

imaging

+foto contact

10/2006

€ 4,- ISSN 1430 - 1121

35. Jahrgang 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOWELT

photokina
Ausgabe

Bei Panasonic wird Technik zum Verkaufsargument

- Leica D Objektive
- Live View auf großem LCD-Monitor
- OIS-Bildstabilisator
- Staubschutzfilter
- hochwertiges Magnesium-Gehäuse
- klassische manuelle Bedienung
- Venus Engine III Prozessor
- 3 Aufnahmeformate



3:2



16:9



4:3



Technikdetails als Verkaufsargument

Einen weltweiten Marktanteil von zehn Prozent strebt Panasonic mit seinen Lumix Digitalkameras bis zum Ende des Geschäftsjahres 2007 (31.3.2007) an. In Deutschland wurde dieses Ziel bereits ein Dreivierteljahr vorher erreicht. Großen Anteil an dem Erfolg hat einerseits die technische Ausstattung der einzelnen Modelle über das gesamte Sortiment hinweg. Technik bedeutet hier aber nicht x Stellen hinter dem Komma oder d = 115/D, sondern Features, die unmittelbar vom Anwender in bessere Bilder umgesetzt werden können. Andererseits überzeugt Panasonic mit Handelskonzepten, die auch den Partnern am PoS das Verkaufen von Lumix Kameras zur Freude werden lassen.



*Mit der Lumix L1 betritt
Panasonic jetzt auch den
Markt für digitale Spiegelreflexkameras.*

Die Lumix Kameras von Panasonic werden zu Bestsellern am PoS

Deshalb herrscht allerorten, wo im Fotohandel über Panasonic gesprochen wird, eitel Sonnenschein. Selten hat es ein Unternehmen geschafft, in so kurzer Zeit zu einem anerkannten und hochverlässlichen Industriepartner zu werden – und obendrein noch mit immer neuen technischen Errungenschaften zu glänzen, die, wie gesagt, nicht das Herz der Technikverliebten höher schlagen lassen sollen, sondern sich stattdessen bei der täglichen Fotoarbeit bewähren. Neues Aushängeschild im Lumix Portfolio ist die erste digitale Spiegelreflexkamera, die Lumix L1. In ihr werden alle fortschrittlichen Technik-Features Panasonics mit der überragenden Abbildungsqualität von Objektiven der Marke Leica kombiniert.

Ein Blick auf die Liste der Ausstattungsmerkmale der verschiedenen Lumix Modelle liefert die Argumente für das Verkaufsgespräch am Point of Sale.

- Bei der Lumix L1 ist dies zum Beispiel die Zugehörigkeit zum Four Thirds Standard. Kennzeichen dieses Standards, der 2002 von Olympus und Kodak ins Leben

gerufen wurde und dem sich inzwischen weitere namhafte Hersteller angeschlossen haben, ist die ausschließlich auf die digitale Bildaufzeichnung zugeschnittene Aufnahmetechnik. 4/3-Speicherchips haben eine Bilddiagonale von 22,3mm und sind damit etwa halb so groß wie ein klassisches Kleinbildnegativ. Um die Brennweite der 4/3-Objektive mit Kleinbild vergleichen zu können, muß der jeweilige Wert verdoppelt werden. Frei von „Altlasten“ und Beschränkungen der technischen Voraussetzungen sorgt der Four Thirds



Standard für extrem hohe Bildqualität.

- Objektive für Kameras des Four Thirds Standards werden grundsätzlich auf

der Basis der neuen Qualitätsstandards vollkommen neu konzipiert. So auch das Leica D Vario-Elmarit 2,8-3,5/14-50 mm ASPH, das als erstes Wechselobjektiv von Panasonic zeitgleich mit der Lumix L1 auf den Markt kommt. Das Objektiv, das gemeinsam von Leica und Panasonic entwickelt wurde, ist



mit dem Panasonic eigenen optischen Bildstabilisator ausgestattet. Es besteht aus 16 Linsen inklusive zweier Asphären. Der Brennweitenbereich von 28-100 mm (entsprechend Kleinbild) reicht aus, um die überwiegende Zahl der alltäglichen Fotosituationen meistern zu können. Reicht die Telebrennweite dennoch nicht aus, so garantiert die kombinierte Qualität von Leica Optik und Bildstabilisator, daß auch Ausschnittvergrößerungen mit der gewünschten Schärfe erscheinen.



- Ein weiteres Lumix L1-eigenes Kennzeichen ist der Live View-Modus, der dem Fotografen alle wichtigen Aufnahmeinformationen in Echtzeit auf dem 6,35 cm großen LC-Display mit 207.000 Pixeln liefert. So sorgt die Live View-Funktion beispielsweise dafür, daß 100 Prozent des späteren Bildergebnisses angezeigt werden – und das schon vor und nicht erst nach der Aufnahme. Dadurch, daß das Bildsignal des Live MOS-Sensors in Echtzeit zum LC-Display überspielt wird, kann die Lumix

L1 mehr als andere SLR-Kameras, denn die Kamera zeigt auf dem Monitor nicht nur das Bild, sondern informiert dort vor der Aufnahme über wichtige Parameter wie Belichtung samt Histogramm-Darstellung, Weißabgleich und Fokussierung sowohl automatisch wie manuell als auch über die effektive Schärfentiefe. Eine Zehnfach-Lupe erleichtert bei Bedarf die präzise manuelle Fokussierung. Eine automatische Helligkeitsanpassung sorgt dafür, daß das Monitorbild trotz Abblendens nicht so stark abdunkelt.



Vor allem bei Freihand-Aufnahmen mit extremen Telebrennweiten oder langen Belichtungszeiten wirkt sich der OIS-Bildstabilisator positiv aus.

- Das hochentwickelte optische Stabilisierungssystem (OIS) von Panasonic ermöglicht scharfe, unverwackelte Aufnahmen auch ohne Stativ und unter schlechten Lichtverhältnissen. Dabei



kommt der OIS-Stabilisator dem Fotografen vor allem bei der Arbeit mit extremen Telebrennweiten und/oder langen Verschlusszeiten zugute. Wie wichtig ein optischer Bildstabilisator ist, zeigt sich daran, daß bei Kameras ohne Bildstabilisator die maximale Bildschärfe, wie sie in aufwendigen Tests z. B. auch von seriösen Fachzeitschriften unter Idealbedingungen vom



Drei Aufnahmeformate (3:2, 16:9, 4:3, v. l.) ermöglichen, daß Fotos optimal ohne Ränder an die gewünschten Anwendungen angepaßt werden können, egal, ob es um den Druck von Fotos im Standardformat 10 x 15 oder die Darstellung auf einem Computer- oder einem der neuen hochauflösenden TV-Monitore geht.

Stativ ermittelt wird, in der Praxis aus freier Hand gar nicht erreicht wird. Mehr Pixel allein bringen also nicht unbedingt schärfere Fotos. Deswegen ist bei Panasonic der optische Bildstabilisator Standard; auch bei den Kompaktkameras. Besonders profitieren davon Modelle wie die Lumix FZ50 mit einer maximalen optischen Brennweite von 420 mm.



Der neue Venus Engine III-Prozessor

- Eine weitere Stärke aller Lumix Kameras, die sich unmittelbar in einer höheren Bildqualität zeigt, sind die von Panasonic entwickelten Venus Engine-Bildprozessoren, die sich in der Lumix L1, Lumix FZ50, Lumix LX2 und der Lumix FX50/FX07 beispielsweise als Venus Engine III und in der Lumix FX3 als Venus Engine Plus wiederfinden. Der Venus Engine III-Bildprozessor sorgt nicht nur für hervorragende Auflösungswerte und eine differenzierte Farb- und Detailwiedergabe, sondern er unterscheidet auch zwischen Farb- und Helligkeitsrauschen. Dies erlaubt die selektive Unterdrückung des Farbrauschens, das vor allem für störende Bildfehler verantwortlich ist. Dank seiner kurzen Reaktionszeiten ermöglicht der

Venus Engine III eine Kamerastartzeit von unter einer Sekunde, schnellere Bildfolgen und schnelle Serienbelichtungen. Durch den im Vergleich zur Venus Engine II um 20 Prozent geringeren Energiebedarf sind die Kameraakkus deutlich länger einsatzfähig.

- Die jüngste Generation der Lumix Kompaktkameras, also Lumix FZ50, Lumix FX3, Lumix LX2 und Lumix FX50/FX07, ermöglicht das Fotografieren in den drei verschiedenen Aufnahmeformaten 3:2 (das klassische Kleinbildformat), 4:3 und 16:9. Damit sind die Kameras jeglicher Art der anschließenden Bildpräsentation gewachsen, egal, ob sie auf einem alten oder einem neuen Computer- oder Fernsehbildschirm gezeigt werden, ob sie auf einem der neuen, hochauflösenden HDTV-Geräte präsentiert werden oder ob sie im klassischen 10 x 15-Standardformat auf Papier geprintet werden. Hervorzuheben ist, daß das 16:9-Format auch bei der Videoaufnahme funktioniert und selbstgedrehte Filme so in höchster Qualität und ohne störende Ränder vorgeführt werden können.

- Einen deutlichen Vorteil bieten

Panasonic Kompaktkameras wie die Lumix FX50, FX07, FX01 (im 4:3-Format) und die Lumix LX2 (im 16:9-Format) schließlich auch noch durch ihre Anfangsbrennweite von 28 mm.



Die beiden Beispiele zeigen den Unterschied zwischen 28 mm- und 35 mm-Anfangsbrennweite.

Damit lassen sich „echte“ Weitwinkelperspektiven realisieren, die gerade in engen Räumen entscheidend für den Bildinhalt sein können.

- Bleibt der Hinweis, daß die bislang aufgezählten Kennzeichen nur eine kleine Auswahl möglicher Verkaufsargumente darstellen.



