindet man in erster Linie das Herbstlaub in der warmen Abendsonne. An einen Goldrausch in der Kasse wagen wir kaum zu denken, hoffen aber weiter. Dies erklärt auch das große Fragezeichen in der Überschrift. Was wird, wissen wir nicht, was war, werden wir kaum vergessen. Ein superheißer, megatrockener Jahrhundertsommer, der die Blätter zeitiger welken ließ. Noch früher als sonst, bei meinem Lebensmittelhändler genau am 3. September, lagen die weihnachtlichen Lebkuchen in den Regalen. „Frisch schmecken sie am besten“, so der Verkaufsleiter. Er fügte dann hinzu, daß er sich daran erinnern könnte, in früheren Jahren erst im Oktober mit der Weihnachtsware beliefert worden zu sein. Für uns früh genug, für die Hersteller offensichtlich nicht. Wir Fotografen würden uns jedenfalls freuen, wenn das Weihnachtsgeschäft ebenfalls so früh einsetzen würde, um sich dann bis zum 24.12. langsam, aber sicher zu steigern.

Wir erinnern uns an ein recht gutes Weihnachts-Porträtgeschäft. Ohne große Vorhersagen machen zu können – obwohl ich da meistens ganz gut lag – glaube ich nicht an eine Steigerung; ja, ich wäre schon zufrieden, wenn das Ergebnis vom Vorjahr erreicht werden könnte.

Beklagt habe ich immer den Rückgang an kirchlichen Trauungen, und zwar aus zweierlei Gründen: Zum einen war der Anteil der gewünschten Aufnahmen vom Fachmann hier am größten, weil die Feierlichkeiten meist in einem größeren Rahmen stattfanden. Aber die obligatorische Sparwelle schlug auch hier unbarmherzig zu, manches Geschäft wurde für den Fotografen zu einer Nullrunde. Außerdem setzte sich der Trend fort, weder kirchlich noch standesamtlich zu heiraten, sondern gar nicht!

Was soll man dazu sagen? „Mangel an Verantwortung“ oder „Feigheit vor dem Feinde“? Obwohl der Partner ja nun alles andere als der „Feind“ sein sollte, könnte er dazu werden, und davor scheinen sich viele zu scheuen. Wie dem auch sei, der Fotograf ist immer weniger dabei.

Berechtigter ist vielleicht die Zurückhaltung vieler Fotografen(innen) beim Eintritt in die Selbständigkeit. Mit oder ohne Meisterprüfung, eine ungewisse Zukunft ist mindestens ebenso gewiß wie das dauerhafte Glück einer Ehe. Andererseits: Wer nicht wagt, der nicht gewinnt! Ein ebenso altes wie abgedroschenes Sprichwort, welches nach wie vor, und vielleicht sogar in gestiegenem Maße, noch seine Gültigkeit hat.

Im Oktober kann man schon ein wenig zurückschauen auf das nun langsam zu Ende gehende Jahr, wenngleich die „Abgesänge“ ja erst im Dezember angesagt sind.

Wie kaum anders zu erwarten war, wurde die Digitalität zum Nonplusultra erklärt. Normal war Digital, wer anders dachte oder gar agierte, dem passierte folgendes:

„Mit was für einer alten Kamera fotografieren Sie denn da?!“, fragte der Semiprofi den Fotografen anläßlich einer Veranstaltung. Außer dem Fotografen war nichts alt. Die Kamera mit Tele bestückt, gerade mal ein Jahr „alt“, vom Feinsten und Teuersten, war allemal in der Lage, so gute und scharfe Bilder zu machen, daß sich nicht mehr ganz so junge Ladies wenig amused fühlten, wenn die Bilder ohne Weichzeichner die Falten zu deutlich ans Tageslicht brachten.

Ob ganz nah oder weit entfernt, der Kleinbildfilm erfüllte fast alle Wünsche, obwohl der „Lichtbildner“ jahrelang dem Mittelformat den Vorzug gab.

Ein scharfes Bild muß nicht unbedingt ein gutes Bild sein, obwohl es an sich eine Grundvoraussetzung ist. Das Thema dürfte allein aus dem Grunde nicht uninteressant sein, weil Pixel und Schärfe ja miteinander verwandt sind und als Gütezeichen dominieren.

Schon zu meiner Lehrzeit beurteilte die Meisterin jedes Negativ zuerst einmal nach der „Grundschärfe.“ Die Porträtfotografen arbeiteten zu dieser Zeit gern mit dem weichzeichnenden Imagon. Mit diffusem Licht und nachträglicher Negativ-Positiv-Retusche entstanden äußerst geschmeichelte Porträts, die auch heute sicher noch beliebt wären. Wo Schärfe erforderlich war, war sie vorhanden, was weniger vorteilhaft war, wurde „entschärft“. Die Bilder kosteten etwas, und den Fotografen ging es gut. Aber wenden wir uns wieder der Neuzeit zu.