Die großen Monitore gehören zu den herausragenden Ausstattungsmerkmalen der kompakten Lumix Digitalkameras. So bietet beispielsweise die Lumix LX2 (Bild oben, in silberfarbener Ausführung) ein 7,1 cm großes 16:9-Display, während der Monitor der FX07 (hier mit nachtblauem Gehäuse) eine Diagonale von 6,35 cm im 4:3-Format aufweist.



Interview mit Uwe Paul, Vertriebsleiter Unterhaltungselektronik bei Panasonic

imaging+foto-contact: Herr Paul, in einer Zeit, in der die Fotobranche eher über Insolvenzen zu berichten hat als über erfolgreiche Unternehmen, ist es Panasonic innerhalb weniger Jahre gelungen, zu einem überaus angesehenen Industriepartner zu werden. Wie erklären Sie diesen Erfolg?

Uwe Paul: Dafür gibt es, natürlich, mehrere Gründe. Einer davon ist sicherlich, daß wir den Markt erst sehr lange beobachtet haben, um aus Fehlern zu lernen, die immer gemacht werden, wenn sich ein neuer Markt auftut, und um ein klares Ziel zu finden, wohin die Reise im Digitalkameramarkt gehen soll. Als dies gefunden war, haben wir uns auf bestimmte Standards festgelegt und Partnerschaften gesucht, um das Ziel zu erreichen. Wie man an der Marktentwicklung sieht, machen wir das recht gut. Und dies sicherlich nicht zuletzt



Uwe Paul

deshalb, weil wir vielfältige Erfahrungen in anderen Handelsbranchen, speziell in der Consumer Electronics, gesammelt haben. Aber sicherlich und vor allem überzeugen auch unsere Fotoprodukte.

imaging+foto-contact: Wo liegen denn Ihrer Meinung nach die Stärken der Lumix Digitalkameras?

Uwe Paul: Zumeinen in dem inzwischen sehr runden und stimmigen Portfolio. Wir haben Kameras für jeden fotografischen Anspruch und jede fotografische Aufgabe im Sortiment. Das Angebot beginnt bei der preiswerten Einstiegskamera und reicht jetzt, mit der Markteinführung der Lumix L1 auch in



Von den Einkaufsmessen der Händlerkooperationen, hier die Ringfoto Frühjahrsmesse 2006 in Erlangen, ist Panasonic inzwischen gar nicht mehr wegzudenken.

Europa, auch in den Bereich der professionellen Anwender von Spiegelreflex-Systemkameras. Außerdem statten wir unsere Lumix Kameras standardmäßig mit einer Vielzahl von Ausstattungsmerkmalen aus, die nicht nur dem Anfänger helfen, von Anfang an hervorragende Bilderergebnisse zu erzielen, sondern die auch erfahrene Fotografen überzeugen. Ich denke hier beispielsweise an den OIS-Bildstabilisator, ohne den es kaum möglich wäre, Brennweiten über 400 mm verwacklungsfrei aus der Hand zu meistern.

imaging+foto-contact: Sie erwähnen die Lumix L1. Welche Erwartungen haben Sie an diese Kamera, vor allem, wenn man zum einen an den starken Wettbewerb denkt, der mit der photokina in diesem Segment zu erwarten ist und zum anderen berücksichtigt, daß es zur Markteinführung nur ein Systemobjektiv gibt?

Uwe Paul: Es stimmt, daß es derzeit nur ein Leica Objektiv aus unserem Haus gibt. Aber die Brennweite von 28–100 mm, verglichen mit Kleinbild, reicht zunächst einmal für die meisten Fotoanwendungen. Außerdem haben wir uns ganz klar zum Four Thirds Standard bekannt. Und eine der Besonderheiten dieses Standards ist es, daß auch die

Objektive anderer Four Thirds Hersteller an das Gehäuse der Lumix L1 angesetzt werden können. Berücksichtigt man diesen Aspekt, dann steht schon jetzt für unsere neue SLR sogar das breiteste Objektivsortiment der ausschließlich für digitale Anwendungen gerechneten Optiken bereit, das wir zukünftig mit eigenen attraktiven Modellen ergänzen werden. Prinzipiell sehe ich deshalb hervorragende Chancen für unsere Kamera, weil das SLR-Segment derzeit boomt und weil die Lumix L1 dem Handel die Chancen gibt, den Kunden durch eine Fülle von produktbezogenen Argumenten am Point of Sale überzeugen zu können.

imaging+foto-contact: Wie sieht denn Ihre Unterstützung für den Handel nach der photokina aus?

Uwe Paul: Am gewohnten Umfang wird sich nichts ändern. Wir werden durch Werbedruck für den Vorverkauf sorgen, wir werden den Abverkauf am PoS unterstützen, und wir werden auch weiterhin die Philosophie verfolgen, daß nicht nur wir, sondern auch der Handel mit uns Geld verdienen will und muß.

imaging+foto-contact: Herr Paul, vielen Dank für das Gespräch.



Samsung NV-3



Samsung NV-7

Samsung NV-10

Stellen Sie sich vor: Sie entdecken Ihre mystische Seite.

Betrachten Sie die Welt von einer anderen Seite, und entdecken Sie dabei Verborgenes, denn mit den Samsung Kameras der NV-Serie bleibt nichts mehr im Dunkeln. Alles rückt ins rechte Licht. Technisch hoch entwickelte Features sorgen für beeindruckende Lichtverhältnisse, damit Sie brillante Bilder und faszinierende Momentaufnahmen machen können. Entdecken Sie neue Seiten auf my-new-view.de. Mit den Samsung Kameras der NV-Serie ist eben alles vorstellbar. *imagine*



NV
| NV7 | OPS | NV10 | NV3 |



photokina

world of imaging

26. September – 1. Oktober 2006

Grußwort von **Harald Horn**

Vorsitzender des
Photoindustrie-Verbandes



Imaging is more. Mehr als Bilder auf Prints oder elektronischen Speichermedien.

Deswegen reicht es auch nicht aus, auf einer Messe nur Digitalkameras zu präsentieren. Die photokina als World of Imaging hat sich zum Ziel gesetzt, den gesamten Imaging Workflow darzustellen. Damit bietet sie dem photokina-Besucher eine einzigartige Gelegenheit, Vielfalt und Facettenreichtum der Imaging Welt zu entdecken.

Die Grenzen zwischen professionellen Anwendern und den klassischen Endverbrauchern sind fließend geworden – gerade deshalb hat die photokina die bisher durchgeführte Trennung der Angebotspalette in die Bereiche Consumer- und Professional-Imaging zugunsten der Darstellung des gesamten Imaging-Workflows aufgehoben.

Beim Gang über die photokina kann der Besucher den vollständigen Weg des Bildes visuell verfolgen und erleben. Von der Bilderfassung über die Speicherung und Bildbearbeitung bis hin zu Bildpräsentation und Bildausgabe über Printer, dem persönlichen Fotobuch oder dem klassischen

Papierbild im Fotoalbum oder im Rahmen an der Wand hat der Besucher Gelegenheit, sich vom Nuancenreichtum des Produktangebotes überzeugen zu lassen.

Insbesondere dem Handel bietet die photokina damit eine komplette Übersicht über „Foto und Imaging“ in den Produktgruppen „Input Devices“, „Storage/Processing“, „Output Devices“, „Service/Transfers“ sowie „Accessories/Consumables“.

Auf keiner anderen Messe der Welt wird Foto und Imaging derart umfassend und vielfältig präsentiert, ergänzt durch ein entsprechendes Rahmenprogramm, das vor allem auf die Interessen der fachorientierten Besucher zugeschnitten ist.

Die photokina ist mehr als nur ein Schaufenster der weltweiten Imaging-Industrie. Die photokina ist auch eine Plattform für Kultur, Wissenschaft und Forschung. Die photokina ist ein Ideengeber, sie vermittelt Anregungen und macht einen Besuch nützlich und ertragreich.

Ich wünsche allen Messebesuchern spannende und erfolgreiche photokina-Tage in Köln.



photokina

world of imaging

26. September – 1. Oktober 2006

Grußwort von **Oliver P. Kuhrt** Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH

photokina 2006: Die Imaging-Welt trifft sich in Köln

Die World of Imaging setzt 2006 erneut Maßstäbe als globale Informations- und Kommunikationsplattform der Imaging-Branche. Sämtliche führenden Unternehmen der globalen Imaging-Branche – wie Canon, Nikon, Olympus, Pentax, Fuji oder Kodak – sind ebenso vertreten wie große Anbieter aus dem CE-, IT- und TK-Bereich. Viele von ihnen – etwa Panasonic, Samsung, Casio, Epson, Nokia und HP – präsentieren sich in diesem Jahr mit deutlich größeren Messeauftritten als noch vor zwei Jahren. Ihre Premiere bei der diesjährigen Messe feiern hochkarätige Neuaussteller wie Europas größter Fotofinisher CeWe Color und der Weltkonzern Apple.

Beeindruckend ist auch die Internationalität der Aussteller: Über 60 Prozent von ihnen kommen aus dem Ausland. Zusammen mit erwarteten rund 160.000 Besuchern aus etwa 140 Ländern – die meisten davon Fachhändler und Profis – machen sie die photokina zum einzigen wirklich globalen Treffpunkt der Imaging-Branche.

Und die World of Imaging hat 2006 auch langjährigen Kennern einiges Neues zu bieten. Die weltweit wichtigste, größte und vielseitigste Messe rund um das Thema „Imaging“ präsentiert sich in diesem Jahr in neuem Rahmen. Erstmals nutzt die Welt-Leitmesse der Imaging-Branche das neue Kölner Messegelände. Noch mehr Aufenthaltsqualität, eine übersichtliche Hallengliederung, verbesserte Services, attraktive Gastronomie – dies erwartet die Fachwelt ebenso wie die Consumer zur photokina - World of Imaging.

Die Aussteller der photokina 2006 haben die Möglichkeiten der neuen Koelnmesse in vollem Umfang genutzt. Rund 1.600 Anbieter aus 45 Ländern stellen sich in einer Vielfalt und Bandbreite dar, wie sie nur in Köln zur photokina zu erleben ist.