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

Geklagt wird überall und auf allen Gebieten. Selbst bei den von der Allgemeinheit als „Gutverdiener“ eingeschätzten Berufen, wie z. B. Ärzte und Apotheker, sehen wir nicht nur strahlende Gesichter. Wir bemühen uns ja immer, nicht Trübsal zu blasen, aber auch dieses Jahr gab nicht viel Anlaß zu großer Freude. Wie der Herbst seine guten Tage hat, vor allem im „Goldenen Oktober“, wird auch für uns Bildermacher und Verkäufer nicht alles wolkenverhangen sein, sondern manch Sonnenstrahl uns erfreuen. Der Verkauf von Digitalkameras ist z. B. grandios. Schöner wäre allerdings, er würde nicht nur übers Internet und bei den Billigstanbietern stattfinden!

Leider sah es für den Fotografen und Atelierhändler, wie gesagt, bei Hochzeitsaufnahmen und Porträts nicht so berauschend aus. Noch bedauerlicher ist, daß selbst beim Paßbild gespart wird, vor allem beim „handwerklichen Bild“, mit Negativ und etwas längeren Lieferzeiten. Den meisten Verbrauchern genügt der „schnelle Schuß“, den sie gleich mitnehmen können.

Die Hoffnung ruht auf Digital. Aber da „ruht“ eben noch so einiges. Vor allem der Wunsch der Kunden nach dem Bild beim Fotohändler. Manches kommt, einiges braucht länger, vieles geht total daneben oder bringt nicht ganz den ersehnten Erfolg. Ich denke da an Disc und APS. Wobei nicht zu übersehen ist, daß die Digitalität ein ganz anderes Kaliber ist, viel zukunftsorientierter und umwälzender.

Die goldene Oktobersonne möge neben oder durch gute Umsätze – egal ob Analog oder Digital – unsere Stimmung heben und Licht in den oft trüben Alltag bringen!

Fancy Posh feiert Geburtstag

15 Jahre Studiorequisiten

Wie erfolgreich der Handel mit sogenannten Nischenprodukten sein kann, beweist die Fancy Posh Studiorequisiten GmbH mit ihren ausgefallenen Ideen rund um die professionelle Porträt- und Werbefotografie – und das nun schon seit 15 Jahren.

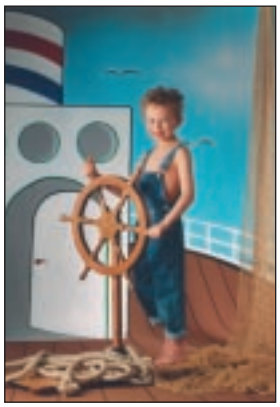
Neben diversen Studiorequisiten aus Holz und Kunststoff sowie Effektstoffen in unterschiedlichen Breiten und Ausführungen zählen fahrbare Fototribünen aus Aluminium zu dem umfangreichen Produktangebot. Der Schwerpunkt in den letzten 15 Jahren lag jedoch auf der Herstellung von Rollen- und flexiblen Stoffhintergründen, die in Spritz-, Mal- und digitalen Großdruckverfahren gefertigt werden. In diesem Bereich werden nicht nur Standardprodukte angeboten, sondern auch Unikate nach Kundenvorgaben. Hier zeigt sich eine besondere Stärke von Fancy Posh: Spezialanfertigungen nach Maß lassen sich bis zu einer Breite von zehn Metern ohne Naht realisieren. Insgesamt machen Sonderanfertigungen gut 25 Prozent der Produktion aus. Aber auch bei Änderungen von Standardartikeln nach Kundenwünschen spielen der individuelle Kundenkontakt durch einen flächendeckenden Außendienst sowie der Standort Deutschland mit seinen kurzen Lieferzeiten ihre Stärken aus.

Rund 600 Artikel umfaßt das Sortiment des Unternehmens aus Vohenstrauß (Nähe Weiden/Oberpfalz). Hauptabnehmer sind die klassischen Foto- und Porträtstudios sowie Schul- und Kindergartenfotografen in Deutschland und Europa. Neueinsteigern wird mit günstigen Finanzierungsangeboten (oftmals günstiger als die der Hausbank) der Einstieg in die Selbständigkeit erleichtert.

Eine weitere Serviceleistung ist der Mietservice für eine Vielzahl von Produkten, der besonders für saisonal benötigte Artikel interessant ist. Hier besteht zudem die Möglichkeit, die gemieteten Artikel unter Anrechnung des Mietpreises nach Ablauf der Mietdauer zu übernehmen.

Wer sich über das umfangreiche Angebot informieren möchte, entdeckt unter www.fancy-posh.com eine wahre Fundgrube an Studiorequisiten. jg

Die Abbildungen oben und unten zeigen nur einige Beispiele des rund 600 Produkte umfassenden Angebots.



PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

Noch Plätze frei! Bewerben Sie sich jetzt!

32. Hauptlehrgang 2004

Handelsfachwirt/-in (IHK) Fachrichtung "Foto- und Medientechnik"
5. Januar bis 11. Juni 2004

Verantwortung übernehmen, den Aufstieg im Beruf in den Branchen des "Umfeld des Bildes" schaffen! Das setzt Fachkompetenz und einen erweiterten kaufmännischen Horizont voraus. In praxisnaher Ausbildung wird Ihnen das notwendige Wissen der Betriebswirtschaftslehre und der Foto-/Medientechnik vermittelt.

1. Kaufmännischer Teil: Abschluss "Handelsfachwirt (IHK)" vom 05.01.-26.03.2004
2. Foto- und Medientechnik: Abschluss "IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik" vom 29.03.-11.06.2004

Eine Förderung nach Meister-BaföG und BFD ist möglich.