Genau diese Angebotsvielfalt wird Ihnen die photokina in diesem Jahr im Rahmen eines neuen Hallenkonzeptes präsentieren. Die World of Imaging orientiert sich dabei konsequent am Weg des Bildes und macht ihn zum roten Faden, der Sie durch die verschiedenen Bereiche und Hallen führt. Diesen Workflow bildet die Messe anhand der Bereiche Bildaufnahme, Bildspeicherung, Bildverarbeitung, Bildausgabe und Bildpräsentation ab. Hinzu kommen die für den Workflow unverzichtbaren Angebotsbereiche Bildzubehör, Equipment und Verbrauchsmaterialien.

Von diesem neuen Konzept profitieren Aussteller und Besucher gleichermaßen. Durch die klar strukturierten Themen und Gebiete fällt die Orientierung leicht, und die Unternehmen können sich in ihrem Segment optimal präsentieren.

Um Ihnen den Start in den Messetag zu erleichtern und Ihnen eine optimale Ausgangsbasis für einen effizienten Messebesuch zu schaffen, bieten wir Ihnen mit dem Internationalen Fachhandels-Centrum in der Passage 2/4 eine optimale Anlaufstelle. Es wird unterstützt durch den Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT). Das Serviceangebot reicht von detaillierten Messe-Informationen, spezifischen Produktinformationen und individuellen Problemlösungen bis hin zum Zugriff auf spezielle Datenbanken.

Eine großzügige Meeting-Area lädt zu intensiven Fachgesprächen ein, in der Ruhe-Lounge können Sie sich vom Messe trubel erholen. Das Internationale Fachhandels-Centrum ist täglich von 9.00 Uhr bis 19.00 Uhr geöffnet, also jeweils eine Stunde vor Messebeginn und nach Messeschluß.

Spannende Messetage liegen vor Ihnen. Ich heiße Sie herzlich willkommen zur photokina und wünsche Ihnen einen erfolgreichen und angenehmen Aufenthalt in Köln.

Small Cameras. Big Business.

photokina
world of imaging
26. September - 1. Oktober 2006
Halle 02.2 · Stand C010/D019

Einzigartig. Aufregend. Umsatzsteigernd: die neuen EXILIM Digitalkameras von CASIO.



EX-S770

extrahelles
7,1 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
7,2 Megapixel
MPEG4-Movie** (auch im Format 16:9)
Daten Speicher-Funktion
Anti Shake DSP*
3fach optischer Zoom
Filmstabilisierungsfunktion*
Super Life Battery

wide+bright
7,1 cm
TFT colour display



7,2
Mega
pixel



EX-Z1000

10,1 Megapixel
extrahelles
7,1 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay
Anti Shake DSP*
3fach optischer Zoom
Super Life Battery

wide+bright
7,1 cm
TFT colour display



10,1
Mega
pixel



EX-Z700

helles 6,9 cm TFT-Farbdisplay
7,2 Megapixel
Anti Shake DSP*
3fach optischer Zoom
Super Life Battery
AV-Anschluss

brilliant
6,9 cm
TFT-Farbdisplay



7,2
Mega
pixel

Ihre Kunden werden begeistert sein. Und ihre Umsätze auch! Denn die neuen EXILIM Kameras überzeugen nicht nur durch ihr modernes Design, die exklusiven Materialien und die hochwertige Verarbeitung, sondern auch durch ihre innovativen Funktionen und Features. Ob die revolutionären 10,1 Megapixel der kompakten EXILIM Zoom EX-Z1000, das extrahelle 7,1cm Wide Screen TFT-Farbdisplay der ultraflachen EXILIM Card EX-S770 mit einzigartiger Daten Speicher-Funktion oder die neue EXILIM Zoom EX-Z700 mit 7,2 Megapixel, EXILIM lässt keine Wünsche offen. Und sorgt für neue Abverkaufsrekorde. EXciting EXILIM!

* Elektronischer Bild- bzw. Filmstabilisator. ** Maximale Aufnahmezeit: 10 Minuten pro Movie.

Bezugsquelleninfo: CASIO Europe GmbH, Bornbarch 10, D-22848 Norderstedt
Schweiz: Hotline S.A., Via Magazzini Generali 8, CH-6828 Balerna, Tel.: +41 (0)91 683 20 91, web: www.hotline-int.ch

EXILIM
www.exilim.de



Zum Titelbild

Die Lumix Kameras von Panasonic werden zu Bestsellern am PoS **2**

Editorial

Mut zum Bild **12**

Wirtschaftspolitische Kommentar

Liberalisierte Ladenöffnungszeiten:
Auswertung und Meinungen unserer Leser **68**

Industrie

Fujifilm mit neuem Markenlogo
auf der photokina **24**

Die Nokia Nseries setzt neue Trends **54**

Olympus μ – die erfolgreichste
Kameramarke der Welt **64**

Internationale Messen

Grußwort zur photokina von Harald Horn **7**

Grußwort zur photokina von Oliver P. Kuhrt **8**

photokina zeigt Trends von der Aufnahme
über die Bearbeitung bis zur Präsentation. **16**

imaging+foto-contact-Interviews

Yoshiiku Miyata, Geschäftsführer der
Panasonic Marketing Europe GmbH:
„Der neue Foto-Lifestyle“ **30**

Winfried Gaber, Geschäftsführer printeria:
„Wir zeigen einen Weg aus dem Dilemma
an der Bildertheke“ **58**

Die Kultur der Fotografie

Die photokina 2006 markiert einen entscheidenden Zeitpunkt für Fujifilm – denn ab 1. Oktober startet das Unternehmen offiziell unter der bereits angekündigten neuen Management-Struktur. Der Wachstumskurs des Unternehmens wird durch das neue Markenlogo deutlich, das auf dem Messestand weithin sichtbar sein wird. Mit neuen Produkten will Fujifilm zudem die erklärte Absicht seines Vorstandsvorsitzenden Shigetaka Komori unterstreichen, „die Kultur der Fotografie auch im Digitalzeitalter zu bewahren.“

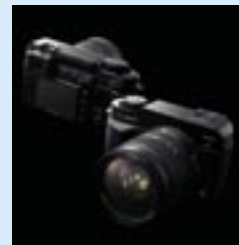


Seite 24

Industrie

Panasonic Lumix Kameras: Technikdetails als Verkaufsargument

Einen weltweiten Marktanteil von zehn Prozent strebt Panasonic mit seinen Lumix Digitalkameras bis zum Ende des Geschäftsjahres 2007 (31.3.2007) an. In Deutschland wurde dieses Ziel bereits ein Dreivierteljahr vorher erreicht. Großen Anteil an dem Erfolg hat einerseits die technische Ausstattung der einzelnen Modelle über das gesamte Sortiment hinweg. Technik bedeutet hier aber nicht x Stellen hinter dem Komma oder d = 115/D, sondern Features, die unmittelbar vom Anwender in bessere Bilder umgesetzt werden können. Andererseits überzeugt Panasonic mit Handelskonzepten, die auch den Partnern am PoS das Verkaufen von Lumix Kameras zur Freude werden lassen. **Seite 2**



Neuheiten

photokina 2006: Die Welt des Imaging

Die photokina 2006 findet auf dem neuen, alles in allem rund 260.000 Quadratmeter großen Gelände der Koelnmesse statt, das bis zum 1. Oktober wieder die weltweit erste Adresse der Imagingbranche sein wird. Wie immer wird auch wieder eine konkurrenzlos große Zahl von Anbietern in Köln vertreten sein, in diesem Jahr sind es voraussichtlich 1.600 aus 50 Ländern. **Seite 16**



Internationale Messen

Aufstieg in die Bundesliga

Auf der photokina stellt Samsung mit dem Topmodell GX10 seine dritte digitale Spiegelreflexkamera vor, die dieses Produktsegment nach oben hin abrundet. Dank der professionellen Ausstattung, dem robusten, wasserresistenten Metallgehäuse und der hochwertigen Verarbeitung des neuen Spitzenmodells, ist Samsung mit der GX10 der Sprung in die digitale Oberklasse gelungen. **Seite 34**



Neuheiten

Eine echte Leica

Die Vorstellung der ersten Digitalkamera im Leica M Meßsucher-System, der Leica M8, steht im Mittelpunkt des photokina Auftritts der Leica Camera AG. Mit der Vorstellung neuer digitaler Kompaktkameras und der digitalen Spiegelreflex D-Lux 3 unterstreicht der legendäre deutsche Kamera-Hersteller zusätzlich seinen Anspruch, dem großen Namen auch im Digitalzeitalter gerecht zu werden. **Seite 36**



Neuheiten



imaging+foto-contact Interviews



Bereits im Sommer eröffnete Panasonic mit der Ankündigung von fünf neuen Lumix-Kompaktkameras den photokina-Neuheitenreigen. Zudem brachte das Unternehmen mit der Lumix L1 seine erste Spiegelreflexkamera auf den Markt. Auf der IFA in Berlin konzentrierte sich Panasonic

dagegen auf die Flachbild-TVs der Viera-Linie und rückte zusammen mit dem ebenfalls in Berlin angekündigten Blu-ray Disk Spieler das hochauflösende Fernsehen in den Blickpunkt der Konsumenten und des Handels. Auf der photokina wird zu sehen sein, wie sich diese beiden Welten verbinden lassen. Wir sprachen mit Yoshiiku Miyata, Geschäftsführer der Panasonic Marketing Europe GmbH, über das Digitalkamera-Geschäft und seine zukünftigen Perspektiven. **Seite 30**



Die Nürnberger printeria GmbH stellt sich derzeit mit einem vollkommen neuen Konzept als Partner des Fotohandels in Sachen Bilddienstleistungen auf (ifc berichtete in Ausgabe 9/2006, S. 44). Wir sprachen mit printeria-Geschäftsführer Winfried Gaber und fragten nach Hintergründen und

Details der Zusammenarbeit. **Seite 58**

Canon legt bei photokina Neuheiten nach: 3x IXUS, 1x PowerShot

Eine Design-Ikone wird zehn Jahre alt: 1996 kam die erste Canon IXUS auf den Markt – und eröffnete damit das Zeitalter, in dem auch eine Kamera zum Lifestyle-Accessoire werden konnte. Zur photokina setzt Canon die Erfolgsgeschichte der längst digital gewordenen Kultkamera mit drei neuen Modellen fort. Dazu kommt

noch die neue PowerShot G7 für ambitionierte Amateure. **Seite 40**



Die Kleinste im Olympus E-System: Die neue E-400

Mit der neuen E-400 hat Olympus das bislang kleinste und leichteste Modell der Olympus E-Serie vorgestellt. Ihre Abmessungen von 129,5 x 91 x 53 mm und ihr geringes Gehäusegewicht (380 Gramm) sollen die Kamera vor allem für die Nutzer interessant machen, die kompakte Bauweise bevorzugen, aber nicht auf die Vorteile der digitalen SLR-Fotografie verzichten wollen. **Seite 48**



Interviews

Neuheiten

Neuheiten

Handel

H. D. Lehmann: Neues und Altes **77**

Nachrichten **14**

Promotion

Ausweg aus dem Preiswettbewerb:
Marge mit Minox **47**

The Phone House: Der erste Mobilfunktarif
speziell für den Fotohandel **60**

Neuheiten **28, 32, 46, 53, 71, 73, 75, 76**

Samsungs neue SLR –
Aufstieg in die Bundesliga **34**

Leica bringt zur photokina die erste
digitale M Meßsucherkamera **36**

Canon legt bei photokina Neuheiten nach:
3x IXUS, 1x PowerShot **40**

Die Kleinste im Olympus E-System:
Die neue E-400 **48**

Pentax K10D: Handwerkszeug für Semi-Profis ... **50**

Nikon: Fünf neue Coolpix Kameras **52**

Ausgezeichnete Plus X Award-Produkte
auf der IFA **66**

Panasonic liefert die Energie **67**

der grosse foto-katalog

Jetzt erschienen:
„der grosse foto-katalog 2006/2007 **78**

Video

Ulrich Vielmuth: IFA 2006: Wandel in Berlin **72**

Rechtstips **74**

Literatur **81**

Klein- und Personalanzeigen **82**

Impressum **84**

Wer hat eigentlich „Imaging-Kompetenz“?

Mut zum Bild



Thomas Blömer, Verleger

Willkommen auf der photokina – ganz gleich, ob Sie selber die Reise nach Köln antreten oder sich über die wichtigsten Trends und Neuheiten in der Messeausgabe unserer Zeitschrift informieren. Jedenfalls trägt die „World of Imaging“, wie sich die Weltmesse des Bildes im Untertitel nennt, ihren Namen zu Recht: Denn alle wichtigen Unternehmen der Foto- und Imagingbranche der Welt stellen in Köln aus – davon kann manch andere Messe nur träumen.

Nicht zuletzt der neue jährliche Rhythmus der IFA, die am 6. September in Berlin zu Ende ging, hat die Diskussion um die Frage neu belebt, ob die (digitale) Fotografie Teil der Unterhaltungselektronik sei. Wenn man die IFA 2006 als Leitmesse für dieses Segment zum Maßstab nimmt, lautet die Antwort: nein. Denn die Fotografie spielte in Berlin nicht nur eine kleine, sondern gar keine Rolle. Das bedeutet übrigens nicht, daß die IFA ein Flop gewesen ist: Rund um die Messe-Hits HDTV und Blu-ray bzw. HD Disk gab es eine Menge Interessantes zu sehen und zu hören.

Allerdings ist die delicate Frage nicht so ohne weiteres mit einem Nein zu beantworten. Nicht ohne Grund gehören seit Jahren auch einige Fotounternehmen zur Stammbesetzung der IFA – und haben sich in diesem Jahr vor allem deswegen für Köln und die photokina entschieden, weil das Budget für zwei Großmessen nicht ausreichte. Denn für die Fotowelt ist die photokina unentbehrlich – das stellt sie durch ihr komplettes Angebot gerade in diesem Jahr wieder unter Beweis.

Die Frage, ob Fotografie Teil der Unterhaltungselektronik ist, bleibt interessant. Ob es einem gefällt oder nicht: Die neuen hochauflösenden Bildschirme sind nun einmal auch zur Wiedergabe von Digitalfotos geeignet – und für das Ausnutzen von HD Camcordern sogar ein unbedingtes Muß.

Andererseits gibt es einen grundlegenden Unterschied zwischen der Unterhaltungselektronik und der Fotografie: Eine Stereoanlage, ein Fernsehgerät oder ein Internet-PC dienen in erster Linie zur Wiedergabe von Inhalten, die der Anwender nicht selber schafft, sondern die von einer ganzen Industrie hergestellt werden. Der Besitzer einer Digitalkamera muß dagegen erst einmal selbst aktiv werden und fotografieren, sonst gibt es keine Bilder. Das wissen die Fotoindustrie und der Fotohandel seit jeher – und die neuen Mitspieler aus der Unterhaltungselektronik haben es schnell gelernt.

Es hat ja seine Gründe, daß Sony und Nokia bei der Optik auf die Fotomärke Zeiss oder Samsung und Kodak auf Schneider Kreuznach setzen oder Panasonic eine Allianz mit Leica eingeht. Und die Unternehmen aus der Unterhaltungselektronik vermarkten ihre Kameras bekanntlich gerne unter speziellen Marken: Sony kreierte Cyber-shot und – für die neue SLR – Alpha, Panasonic setzt auf Lumix und Casio auf Exilim. Wäre die Fotografie einfach ein Teil der Unterhaltungselektronik, könnte man sich diesen Aufwand sparen.

Im Grunde braucht die ominöse Frage gar keine Antwort, denn wir wissen bereits, daß die digitale Fotografie das Geschäft dramatisch verändert hat. Das bedeutet: Sowohl klassische Fotounternehmen als auch Anbieter aus der Unterhaltungselektronik oder der Telekommunikation müssen sich auf diesen neuen Markt einstellen. Und der Fotohandel auch!

Für die Fotobranche bedeutet das, daß die Erfahrungen und die Verdienste der Vergangenheit in der Gegenwart nur noch wenig wert sind. Einen Vorsprung hat unsere Branche ohne Zweifel beim Papierbild – die Anbieter aus der Unterhaltungselektronik kennen sich dafür besser mit Bildschirmen aus, und die aus der Informationstechnik und Telekommunikation wissen über die Datenübertragung besonders gut Bescheid.

Was sich nicht verändert: Menschen wollen ihre Erinnerungen in Bildern festhalten und diese zusammen mit anderen Menschen anschauen – ganz gleich, ob sie zur Aufnahme eine Kamera, ein Fotohandy oder (wie Nokia seine neueste Geräte-Generation nennt) einen mobilen „Multimedia-Computer“ benutzen. Auch ob sie ihre Bilder auf Papier, auf dem Computer-Bildschirm, auf dem Fernseher oder dem mobilen Multimedia-Spieler anschauen, ändert an einer Tatsache nichts: Es wird auf jeden Fall Hersteller und Fachhändler geben, die dafür die Geräte und Materialien anbieten und damit Geld verdienen. Auch das wird die photokina 2006 zeigen.

Thomas Blömer

SONY

Wissen Sie, ob ein Kolibri Wimpern hat?

Die erste digitale Spiegelreflexkamera mit integriertem Verwacklungsschutz. Von Sony.

Fühlen Sie sich bereit für das nächste Level der Fototechnik? Hier ist die Sony α 100 mit Super Steady Shot Inside, 10 Megapixel Auflösung, Staubschutzsystem und großem Display. Geeignet für 21 Wechselobjektive von Sony und Carl Zeiss, externe Blitze und vieles andere Zubehör mehr. Fotografieren Sie einfach – den Rest erledigt die α 100 für Sie.

www.sony.de/dslr



like.no.other™



Das Zeichen „ α “ wird „Alpha“ gesprochen. „Sony“, „ α “ und „like.no.other“ sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.

Belkin gewinnt DGH als Vertriebspartner

Belkin, Hersteller von Connectivity-Produkten, hat Anfang September die Zusammenarbeit mit DGH Großhandel (Duttenhofer-Gruppe) gestartet. DGH wird sich auf den Vertrieb von Belkin-Produkten aus den Bereichen Notebook-Taschen, die vor allem bei jungen Menschen beliebt sind, iPod-Zubehör (zum Beispiel FM-Transmitter, die Musik auf ungenutzten Radiofrequenzen kabellos vom iPod zum Soundsystem im Auto oder zu Hause übertragen), Notstromversorgung/Überspannungsschutz und Pure AV (hochwertige Audio-, Video- und Digitalkabel) konzentrieren.

plawa erwirbt Lizenz für Marke AgfaPhoto

Die plawa Feinwerktechnik GmbH & Co. KG hat von der AgfaPhoto Holding GmbH eine Exklusivlizenz für den Einsatz der Marke AgfaPhoto bei Digitalkameras erworben. Das Unternehmen will die immer noch vorhandene Bekanntheit der Traditionsmarke für die Gewinnung höherer Anteile auf dem europäischen Digitalkamera-Markt nutzen. Bereits in diesen Tagen will plawa eine Produktlinie von fünf bis zehn Megapixel Digitalkameras im absatzstarken Preissegment zwischen 99 und 199 Euro unter der Marke Agfa-

RAM Europe Geschäftsführer Udo Noll baut Distribution für TEAC Display Publishing Systeme auf

RAM Geschäftsführer Udo Noll, zuvor zwölf Jahre lang als Vertriebschef für Rimage tätig, wird den Aufbau eines europaweiten Distributionsnetzes für TEAC Disc Publishing-Produkte wie zum Beispiel CD/DVD-Kopierstationen mit integrierten Thermo-Re-Transfer-Druckern verantworten. RAM Peripherals, schon seit rund zwei Jahren Partner von TEAC in London und mit Niederlassungen in Dublin und Paris, will mit der Gründung der deutschen Niederlassung ein deutliches Zeichen setzen. Dazu Udo Noll: „TEAC hat einen ausgezeichneten Ruf als Qualitätsunternehmen und einen starken Markennamen. Auch technologisch sind die TEAC Publishing Systeme so ausge-reift, daß wir vom Erfolg unserer Kooperation überzeugt sind. Wir sind optimistisch, daß wir mit dieser hervorragenden Produktpalette die europäische Distribution überzeu-gen können.“ RAM Peripherals blickt bei der Vermarktung von Publishing Systemen auf eine jahrzehntelange Erfahrung zurück. Seit 19 Jahren ist RAM Peripherals für Rimage in UK erfolgreich als offizieller Distributor tätig. Die neu gegründete RAM Europe GmbH, Tochtergesellschaft des renommierten britischen Unternehmens gleichen Namens, unterzeichnet auf der photokina eine umfangreiche Kooperationsvereinbarung mit TEAC Europe.