Photo+Medienforum Kiel Feldstr. 9-11 24105 Kiel Tel.: 04 31 / 57 97 00
Fax: 04 31 / 56 25 68 www.photomedienforum.de mail@photomedienforum.de

„Wenn man jung ist, will man nur das eine."

In der August-Ausgabe dieser Zeitschrift haben wir auf Seite 58 unseren Kommentar wie folgt überschrieben: „Warum es nicht genügend Auszubildende gibt". Heute möchte ich unseren Lesern einen Einblick in die Resonanz geben, nachdem ich zu meiner Freude festgestellt habe, daß die von mir beanstandete Werbung umgestellt worden ist.

Auf meinen Artikel habe ich von der Geschäftsleitung der Sparkasse Ratingen eine geschickt formulierte Erklärung bekommen.

Antwort Sparkasse Hilden • Ratingen • Velbert

Stellungnahme zu Ihrem Schreiben vom 4. August 2003, Motiv „Sparkassen-Erfolgsplan"

Sehr geehrter Herr Blömer,
vielen Dank für Ihr o.g. Schreiben sowie die Überlassung der Fachzeitschrift „imaging+foto-contact" mit Ihrem Artikel „Ein wahrhaft teures Vergnügen". Wir freuen uns natürlich, daß Sie sich so intensiv mit unserem Werbemotiv bzw. unserer Anzeige auseinandersetzen. Allein diese Tatsache zeigt uns, daß wir mit unserer Werbung Aufmerksamkeit hervorgerufen haben; und das belegen auch die durchweg überaus positiven Marktforschungsergebnisse in dieser Zielgruppe zu dieser Werbung.
Das Motiv bzw. die Anzeige bewirbt das Thema „Sparkassen-Erfolgsplan – Das individuelle Finanzkonzept für Junge Erwachsene" und richtet sich an Alleinstehende, unverheiratete Paare sowie verheiratete Paare ohne eigene Kinder im Haushalt (Zielgruppenschwerpunkt 18-29jährige), die sich im Studium bzw. in den ersten Berufsjahren befinden und folglich am Anfang ihrer beruflichen Karriere stehen.
Diese Werbeanzeige ist im sogenannten Gatefold-Format kreiert. Das heißt, die Umschlagseite zeigt zunächst nur den Claim „WENN MAN JUNG IST WILL MAN NUR DAS EINE" mit einem Bildausschnitt, welcher ein Paar in romantischer Zweisamkeit zeigt. Wenn der Betrachter nun die Umschlagseite aufklappt, wird der Bildausschnitt in einer Gesamtbetrachtung aufgelöst. Es zeigt sich, daß das Motiv des Paares ein Ausschnitt eines Filmdrehs ist. Hier der Claim „SICH GANZ AUF DIE KARRIERE KONZENTRIEREN". Somit wird dem Betrachter klar, was das „EINE" ist bzw. was gemeint war und drückt aus, was Junge Erwachsene wollen, wenn sie jung sind: Nämlich sich auf die eigene Karriere konzentrieren und eben nicht auf das übliche „EINE".
Der Fokus der Kommunikationsbotschaft liegt darauf, daß Junge Erwachsene eine optimale Beratung und ein rundum maßgeschneidertes Finanzkonzept bei ihrer Sparkasse erhalten können, welches sie bei ihrer Karriereplanung absichert, unterstützt und entlastet, auf dem Weg zur Erreichung des persönlichen Karrierezieles.
Das Motiv bzw. der Bildausschnitt ist aus unserer Sicht in keinster Weise anstößig oder als Beitrag zur sexuellen Enttabuisierung und Erotisierung zu werten. In dieser Meinung bestätigt sehen wir uns auch durch zahlreiche eingehende und durchweg positive Resonanzen der Zielgruppe; die im übrigen die humorvolle und kreative Umsetzung des fokussierten Themas auszeichnen. Gesellschaftlich anstößige Werbung wäre im übrigen auch durch die Sparkassenorganisation und deren Richtlinien und öffentliche Verantwortung untersagt.
Es tut uns sehr leid, daß unsere Anzeige bei Ihnen keinen Anklang findet und negative Suggestionen auslöst. Unser Anliegen war und ist es aber auf keinen Fall, „sexuelle Lüste" hervorzurufen oder in irgendeiner Form am „sittlichen Verfall unserer Jugend kräftig mitzuarbeiten". Dieses sehen wir aber auch mit unserer Werbeanzeige als definitiv nicht geschehen.
Sehr geehrter Herr Blömer, auch wenn wir mit diesem Schreiben Ihre Meinung nicht gänzlich geändert haben sollten, so hoffen wir doch, daß unsere Ausführungen es Ihnen ermöglichen, die betreffende Werbung aus einem etwas anderen Blickwinkel zu betrachten und zu werten.
Mit freundlichem Gruß
Herbert Salmen, Sparkassendirektor
Gaby Grotendorst, Abt. Kommunikation

Diese Erklärung hat mich wiederum veranlaßt, am 25.8. einen Brief an die Sparkassendirektion zu schreiben:

Sehr geehrter Herr Salmen,
haben Sie Dank, daß Sie sich mit Ihrem Schreiben von 18. August so ausführlich geäußert haben. Sie vermuten richtig, daß Sie mit Ihrem Schreiben meine Meinung nicht geändert haben, obwohl Sie, da setzt mein großes Kompliment für Sie und Frau Grotendorst ein, ein wirklich elegantes Schreiben verfaßt haben. Leider entsprechen Ihre Argumente nicht dem, was Sie mit Ihrer Anzeige vom 21. Juni in der Rheinischen Post veröffentlicht haben. Dort hieß der Text: „Wenn Sie Karriere machen, sollte es auch Ihr Geld tun". Wenn dann ein Bild dazu veröffentlicht wird, auf dem halbnackte junge Menschen in Koitusposition zu sehen sind, mit dem Text: „Wenn man jung ist, will man nur das eine", dann kann es sich um nichts anderes handeln, als daß hier der Geschlechtsverkehr angesprochen wird – so elegant Sie es auch mit Ihrem Schreiben anders interpretieren. Ich habe 10.000 Exemplare von imaging+foto-contact in den Umlauf gebracht, und ich habe noch keinen gefunden, der dieses Bild anders als ich verstanden hätte. Insofern kommen Sie nicht um den Vorwurf herum, kräftig am sittlichen Verfall unserer Jugend mitgearbeitet zu haben. Die Sparkassen von Hilden, Ratingen und Velbert sollten sich wirklich nicht einem unsittlichen Trend in der Werbung unserer Zeit anschließen, sondern sich auf ihr seriöses Geschäft besinnen... H. J. B.

SanDisk

More Memory. More Possibilities.

CompactFlash bis 4 GB

CompactFlash Ultra bis 1 GB

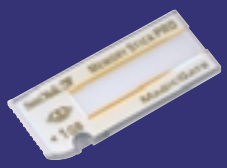
MultiMedia Card bis 128 MB

W-LAN Wi-Fi Card

Secure Digital bis 1 GB

SmartMedia bis 128 MB

Memory Stick Pro bis 1024 MB



PC Karten-Adapter

Memory Stick bis 256 MB

Cruzer

Image Mate Kartenleser 6 in 1

Digital Photo Viewer

Dual Reader Image Mate

SanDisk Speicherkarten und Anschlusslösungen erhalten Sie bei Ihrem Distributor:

DGH GROSSHANDEL

DGH GROSSHANDEL
POSTFACH 5426
97004 WÜRZBURG
TEL 09 31-9 70 84 44
FAX 09 31-9 70 84 22
INTERNET WWW.DGH.DE
E-MAIL INFO@DGH.DE

www.fotolabor.de ● 0228-623177

Gute und preiswerte Color-Chrom-
Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK		Auflagendruck	
Einbildkarte nach Dia	110,-	1500er Aufl.	60,- p.1000 St.
2-4 Bildkarte nach Dia	165,-	3000er Aufl.	45,- p.1000 St.
-incl. Proof-Andruck-		5000er Aufl.	40,- p.1000 St.
		10000er Aufl.	35,- p.1000 St.

Fordern Sie die Unterlagen an: + MwSt. u. Versandkosten

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

Kameraservice SCHÄFER OHG

Hausanschrift
Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

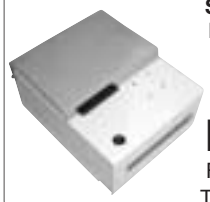
Postfachanschrift
Postfach 2767
65017 Wiesbaden

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

NEU! Paßbildtrockner Mod. 400



Schaltet selbst beim Einlegen der Bilder
Leiser Motor
Lumpp
Feinwerktechnik
Tel. 07121/52456

nass GmbH & Co.KG
foto • video • elektronik
Reparatur Service:
Foto-Film-Video-Kameras, Blitzgeräte, Dia-Film-Overhead-Projektoren, Digital-Kameras, Scanner, Camcorder, Ferngläser
Vertragswerkstatt
Nikon Rollei
Feldstraße 4 30171 Hannover
tel.0511-804007 fax 0511-889950
e-mail: nass.Kamera-service@t-online.de

Camera Reparatur Service
Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrather Weg 25
41366 Schwalmtal - Waldniel
Telefon (0 21 63) 46 46
Telefax (0 21 63) 4 52 88

FEWS
Autorisierte Fachwerkstatt für die Reparatur von Elinchrom-Generatoren und Lampen.
Kölner Str. 68 · 60327 Frankfurt/Main
Telefon 069/736747 · Fax 069/732067
e-mail: fews-ffm@t-online.de

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-fototechnik@gmx.de
Mehr Info´s über uns: www.paepke-fototechnik.de

DER TISCH
Das neue DESKTOP Foto-Digital-Studio
Produktfotos in optimaler Qualität

Acrylplatte 59 x 69 cm
3 Flächenleuchten für Auf- und Durchlicht

CF Photo+Video Technik
Unterlagen und Händlernachweis anfordern:
Amselstr. 23, 51149 Köln
Tel. 02203/16262, Fax 13567,
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

DGH PLUS bietet Ihnen Konzepte und Lösungen zur Sicherung Ihres Geschäftserfolges. Entscheiden Sie selbst, welche Angebote Sie nutzen wollen und stellen Sie Ihr individuelles Leistungspaket zusammen. Sie zahlen nur, was Sie in Anspruch nehmen. Informieren Sie sich jetzt unverbindlich unter www.dgh.de oder Telefon 0931 9708 444.
DGH PLUS: MARKETING-LÖSUNGEN, LIEFERANTEN-PARTNERSCHAFTEN, SCHULUNGEN UND MEHR.