Photo auf den Markt bringen – die ersten Modelle sollen auf der photokina zu sehen sein. Mittelfristig will das Unternehmen einen Marktanteil von fünf Prozent in Europa aufbauen. Dabei will plawa den Vertrieb der Agfa-Photo Digitalkameras in Deutschland selbst übernehmen und in anderen europäischen Ländern mit Distributionspartnern zusammenarbeiten. In einer Pressemitteilung zitiert plawa die TrendProfile Studie 2004 der Zeitschrift Stern, die für Agfa eine Markenbekanntheit von 83 Prozent ermittelt hat. Damit sei Agfa die zweitbekannteste Kameramarke, erklärt das Unternehmen.

Panasonic demonstriert erstmals AVCHD-Qualität

Besucher der photokina können sich auf ein besonderes Highlight freuen: Erstmals demonstriert Panasonic in der Halle 3.2 auf dem Stand A30 das neue High Definition Format AVCHD in der Öffentlichkeit. Panasonic-Mitarbeiter geben Auskunft über die Vorteile des AVCHD-Formats. Konsumenten können sich direkt vor Ort nicht nur von der Bildqualität überzeugen, sondern sich auch für den AVCHD-Newsletter registrieren lassen. Bis zur Modelleinführung im Frühjahr 2007 werden sie dann regelmäßig mit den AVCHD-Informationen versorgt.

Die gemeinsamen Anstrengungen von Panasonic und Sony, AVCHD industrieweit als das für das HD-Zeitalter maßgeschneiderte HD-Aufnahmeformat für Camcorder zu etablieren, fielen bis dato auf fruchtbaren Boden. Beide Unternehmen setzen mit diesen Lizenzierungsverfahren ihre AVCHD-Initiative mit Nachdruck fort und verfolgen damit die Absicht, den Markt für HD-Camcorder für den Privatgebrauch auszuweiten. Die Spezifikationen erlauben die Aufnahme auf 8 cm-DVDs, Speicherkarten und Festplatten. Ein weiteres Lizenzierungsprogramm besteht für die Entwicklung von entsprechenden Wiedergabegeräten und PC-Software.

Bislang haben mehrere namhafte Unternehmen ihre Unterstützung für AVCHD zugesagt.

CeWe Color liegt im zweiten Quartal im Plan

Die CeWe Color Holding AG hat die Ergebnisse für das zweite Quartal 2006 bekanntgegeben. Bei einem um zwölf Prozent auf 97,2 Millionen Euro gesunkenen Umsatz erzielte das Unternehmen ein operatives Ergebnis (EBIT) von zehn Millionen Euro (minus 12,9 Prozent). Damit liegt CeWe Color im Rahmen der Erwartungen des Managements für das Geschäftsjahr 2006. Durch den Rückgang der Filmverkäufe sank die Zahl der in den CeWe Labors gefertigten Farbbilder um 20,5 Prozent auf insgesamt 705 Millionen Stück. Die Zahl der digitalen Prints stieg dabei um 26,5 Prozent auf 230,8 Millionen Stück. Durch im Vergleich zum analogen Segment höhere Preise bei Digitalfotos und die gezielte Förderung von Mehrwertprodukten wie Fotobücher und Fotogeschenken konnte CeWe Color nach eigenen Angaben den erwarteten Umsatzrückgang ergebnismäßig weitgehend kompensieren. Der Anteil des Materialaufwands wurde zum Beispiel im ersten Halbjahr von 37 auf 34,6 Prozent des Umsatzes reduziert. Im ersten Halbjahr sank der Umsatz von CeWe Color um 11,1 Prozent auf 174,9 Millionen Euro, die Zahl der Farbbilder um 18,9 Prozent auf 1,28 Milliarden Stück. Dabei legte die Zahl der Digitalfotos um 32,1 Prozent auf 422 Millionen Stück zu. Nach wie vor strebt CeWe Color für das Geschäftsjahr 2006 ein Ergebnis vor Steuern von 21 Millionen Euro und ein Ergebnis nach Steuern von zehn Millionen Euro an. Damit wird das Unternehmen zwar leicht unterhalb der Resultate des Vorjahres abschneiden, aber immer noch das zweitbeste Ergebnis innerhalb der letzten sechs Jahre erreichen.

LUMIX

28 mm
Weitwinkel



Innenraumaufnahme 28 mm Weitwinkel



Innenraumaufnahme 35 mm

BEDINGUNGSLOS SCHARF



FX07 - NEU



28 mm WEITWINKEL

Endlich Platz für mehr Ideen. Mit 28 mm Weitwinkel machen Sie mehr aus kleinen Räumen und kurzer Distanz. Freuen Sie sich auf neue Gestaltungsmöglichkeiten bei Gruppenfotos, Landschafts- und Architekturaufnahmen und mehr.

Mehr Informationen unter:
www.panasonic.de

Panasonic
ideas for life

photokina zeigt Trends von der Aufnahme über die Bearbeitung bis zur Präsentation



Zahlreiche Neuheiten, viele neue Aussteller, Trends bei Konvergenz und Digital Lifestyle und ein vollkommen neu gestaltetes Messegelände lassen auch in diesem Jahr wieder lange Schlangen vor den Eingängen zur photokina erwarten.

Wenn sich am 26. September die Türen des Kölner Messegeländes geöffnet haben, um die ersten der insgesamt erwarteten rund 160.000 Besucher zur größten photokina aller Zeiten zu empfangen, wird vieles so sein, wie es immer war. Aber vieles wird auch ganz anders sein. Augenscheinlichster Unterschied zur photokina 2004: Die alten Rheinhallen sind verschwunden und nur noch ein Gerippe aus Backsteinwänden läßt ahnen, wo sich einst das rheinnahe Zentrum des Messegeländes befand. Die photokina 2006 findet auf dem neuen, alles in allem rund 260.000

Quadratmeter großen Gelände der Koelnmesse statt, das bis zum 1. Oktober wieder die weltweit erste Adresse der Imagingbranche sein wird. Wie immer wird auch wieder eine konkurrenzlos große Zahl von Anbietern in Köln vertreten sein, in diesem Jahr sind es voraussichtlich 1.600 aus 50 Ländern. Aber einige Namen, die viele Jahrzehnte lang weder aus der Branche, noch von der Leitmesse der Imagingbranche wegzudenken waren, sind inzwischen vom Markt verschwunden. Als populärste Namen sind hier Agfa/Agfa-Photo und Konica Minolta zu nennen.



Ein Foto, das nur noch Erinnerungswert besitzt: Die alten Rheinhallen des Kölner Messegeländes existieren nicht mehr.

Das Aus dieser Unternehmen steht symbolisch für die Dynamik, mit der sich die Imagingbranche im letzten Jahrzehnt, als die ersten Consumerprodukte des Digital Imaging auf den Markt kamen, verändert hat. Nur wer es schafft, sich dem stets und

1.600 Anbieter aus 50 Ländern

sich mit ungeheurer Geschwindigkeit ändernden technischen Wandel und dem damit einhergehenden Kauf- und Nutzungsverhalten des Endverbrauchers anzupassen, hat langfristig eine Überlebenschance. Eine Erkenntnis, zu der in jüngster Zeit auch immer mehr Fotohändler gelangt sind, die entweder den Anschluß an die Entwicklungen verpaßt haben und ihr

Unternehmen aufgeben mußten oder es aber verstanden haben, über den Tellerrand hinwegzublicken und neue Produkte, Technologien und Konzepte in ihr Angebot zu integrieren, um erfolgreich weiterarbeiten zu können. Für sie, und natürlich für alle anderen Messebesucher, gleichgültig, aus welchen Gründen ihr Weg sie nach Köln führt, wird die photokina 2006 ein Quell der Erkenntnis werden. Keine andere Messe zuvor hat das Zusammenwachsen der Welten von Foto und Video mit denen von Consumer-Electronics, Telekommunikation und Informationstechnologie so ausführlich und konzentriert dokumentiert wie die photokina 2006. Von der Aufnahme über Speicherung, Bearbeitung und Kommunikation bis zur Präsentation stehender und bewegter Bilder reicht das Spektrum, in dem gleichermaßen Produkte und Dienstleistungen von

heute und morgen, aber auch Imagingtrends von übermorgen zu erleben sind.

Dabei bedeutet Imaging viel mehr, als das Wort einst bedeutet hat. Denn Imaging meint auch die vernetzten Anwendungen stehender oder laufender Bilder, egal, ob es sich dabei um lokale Netzwerke zu Hause oder im Betrieb, um entfernte Punkt-zu-Punkt-Verbindungen, beispielsweise beim Bilddatenversand per E-Mail zu einem Freund oder beim Herunterladen eines Videofilms auf den eigenen PC oder Fernseher, oder ob es sich gar um ein weltumspannendes Netzwerk wie das Internet handelt. Mit den fortschreitenden Möglichkeiten für den Verbraucher, problemlos Teil eines Netzwerkes werden zu können, mit den immer aggressiver im Markt

weiter auf Seite 20

ACTIVATE YOUR CREATIVITY : XACTI CA6 ACTIVE

ZUM FILMEN UND FOTOGRAFIEREN.