Kleinanzeigen • Angebote

FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren	alle Formate
Videoüberspielungen	8,9.5,16 mm Filme
Videokopien - Normwandlung	alle Systeme
VHS - Serienkopien	enorm preisgünstig
CD / DVD - Videokopien	schnell und preiswert

CHRIS-Filmtechnik GmbH Tel./Fax (089) 3 19 41 30
Frühlingstr. 67, 85386 ECHING bei München

GAF Vertragswerkstatt WW

Service für: Film- + Fototechnik
Kameras
Objektive
Filmkameras
Dia-Projektoren
Schmalfilm-Projektoren aller Systeme

Wolfgang Würz
Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Telefon/Fax (0 22 03) 12 136

...die bandlose Zeit ist eingeläutet!
Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super! Und was können Sie damit?
Nur gekaufte Filme abspielen – schlecht!
Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf DVD brennen.
Seit 1978
Viernheimer Video Transfer
Schultheißen Str. 9. 68519 Viernheim
Tel.: 06204/71984 Internet: http://free.pages.at/videotransfer/

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

Wir liefern für die Paßbild-systeme der Firmen SONY und MITSUBISHI günstig alle original Druckerpapiere inkl. Farbfolie.

z.B. SONY UPC 2046
€ 69,95 per Pack
Nachfolger von UPC 2040A

SONY UPC 2045
€ 69,00 per Pack

SONY UPC 540
€ 114,00 per Pack

MITSUBISHI CK 8000 FL4P
€ 139,50 per Pack
Preise sind netto ohne MwSt.

Fotogroßhandel G. O. Bender
Postfach 94 01 31, 60459 Frankfurt/M.
Tel. 069/7 89 30 17, Fax 069/78 50 22
Email: gobender@worldonline.de

Kamera-Reparaturen
Nikon • Minolta • Minox
Coolpix • Coolscan
Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell
KARL-HEINZ HOPFAUER KAMERA SERVICE GmbH
Rhönstraße 18 * 97422 Schweinfurt
Tel. 09721/28566 * Fax 09721/25716
www.hopfauer-kameraservice.de * e-mail: hopfauer-kameraservice@t-online.de

imaging+foto contact — GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

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 10/2003

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

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

.....

Ort, Datum — Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen • Angebote

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

Suche Nachfolger
für langjähriges Fotofachgeschäft in zentraler Lage, Großraum Düsseldorf (+ Inventar - Verhandlungssache).
Tel: 0211/6173651 o. 0211/6008782

Fotostudio
mit Film- u. Rahmen-Handel altershalber abzugeben. Sie kommen, machen einfach weiter und verdienen Geld. Großer Kundenstamm mit sehr vielen Portraitkunden. Ablösesumme ca. 25.000 € + Ware. Seit 1926 am Platze. 67061 Ludwigshafen.
Chiffre 12294110

Foto-Aktienkurse

		19.09.2003	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR	21,05	19,84	15,75	22
Bayer	EUR	20,88	19,87	9,8	22,48
Canon	YEN	6.100	5.770	3.910	6.210
Casio	YEN	929	897	639	955
CeWeColor	EUR	19,30	16,60	15,06	21,7
Dow Chemical	USD	33,46	34,11	24,83	35,75
Du Pont	USD	41,88	44,75	35,11	45,22
Eastman Kodak	USD	27,20	27,28	24,59	40,24
Fujifilm	YEN	3.600	3.540	2.830	3.920
Hewlett-Packard	USD	20,66	22,13	14,18	23,7
Hitachi	YEN	700	585	366	700
ICI	GBP	192,15	180	90	237,50
Imation	USD	35,15	35,52	32	41
Jenoptik	EUR	10,31	11,05	6,94	13,08
Konica/Minolta	YEN	1.575	1.534	800	1.708
Kyocera	YEN	7.880	7.240	5.570	8.150
Leica	EUR	7,99	6,95	5,25	7,50
Lintec Computer	EUR	1.482	1.451	919	1.550
Olympus	YEN	2.810	1.534	1.753	3.080
Samsung	KRW	444.000	417.500	269.500	462.000
Sharp	YEN	1.683	1.790	1.140	1.807
Sony	YEN	4.370	3.790	2.720	5.130
Spector	EUR	12,01	9,91	8	12,98
Toshiba	YEN	506	480	303	541
Varta	EUR	11,19	11,70	9,10	29,5

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Studio-Blitz- Beam-CCS-Solaflash
Reparatur: Horst von Bröckel
Fon: 04265/8772 Fax: 8792

Wir bieten:
Geschäftsgelegenheit
für die Fotobranche, für alle, die ein Zusatzgeschäft suchen!
Kaum zu glauben, wir haben etwas, was alle Menschen haben wollen!
Neugierig, dann:
FreeCall **0800 69 7 69 37**
(über 6 Millionen nutzen es schon)

Verkaufe
1 Canon T60 mit Obj. 1:2,8/35 mm; Canon AE-1 mit Obj. 1:2,8/28 mm; 1 Voigtländer Bessar-R mit Objektiv Color Skopar 35 mm/F 2,5, 1 Objek. Voigtländer Color Helia 75 mm/F 2,5, 1 Kiev-60 TTL mit Obj. 1:2,8/80 mm und umfangreiches Zubehör, Preis VB.
Telefon 0203/333694

Fotofachgeschäft mit Studio + Digi.-Lab Großraum München

Umsatz	445 T EUR
davon	
Fotoarbeiten	200 T EUR
Studio	47 T EUR

Kaufmittelzentrum, 22 T EW, 1a-Lage, langjährig eingeführt, gute Rendite, Ausstattung und Optik 1a, faire Übernahmekonditionen, qualifizierte und motivierte Mitarbeiter.
Ideal für Existenzgründer.
WM team
Gärtnerstraße 10
90408 Nürnberg
Tel.: 0911/934840
Fax: 0911/346424

Inserenten-Verzeichnis

Agfa 45
Bremaphot 7
Brückner 6
C.A.T.-Verlag 71
Canon ....80–82, 3. U., 4. U.
Casio 23, 37
Fuji 33
Goltdammer 65
Intertrading NV 61
Jobo 59
Konica 31
Loersch 72
Minolta 39
Mitsubishi 19
Noritsu 29
Olympus 27, 47
Panasonic ....2. U.
Pentax 41
Photo + Medienforum Kiel ..73
Sanyo 51
Sony 13
VGP 49
Walther 9
Kleinanzeigen 75–79

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studiotechnik
Einem Teil der Auflage liegt die Verlegerbeilage „Der Handel“ bei.

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.worldofphoto.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-Schüttler, 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. 30 v. 1. Januar 2003

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

you can
Canon

Technik, die sich rechnet:
EOS 3000V

Die neue analoge Spiegelreflexkamera der Einsteigerklasse, die EOS 3000V, ragt als Nachfolgemodell der EOS 3000N ausstattungsmäßig deutlich in die Mittelklasse hinein. Das kompakte, futuristisch gestylte Gehäuse ist randvoll bestückt mit High Tech vom Feinsten, wobei die Hard- und Software von einem umfassenden Update profitieren

Die EOS 3000V bietet „volles Programm“: Vollautomatik, variable Progamm-, Zeit- und Blendenautomatik, manuelle Belichtungseinstellung, Schärfentiefenautomatik sowie sechs Motivprogramme für Porträt-, Landschafts-, Makro-, Sport-, Nachtporträt- und Available-Light-Aufnahmen. Der elektronische Schlitzverschluß steuert Verschlußzeiten zwischen 1/2000 s und 30 s. Eine Funktion für bis zu 9 Mehrfachbelichtungen, Selbstauslöser mit 10 Sekunden Vorlaufzeit, Serienbildtransportfunktion bis zu 1,5 Bildern pro Sekunde, vorzeitige Filmrückspulung sowie automatische und manuelle Empfindlichkeitseinstellung ergänzen die üppige Ausstattung. Der herausklappbare Kamerablitz mit Leitzahl 12 (bei ISO 100) leuchtet den Bildwinkel einen 28 mm-Objektivs aus. Die kürzeste Blitzsynchronzeit ist die 1/90 Sekunde. Die weitgehende Kompatibilität mit dem umfangreichen EOS-System läßt praktisch keine Wünsche offen.

EOS 3000V – Features:

- Superschneller Autofokus
- High-Tech-Design im Cool-Silver-Look
- Deutlich verbesserte Ergonomie
- 3 Autofokus-Modi: One Shot, AI Servo AF mit Schärfenachführung und AI Fokus AF
- 7 AF Meßfelder
- Vielseitge und zuverlässige Belichtungsmessung:
  – 35-Zonen Mehrfeld-, Selektiv- und mittenbetonte Messung
- Extra großes LC-Info-Display
- Ca. 1,5 Bilder/Sekunde
- Nur ca. 340 g leicht
- Batteriegriff für Mignon-Batterien optional

Preis:

EOS 3000V body	229,00* EUR

Präzision für brillante Bildqualität:
EF 55–200 mm 1:4,5–5,6 II USM

Mit dem neuen Objektiv EF 55–200 II USM steht dem Digitalfotografen ein kleines, leichtes Objektiv mit Ultraschallmotor zur Verfügung, ideal für eine Brennweiten-Erweiterung der neuen EOS 300D mit einem 18–55 mm Objektiv. Mit diesen beiden Objektiven können Aufnahmesituationen von kleinbildäquivalent 29 mm Weitwinkel bis hin zum 320 mm Tele abgedeckt werden. Für Anwender analoger EOS Kameras ist das Leichtgewicht unterwegs das ideale Telezoom.

Preis:

EF 55–200 mm II USM	329,00* EUR

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Oktober 2003

you can
Canon

Die digitale Spiegelreflex-Revolution: *EOS 300D*

Preise:	
EOS 300D Gehäuse	1.099,00* EUR
EOS 300D im Set mit EF-S 18–55 mm 1:3,5–5,6	1.199,00* EUR

Die neue digitale Spiegelreflexkamera EOS 300D setzt jetzt einen neuen und vor allem preiswerten Standard für engagierte Hobbyfotografen. Mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 1.099,- Euro* für das Gehäuse und einem äußerst geringen Aufpreis von nur 100,- Euro* für das Set mit Objektiv EF-S 18–55 mm läutet sie eine neue Ära der Fotografie ein.