Die Xacti Digital Movie CA6 Active ist robust, leicht und so kompakt, dass sie bei jedem Erlebnis der ideale Begleiter ist – egal ob beim Open-Air-Event oder Outdoor Sport.

Die wichtigsten Features in Kürze:

- > Hochqualitative digitale Fotos und Filme in einer Einheit.
- > MPEG-4 Videos in 640 x 480 VGA-Auflösung mit 48 kHz, 16-Bit 2-Kanal Stereo.
- > 6,37-Megapixel-CCD für scharfe, kontrastreiche Fotos.
- > Bildstabilisator für gelungene Filmaufnahmen.
- > 5-fach optischer Zoom.
- > Ausklappbarer 2"-Monitor für optimale Bilddarstellung.

**Wetterfestes
Gehäuse***



SANYO

Xacti
Digital Imagination.

Die Chance
▪ jetzt ordern



Der schnelle Distributor
▪ sofort geliefert

DAVID COMMUNICATION
Gewerbestraße 10
21391 Reppenstedt
Tel 04131 / 68 48 80
Fax 04131 / 68 48 829

Speicherlösungen
für Bilder / Daten / Energie
www.schneller-speicher-service.de

Vier Fragen an den Fotohandel

Im Vorfeld der photokina haben wir einige wichtige Händler der Fotobranche gebeten, uns folgende vier Fragen zu beantworten:

- 1.) Welche Produktgruppe/Dienstleistung war in den vergangenen Monaten in Ihrem Unternehmen am erfolgreichsten?
- 2.) Welche Produktgruppen/Dienstleistungen werden nach Ihrer Erwartung auf der photokina 2006 im Mittelpunkt stehen?
- 3.) Welche Auswirkungen wird die photokina 2006 Ihrer Meinung nach auf den Fotohandel allgemein haben?
- 4.) Welche Auswirkungen wird die photokina 2006 Ihrer Meinung nach auf Ihr Unternehmen haben?

Lesen Sie hier die Antworten von ...

... Peter Thun, Foto Thun GmbH, Lutherstadt Eisleben:

zu 1.) An erster Stelle rangieren bei uns Digitalbilder über unsere Digitalbildannahmestationen, Platz zwei geht an digitale Spiegelreflexkameras, und die dritt wichtigste Produktgruppe sind Objektive.

zu 2.) Die photokina wird meiner Meinung nach klar den Trend zu Spiegelreflex widerspiegeln, den wir auch in unserem Geschäft bemerken. Deshalb werden digitale SLR-Kameras ganz klar im Mittelpunkt des Interesses stehen. Danach dürfte die Aufmerksamkeit den unterschiedlichen Drucklösungen gelten, und zwar Kiosk- und Großformatdrucklösungen ebenso wie Homeprinting Systeme.

zu 3.) Ich erwarte interessante Produkte aus dem Bereich Digital-SLR. Damit wird die Nachfrage nach Objektiven und Zubehör steigen. Da diese Bereiche die Stärke des Fotohandels darstellen, wird die photokina deutlich positive Signale für den Fotohandel aussenden. Erfreulich wäre, wenn dies auch von Seiten der Industrie erkannt wird und diese die Vermarktung ihrer Qualitätsprodukte im Fotohandel unterstützt. Die Angebote von Kiosksystemen werden weiter zunehmen. Hier besteht die Gefahr für den Fotohandel, gegenüber Großvertriebsformen ins Hintertreffen zu geraten. Daher ist dem Fotohandel dringend angeraten, sich mit diesem Thema (falls noch nicht geschehen) zu befassen. Wichtig sind hier bezahlbare Systeme, da auf Grund des Technologiefortschritts versucht werden sollte, die Anschaffung innerhalb von zwei Jahren oder kürzer zu erwirtschaften. Das Thema Selbstverarbeitung und neue Randsortimente wie Fotobücher wird ebenfalls erhebliche Bedeutung für den Fotohandel haben. Hier sehe ich es ebenfalls als wichtig für jeden Fotohändler an, seine Partner mit Bedacht zu wählen und vorrangig auf fachhandels-treue Anbieter zu setzen. Das Thema Homeprinting mit dem gesamten Zubehör und Verbrauchsmitteln ist leider noch nicht im Fotohandel angekommen. Hier wären fachhandels-adäquate Angebote der Industrie sehr hilfreich.

zu 4.) Alles, was den Fotofachhandel allgemein betrifft, trifft auch auf unser Unternehmen zu. Die Bereiche Digital-SLR, Objektive, Zubehör sowie die Digitalbilder gehören erfreulicherweise bereits zu unseren Wachstumsbereichen. Das Thema Selbstverarbeitung begleitet uns bereits seit Beginn unserer 50jährigen Firmengeschichte. Wir werden uns alle angebotenen Systeme und Produkte auf der photokina anschauen und prüfen, wie wir damit Erfolg und nachhaltigen Ertrag für unsere Firma schaffen können. Wir erwarten viele Anregungen für unsere Firma, hoffen, daß unsere Kunden sich von den neuen Techniken und Leistungen begeistern lassen und freuen uns auf ein paar interessante Tage auf der photokina.



... Andreas Leistenschneider, Foto Leistenschneider, Düsseldorf:

zu 1.) Spiegelreflexkameras haben jetzt wieder den Stellenwert, den sie vor dem Boom der digitalen Sucherkameras hatten. Überrascht hat uns die weiterhin große Nachfrage nach hochwertigen Sucherkameras, entgegen der Verbreitung von Fotohandys und dem rapiden Preisverfall für Massenware.

zu 2.) Aufgrund der Vielzahl an Neuheiten werden die Systemkameras im Fokus der Verbraucher und der Medien stehen. Für den Handel wird es wichtig sein, neue Möglichkeiten zu finden, die es ihm erlauben, preiswert gute Bilder von digitalen Speichermedien herzustellen.



zu 3.) Wir Düsseldorfer schauen in dieser Zeit immer etwas neidisch nach Köln. Der dortige Fotohandel profitiert besonders von der Messe. Ansonsten tut der Medienrummel unserer Branche gut, zumal die meisten Neuheiten bereits lieferbar sind. Hier haben viele unserer Lieferanten einen guten Job gemacht.

zu 4.) Neuheiten halten uns als Imaging-Spezialisten am Leben. Die würde

es allerdings auch ohne photokina geben.

... Rainer Th. Schorcht, Foto Schorcht, Gütersloh:

zu 1.) Bei uns haben die klassischen Produkte des Fotohandels im Mittelpunkt gestanden, die Kameras – auch wenn diese inzwischen nicht mehr analog sind. Auch das Bilder-geschäft hat uns Freude bereitet, und zwar in beiden Bereichen, die wir anbieten, also das ertragsstarke Digitalbild aus unserem Laserlab ebenso wie das preiswerte Standardbild, das wir vor allem anbieten, um die Kundenfrequenz zu erhöhen. Positiv entwickeln sich auch die neuen Bereiche, seien es Mobilfunkprodukte, Flachbildschirme oder die kompakten Foto-drucker.

zu 2.) Auf der photokina wird sich ganz klar entscheiden, wie die Zukunft des Bildes aussieht, ob das Bild chemisch oder druck-technisch produziert wird. Ich bin gespannt, welche neuen Lösungen die einzelnen Anbieter uns in Köln präsentieren werden. Weiterhin wird natürlich ein klarer Fokus auf neuen



Digitalkameras liegen, und in diesem Segment werden vor allem Spiegelreflexmodelle im Mittelpunkt stehen.

zu 3.) Mit SLR-Kameras und Zubehör bekommt der Fotohandel endlich wieder die Chance, sich als kompetenter Lösungspartner zu profilieren, der für jeden Kunden und für jede fotografische Anwendung die passende Lösung bieten kann. Ich erwarte, daß die in Köln gezeigten Innovationen die Nachfrage beflügeln werden, wenn sie zum Weihnachtsgeschäft lieferbar sind.

zu 4.) Auch in meinem Unternehmen erwarte ich diesen Effekt. Ich werde mich aber auf der photokina nicht nur nach neuen Produkten umsehen, sondern auch die Anbieter hinsichtlich ihrer Vertriebskonzepte auf Herz und Nieren prüfen. In Zeiten immer härteren Wettbewerbs werde ich mich nämlich nur noch auf die Unternehmen konzentrieren, die daran interessiert sind, daß nicht nur sie, sondern auch die Handelspartner Geld verdienen.



Kingston Technology Flashspeicherkarten

Wenn Sie etwas Überraschendes, Unerwartetes oder Außergewöhnliches sehen, sollten Sie den Moment festhalten, um ihn mit Ihren Freunden teilen zu können.

Kingston Technology bietet eine breite Palette qualitativ hochwertiger Speicherkarten an, die speziell für die aktuellsten Digitalkameramodelle entwickelt wurden. Für alle unsere Flashspeicherkarten gewähren wir lebenslange Garantie[†] und mehrsprachigen technischen Support rund um die Uhr.

Qualität, Kompatibilität, Zuverlässigkeit und Geschwindigkeit – jederzeit.

Wenn Speicherkarten, dann die der weltweiten Nr. 1*
www.kingstonflashmemory.de

Eine Chance. Eine Wahl. Ein Speicher.



†10 Jahre Garantie in Frankreich, Deutschland und Österreich. *Kingston Technology ist laut iSupply Corporation der führende unabhängige Hersteller von Speichermodulen (in den Jahren 2004 & 2005). © 2006 Kingston Technology Europe Ltd, Kingston Court, Brooklands Close, Sunbury-on-Thames, Middlesex, TW16 7EP, England. Tel: +44 (0) 1932 738888 Fax: +44 (0) 1932 738811. Alle Rechte vorbehalten. Alle Marken und eingetragenen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer.