So wurden in diese digitale Spiegelreflexkamera innovative Technologien integriert. Dies sind unter anderem ein 7-Punkt Autofokus, bis zu 2,5 Bilder pro Sekunde Aufnahmegeschwindigkeit, 35 Meßfelder für die Belichtungsmessung und ein DIGIC Bildprozessor. Der 6,3 Megapixel CMOS-Sensor sorgt für eine Auflösung, die auch großformatige Ausdrucke möglich macht. Aufgrund der DirectPrint und PictBridge Kompatibilität ist dies auf entsprechenden Druckern auch ohne Umweg über den PC möglich.

Entscheidende Pluspunkte für die EOS 300D sind neben dem günstigen Preis Objektivvielfalt und Sensorqualität. Anwender analoger EOS-Kameras, die einen Wechsel zum digitalen System in Erwägung ziehen, können sämtliche Objektive der EF-Serie nutzen, die sie möglicherweise bereits besitzen. Die Reihe der derzeit aktuellen EF-Objektive von Canon umfaßt mehr als 50 verschiedene Modelle.

Objektiv EF-S 18-55 1:3,5-5,6

Das Objektiv EF-S 18-55mm 1:3,5-5,6, das speziell für den Einsatz mit ausschließlich der neuen Kamera gebaut wurde, wird es nur in Kombination mit der EOS 300D geben. Damit wird dem Anwender der EOS 300D ein Objektiv an die Hand gegeben, das dem beliebten und meist genutzten Brennweitenbereich der analogen Kleinbildfotografie von 28–90 mm entspricht.

Der Aufpreis von lediglich 100,- Euro* zum Gehäuse der neuen Kamera dürfte wohl kaum einen ernstzunehmenden „Kaufwiderstand“ bieten, zumal vergleichbare Objektive gewöhnlich weitaus kostspieliger sind.

Eine digitale Spiegelreflexkamera, die bisher auf Grund des Preises noch den Berufsfotografen und sehr ambitionierten Amateuren vorbehalten war, ist nun mit der EOS 300D auch für den Hobbyfotografen im Bereich seiner Möglichkeiten.

EOS 300D – Features:

- CMOS Sensor mit 6,3 Mio. Pixeln effektiv – Brennweitenfaktor 1,6 x
- Kompatibel mit EF-Objektivsystem
- Superschneller Autofokus
- 7 AF-Meßfelder mit Meßfeldanzeige
- 35-Zonen Mehrfeldmessung
- Bis zu 2,5 Bilder/Sek., ca. 4 Bilder in Folge
- Eingebautes E-TTL-Blitzgerät
- Professionelles Farbmanagement
- Ca. 1,5fach-Lupenfunktion
- Leicht und kompakt
- DirectPrint / PictBridge kompatibel

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Oktober 2003

you can
Canon

Für den fotografischen Individualisten:
PowerShot A80

Mit der neuen PowerShot A80 stellt Canon das aktuelle Topmodell der PowerShot A-Serie vor. Mit ihrem 4-Megapixel-CCD-Sensor und umfassender Ausstattung ist sie sowohl für den Einsteiger in die Digitalfotografie als auch für den ambitionierten Amateur genau die richtige Wahl.

Der neue 4-Megapixel-CCD-Sensor bietet eine hervorragende Bildqualität für Ausdrucke bis zum Format DIN A3. Das 3fach Zoom deckt einen Brennweitenbereich von 38–114 mm (äquivalent zum Kleinbild) ab, ist mit einer maximalen Öffnung von F2,8 besonders lichtstark und ermöglicht so Aufnahmen ohne Blitz auch unter ungünstigen Lichtverhältnissen.

Preis:

PowerShot A80 449,00* EUR

Ein besonderes Novum stellt das dreh- und schwenkbare Display in der PowerShot A-Serie dar. Damit gelingen ungewöhnliche Aufnahmeperspektiven auf Anhieb. Das LC-Display läßt sich komplett einklappen und ist so optimal vor Schmutz und Beschädigung geschützt.

Von der vollautomatischen Einstellung für Schnappschüsse bis hin zur absolut manuellen Kontrolle für den fotografischen Individualisten bedient die PowerShot A80 ein denkbar breites Spektrum fotografischer Anforderungen.