Internationales Fachhandels-Centrum

Einen exklusiven Anlaufpunkt für die wichtigste Zielgruppe der photokina, die Vertreter des internationalen Fachhandels, stellt das Internationale Fachhandels-Centrum in der Passage 2/4 dar. Das Fachhandels-Centrum wird unterstützt durch den Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT), der die Interessen aller Fachhandelsgruppen vertritt, die Produkte des Digital Imaging vertreiben. Den Schwerpunkt innerhalb der Angebote bildet die BVT-Business-Lounge. Jeden Morgen können die Fachhändler sich hier schon vor Messebeginn auf ihren Messebesuch vorbereiten. Das Service- und Informationsangebot reicht von detaillierten Messe- und Produktinformationen und individuellen Problemlösungen bis hin zum Zugriff auf spezielle Datenbanken. Auch der Convenience-Gedanke kommt nicht zu kurz: Eine großzügige Meeting-Area lädt zu intensiven Fachgesprächen ein, die Besucher können sich stärken und in einer Ruhe-Lounge vom Messetrubel erholen. Das Internationale Fachhandels-Centrum ist täglich von 9.00 Uhr bis 19.00 Uhr geöffnet, also jeweils eine Stunde vor Messebeginn und nach Messeschluß.

Fortsetzung von Seite 17

auf tretenden Anbietern breitbandiger Internetzugänge und der zusätzlichen Integration von Software für den mobilen Bildversand und Internetzugang hat auch eine neue Kultur im Umgang mit Bildern Einzug in das Leben meist junger Menschengenossen. Die Urlaubsfotos werden heute auf dem TV-Gerät im Wohnzimmer gezeigt, die Diaschau erfolgt über einen Digitalprojektor, die Hochzeitsbilder sind in einem Online-Album im World Wide Web zu bewundern, und wer andere an seinem Leben teilhaben lassen will, legt sich einen eigenen Internet-Blog zu, ein virtuelles Tagebuch, in dem er sein Leben in Wort und Bild beschreibt. Allen diesen Anwendungen ist gemein, daß die dazu benötigten Bilder nicht mehr in unmittelbarer Nähe des Mediums vorhanden sein müssen, über das sie präsentiert werden. Sie können auch an einem beliebigen anderen Ort auf der Welt gespeichert sein, sofern dieser den Zugriff von außen ermöglicht. Dieser

Ort kann der eigene PC im Arbeitszimmer, der Homeserver im Keller oder der Server eines Internetdienstleisters oder Laborbetriebs sein. Es ist deshalb in Köln sicherlich auch spannend zu sehen, welche Lösungen die verschiedenen Aussteller hinsichtlich der Vernetzung anzubieten haben.

Wer Rang und Namen hat, ist in Köln vertreten

Sämtliche führende Unternehmen der globalen Imaging-Branche werden auf der Messe ebenso vertreten sein wie große Anbieter aus dem CE-, IT- und TK-Bereich. Viele von ihnen – etwa Epson, Hewlett-Packard, Casio, Samsung und Panasonic – präsentieren sich auf der photokina 2006 mit deutlich größeren Messeauftritten als vor zwei Jahren. Auch daraus läßt sich eine spannende Entwicklung ablesen, denn noch vor wenigen Jahren waren einige der neuen Player gar nicht oder nur mit recht bescheidenen Ständen und einem überschaubaren Kamerasortiment auf der photokina zu sehen.

Ebenfalls auf einer stark erweiterten Standfläche vertreten ist mit Nokia ein Unternehmen, das sein Angebot 2004 erstmals auf der photokina vorgestellt hatte. Als weiteres Unternehmen, das seine Wurzeln in der Telekommunikationswelt hat, nimmt The Phone House an der photokina teil. Das Unternehmen mit Sitz in Münster in Westfalen stellt einen in Zusammenarbeit mit dem Fotofinisher CeWe Color speziell für den Fotohandel entwickelten Mobilfunktarif mit Foto-Option und Konzepte für die Vermarktung von Mobilfunkverträgen und Handys mit integrierter Digitalkamera in den Mittelpunkt seines Messeauftritts.

Aber natürlich sind es nicht nur die Branchenriesen, die das Flair der Messe ausmachen. Auch die vielen Dutzend mittelständischen und kleinen Hersteller verdienen ebenso Beachtung wie Zulieferanten und Importeure, denn viele von ihnen haben es geschafft, es sich trotz des Konkurrenzdrucks in einer Nische bequem zu machen und seit Jahren eher unscheinbar, dafür aber als verlässliche Partner des Handels zu agieren. Einer der Vorteile dieser Anbieter ist zweifellos, daß sie dem Handel Produkte außerhalb des Mainstreams

anbieten, also solche, die nicht auch in jedem Großflächenmarkt zu finden sind, und damit einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, dem Endkunden individuelle, nicht im Preiskampf und im Wettbewerbsvergleich stehende Produkte anbieten zu können.



Die Canon EOS 400 D und die Panasonic Lumix L1 gehören ebenso wie ...

Fotokameras stehen traditionell im Mittelpunkt

Aber natürlich stehen Fotokameras im Fokus der photokina – und das nicht nur aus Tradition. Hohe Aufmerksamkeit genießen derzeit die digitalen Spiegelreflexkameras. Vom Luxuswerkzeug für Profis und ambitionierte Amateure hat sich die digitale Spiegel-

GfK Market Briefings

Information pur bieten traditionell die GfK Market Briefings (27., 28. und 29. September, CC Nord). Basis- und Hintergrunddaten, detaillierte Markt- und Produktgruppenstudien über verschiedene Wirtschaftsräume von Westeuropa über Südostasien und die USA bis Osteuropa sollen die Veranstaltungen von GfK Marketing-Services und Prophoto GmbH zu einem unerläßlichen Pflichttermin für Händler und Industrievertreter aus aller Welt machen. Morgens vor Messebeginn und abends nach Messeschluß erhalten die Teilnehmer hier wertvolle Erkenntnisse für ihre zukünftigen Investitions- und Marketingstrategien.

reflex-Fotografie zur Beschäftigung für jedermann entwickelt. Bei keinem anderen Kameratyp sind die Wach-



... die Pentax K10D und die Olympus E-400 zu den SLR-Neuheiten der photokina.

tumsraten so hoch. Und damit wachsen auch die Umsätze bei SLR-Zubehör, und zwar bei klassischem Zubehör ebenso wie bei neuen Produktgruppen. Nach Jahren alarmierender Umsatzzahlen machen dem Handel jetzt wieder „analoge“ Produkte wie Systemblitzgeräte und Wechselobjektive, Filter, Taschen, Stative etc. Freude. Und auch digitales Zubehör wie Speicherkarten, Software oder Mediaplayer der verschiedensten Ausführungen gehört seit einiger Zeit zu den Rennern in der Gunst der Verbraucher.

Die „alten“ Spiegelreflex-Tugenden Bildqualität und Vielseitigkeit überzeugen auch digital. Neben den Stammspielern Canon, Fuji, Leica, Nikon, Olympus und Pentax gehen neue Anbieter wie Panasonic, Samsung und Sony ins Rennen um die Gunst der Kunden. Diese profitieren in Sachen Spiegelreflexfotografie von einer großen Produktauswahl und innovativen technischen Lösungen, der Handel, indem er dem Kunden die Angebote maßschneidern kann. Bei den Sensor-Formaten beherrscht

„lifestyle media at photokina“ macht Konvergenz erlebbar

Den Begriff „Konvergenz der Medien“, der zwar in aller Munde, in der Praxis aber immer noch kaum zu erleben ist, will die Koelnmesse im Rahmen der photokina erlebbar machen. Deshalb zeigt die photokina in einem ganzheitlichen Ansatz und in einer neuen Form der Präsentation, wie das Zusammenwachsen der Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungstechnologie innerhalb der eigenen vier Wände aussehen kann. Auf der Sonderfläche „lifestyle media at photokina“ in Halle 9 liegt der Fokus auf dem praktischen Nutzen und dem Live-Erlebnis kompletter Systemlösungen und -anwendungen. Gleichzeitig werden die Möglichkeiten einer fachgerechten und effizienten Umsetzung dieser Lösungen aufgezeigt. Vorträge für Fachanwender, Händler und Endverbraucher rahmen die Präsentationsplattform mit informativen Angeboten ein.

Umsonst ...

photokina
Halle 10.2,
Stand C030 / D039

... ist das Lächeln Ihrer Kunden, wenn Sie durch Verwendung von Original-Agfa-Chemie erstklassige Qualität anbieten können.

Das können Sie jetzt – denn die a&o imaging solutions hat das Service- und Ersatzteilgeschäft sowie die Fotochemikalienproduktion der früheren AgfaPhoto übernommen. Und Ihnen fällt es damit leicht, zurückzulächeln – denn die Zuverlässigkeit, Wirtschaftlichkeit und Qualität unserer Produkte ermöglichen Ihnen, Kundenzufriedenheit und Ertrag miteinander zu verbinden. Überzeugen Sie sich von unserer Leistungsfähigkeit!