PowerShot A80 – Features:

4,0 Mio. Bildpunkte	Die hohe Auflösung ermöglicht scharfe Ausdrucke bis zum Format DIN A3
3fach Zoomobjektiv (38-114 mm äquivalent KB, F2,8-4,9)	Das 3fach Zoomobjektiv eröffnet eine große Vielfalt an fotografischen Einsatzmöglichkeiten.
Dreh- und schwenkbares 1,5" TFT- Display	Mit diesem Display gelingen ungewöhnliche Aufnahmeperspektiven, z. B. knapp über dem Boden, über Kopf und witzige Selbstportraits, auf Anhieb. Das LC-Display läßt sich komplett einklappen und ist so hervorragend vor Schmutz und Beschädigung geschützt.
DiGiC, iSAPS	Innovative Canon-Technologien sorgen für beeindruckende Bildergebnisse.
14 Aufnahmemodi inkl. voll manueller Einstellung von Zeit und Blende, 2 Custom-Funktionen	Durch den manuellen Modus, die Zeit- und Blendenautomatik und die weiteren Belichtungsfunktionen erhält der Anwender fotografische Freiheit und kreative Gestaltungsmöglichkeiten. Die zwei Custom-Funktionen unterstützen ihn hierbei, indem Einstellungen abgespeichert werden können und bei Bedarf so jederzeit abrufbar sind.
Histogramm-Anzeige bei der Bildwiedergabe	Die Histogramm-Anzeige bei der Bildwiedergabe erlaubt eine professionelle Beurteilung der Belichtung der Aufnahme.
Manueller Fokus und manueller Weißabgleich	Der manuelle Fokus erlaubt hervorragend die Fokussierung auch unter schwierigen Bedingungen, wie z. B im Nahbereich. Eine ausgezeichnete Abstimmung auf das vorhandene Umgebungslicht erlaubt der manuelle Weißabgleich.
Hohe Flexibilität durch umfangreiches Zubehör (optional erhältlich)	Mit optionalem Weitwinkel- und Telekonverter und Nahlinse ist man für fast alle Aufnahmesituationen gut ausgestattet.
Unterwassergehäuse (optional erhältlich)	Mit dem WP-DC900 gelingen beeindruckende Unterwasseraufnahmen. Das Gehäuse ist für Tauchtiefen bis max. 40 m geeignet.
Canon DirectPrint kompatibel	Die PowerShot A80 läßt sich mit den DirectPrint kompatiblen Canon Card Photo Printern und Tintenstrahldruckern verbinden – für Ausdrucke ganz ohne PC.
PictBridge kompatibel	Die Kamera unterstützt PictBridge, einen offenen Standard für den Direktdruck und kann somit mit PictBridge kompatiblen Druckern auch anderer Hersteller kommunizieren. Die Funktionalität hängt hierbei von der Kombination der Produkte ab.

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Oktober 2003

you can
Canon

Trendiger Nachwuchs für die IXUS-Familie:
Digital IXUS i

Platinum Silver

Piano Black

Classic Bronze

Pearl White

Die bereits legendäre IXUS Kamerafamilie bekommt trendigen Nachwuchs. Die Digital IXUS i ist die erste Wahl für all diejenigen, für die Design nicht „nice-to-have“, sondern ein absolutes „must“ ist.

Das Schmuckstück im Miniformat zieht die Blicke durch sein außergewöhnliches Oberflächenfinish auf sich und ist in vier edlen Trendfarben erhältlich. Die IXUS i verfügt über 4 Megapixel Auflösung und unterstützt den neuen, herstellerübergreifenden PictBridge-Standard für den Direktdruck, so daß dem Fotodruck bis zum Format DIN A4 auf entsprechenden Druckern auch ohne Umweg über den PC nichts im Wege steht. Moviesequenzen können bis zu einer Länge von maximal drei Minuten mit Ton aufgenommen werden.

Die kreativen Möglichkeiten der 39 mm Festbrennweite (äquivalent Kleinbild) lassen sich bei Bedarf durch das 5,7x Digitalzoom erweitern. Die iSAPS-Technologie und der DIGIC-Bildprozessor sorgen bereits bei der ersten Berührung des Auslösers dafür, daß Schärfe und Belichtung, Weißabgleich und Farbalgorithmen augenblicklich angepaßt werden. Ein neues Feature ist die Quick Shot Funktion, mit der die Auslöseverzögerung deutlich reduziert werden kann. Diese Schnappschußfunktion ist immer dann die beste Einstellung, wenn der schnelle Fotospaß im Vordergrund steht. Ab Ende Oktober können Sie dieses Schmuckstück in Ihren Verkaufsräumen präsentieren.

Digital IXUS i: Die Features

- **NEU:** Derzeit kleinste Digital IXUS
- 4,0 Mio. Bildpunkte
- 39 mm Festbrennweite (äquivalent KB)
  - Macro ab 3 cm
  - 5,7x Digitalzoom
- 5-Punkt AiAF
- **NEU:** Quick Shot Funktion
- 1,5” LC-Display mit Anzeige der Uhrzeit
- **NEU:** Metallgehäuse erhältlich in vier Farben:
  - Platinum Silver
  - Piano Black
  - Classic Bronze
  - Pearl White

Preise:	
Digital IXUS i Platinum Silver	399,00* EUR
Digital IXUS i Piano Black	399,00* EUR
Digital IXUS i Classic Bronze	399,00* EUR
Digital IXUS i Pearl White	399,00* EUR

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Oktober 2003

you can

Canon

flash

Oktober 2003

Trendiger Nachwuchs für die IXUS-Familie:
Digital IXUS i

Für den Digitalfoto-Individualisten:
PowerShot A80

Die digitale Spiegelreflex-Revolution:
EOS 300D

Technik, die sich rechnet:
EOS 3000V

Präzision für brillante Bildqualität:
EF 55-200 mm 1:4,5-5,6 II USM