Besuchen Sie uns auf der photokina:

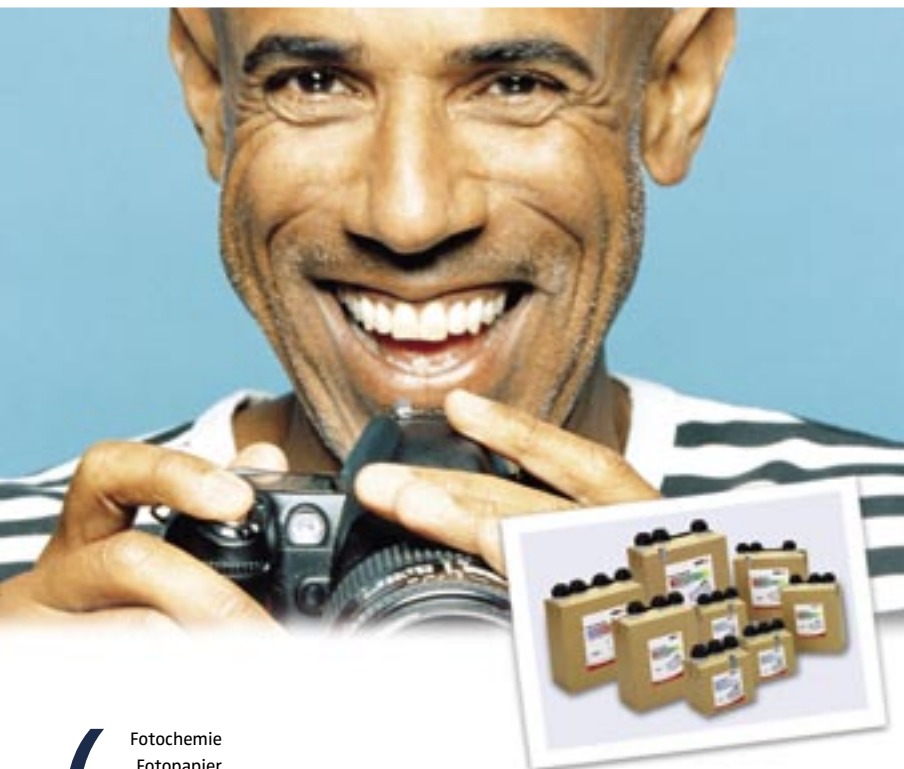
Vom 26.9. bis 1.10.2006 finden Sie uns auf unserem Partnerstand bei Foto + Minilabsysteme R. Saal GmbH in Halle 10.2, Stand C030 / D039.

a&o

imaging solutions

Nissanstraße 1 · D-41468 Neuss
Telefon: +49.(0)21 31.52 36-169
Telefax: +49.(0)21 31.52 36-161
www.ao-imaging.com · order@ao-imaging.com

Fotochemie
Fotopapier
Spezialchemie
Ersatzteile
Services



APS-C das Bild, zehn Megapixel können dabei als neuer Auflösungsstandard bei den Consumer-Modellen gelten. Das Four-Thirds-System holt mit dem Markteintritt von Panasonic

und Leica auf. Kameras mit Vollformat-Sensor (24 x 36 mm) bleiben allerdings auch in diesem Jahr noch preislich in der Profi-Liga. Von den technischen Neuerungen pro-

fitieren aber nicht nur SLR-Kameras, sie kommen auch den Kompaktmodellen zugute. An erster Stelle steht wegen seines unbestrittenen Nutzwertes der optische Bildstabilisator. Sensoren erkennen eine un stabile Kamerahaltung, das System gleicht die Verwacklungen durch die gegenläufige Bewegung einer Linse im Objektiv oder des Bildsensors in der Kamera aus. So erst kommen die optischen Qualitäten aufwendiger Objektivkonstruktionen und hoher Sensorauflösungen bei Freihand-Aufnahmen optimal zum Tragen, und es erschließen sich neue Aufnahmemöglichkeiten unter schlechten Lichtverhältnissen. Je länger die Objektivbrennweite, desto wichtiger ist ein optischer Bildstabilisator.

Erfreulich ist der Trend zu immer größeren Monitoren selbst bei Kompaktkameras. Wichtig ist, daß die Auf-

Im Inkjet-Markt eröffnen neue Geräte, Tinten und Bedruckmaterialien den Einstieg in neue Märkte

Das Angebot an Produkten und Systemen aus den Bereichen Large Format und Fine Art Printing auf der photokina steigt seit Jahren kontinuierlich. Auch in diesem Jahr präsentieren wieder nahezu alle Anbieter dieses Marktsegments auf der World of Imaging die neuesten Anwendungen, und in Diskussionsforen sowie Fachsymposien referieren Experten über die aktuellen Entwicklungen und greifen diese in Branchentrends in Theorie und Praxis auf.

Bis vor wenigen Jahren waren pigmentbasierende Tinten mit hoher UV-Beständigkeit noch superbreiten Inkjets mit hohen Investitionsvolumina vorbehalten. Inzwischen haben viele Hersteller jedoch einen neuen Markt definiert: Sie bieten Lösemittelmaschinen zwischen etwa 1,30 und 2,50 m Druckbreite, die mit Eco- oder Mild/Low-Solvent-Tinten und ausgewählten unbeschichteten Medien betrieben werden. Durch den geringeren Investitionsbedarf können diese Maschinen auch von Firmen mit kleineren Druckvolumina genutzt werden.

Im Fine-Art-Printing ist 2006 das Jahr, in dem Canon und Hewlett-Packard durch ihren Eintritt in dieses Marktsegment des hochwertigen Bilderdrucks für einen Wettbewerb sorgen, der bisher faktisch nicht vorhanden war. Denn in der Vergangenheit gab vorwiegend Epson mit seinen K3-Tinten die Maßstäbe in Langzeitstabilität vor, nun aber setzen Hewlett-Packard in der Haltbarkeit und Canon in der Farbwiedergabe in diesem Segment neue Maßstäbe. Der neu entfachte Wettbewerb um die Gunst des Fotografen, der seine Bilder in bestmöglicher Qualität auf ein Trägermedium bringen will, schließt endlich wieder die Kette von der Aufnahme bis zum Papierbild. Denn die Digitalisierung brachte es mit sich, daß viele Anwender hochwertiger D-SLR-Kameras ihre Bilder begeistert bewunderten, um nach zwei Jahren festzustellen, daß es auf Dauer unbefriedigend ist, Bilder ausschließlich am Monitor zu betrachten.

Dabei läßt sich feststellen, daß die digitale Dunkelkammer der tatsächliche Gewinner der Digitalisierung ist. Denn wo einst im Schein der Laborleuchte die scharfen Düfte von Stopp- und Fixierbad aufstiegen, wird heute bei voller Raumbelichtung ohne jegliche Geruchsbelastigung auf Medien gedruckt, von deren Vielfalt mancher Spezialist früher nur träumen konnte.

Museumsechte Papiere mit Flächengewichten bis 460 Gramm in den verschiedensten Oberflächen lassen sich ebenso bedrucken wie Canvas oder herkömmliches Hochglanzpapier. Die neueste Entwicklung stellen Papiere dar, deren Oberfläche und Haptik dem klassischen Baryt-Abzug absolut ähnlich sehen. Die Haltbarkeit des gedruckten Bildes jedenfalls ist, die Wahl museumsechter Medien vorausgesetzt, beim Einsatz von Pigmenttinten bisherigen fotochemisch entwickelten Bildern ebenbürtig, möglicherweise sogar überlegen. In beschleunigt ablaufenden Alterungstests, bei denen sowohl Silberhalogenid-Bilder als auch Inkjetdrucke auf langzeitstabilen Papieren unter identischen Bedingungen einer hohen Lichtmenge über einen mehrmonatigen Zeitraum ausgesetzt sind, schneiden die Inkjetdrucke eindeutig besser ab.

Inkjet-Drucker für UV-härtende Tinten haben sich inzwischen fest im Markt etabliert. Anfängliche Probleme mit der Haltbarkeit auf flexiblen Medien sind beseitigt, einige Hersteller bieten sogar Maschinen für den reinen Rollendruck an. Die verbreitetere Form der UV-Inkjets sind jedoch die „Kombidrucker“, die sowohl Rollen als auch Rigidmedien verarbeiten können. Durch die blitzschnelle Härtung der UV-Tinten sind diese auf einer Vielzahl von unbeschichteten Oberflächen einsetzbar. Viele aktuelle UV-Inkjets können zudem optional mit weißen Tinten ausgerüstet werden. Sie sind daher für Substrate geeignet, die sich bisher nur im Siebdruck veredeln ließen, wie Glas, Holz, transparente und farbige Platten. Dadurch erschließen sie neue Nischen außerhalb der traditionellen grafischen Märkte. Neben dem Druck auf Papier und Folien gewinnt der Textildruck, besonders von Flaggen und Bannern, aber auch von Displays, immer stärker an Bedeutung. Drucker für „Soft Signage“ basieren nicht selten auf bestehenden Plattformen, die mit Textiltinten umgerüstet und erweitert werden. Zunehmend kommen jedoch spezielle für den Textildruck konzipierte Maschinen auf den Markt.



Die Casio Exilim Card S770 und die Ricoh Caplio R5 sind Beispiele für Kompaktkameras mit großem Display.

lösung entsprechend mitwächst, sonst wird das Bild zwar größer, aber auch grobpixeliger. Immer mehr Hersteller ermöglichen dem Nutzer inzwischen, die Helligkeit des Monitors zu verändern, so daß das Bild auch unter ungünstigen Lichtverhältnissen gut zu erkennen ist.

Viele Verbesserungen finden darüber hinaus unsichtbar in der Kamera statt. Eine neue Generation von Bildprozessoren macht die interne Bildverarbeitung der Kameras präziser und schneller. Die oft beklagten langen Einschalt- und Bildfolgezeiten früherer Kameragenerationen gehören bei

fast allen Modellen inzwischen der Vergangenheit an.

Erfreulich ist schließlich auch der Trend vieler Kamerahersteller, den Fotografen die Möglichkeit zu geben, Bilder im 16:9-Format zu produzieren. Diese eignen sich ganz hervorragend dazu, auf Computerbildschirmen und hochauflösenden Fernsehgeräten präsentiert zu werden und unterstreichen, daß das Zusammenspiel einst streng getrennter Mediawelten auch von seiten der Industrie sehr ernstgenommen wird. Auf der photokina werden neben 16:9-Kameras auch Drucker zu sehen sein, die dieses Format verarbeiten können – ein Beweis dafür, daß der Verbraucher diese Option begrüßt.

Drucken ist ein weiteres Schwerpunktthema

Überhaupt ist das Thema Drucken ein weiteres Schwerpunktthema der photokina. Dabei wird die Messe dieses Thema aus allen Blickwinkeln beleuchten, also aus Sicht der Endkunden ebenso wie aus Sicht des Handels und aus der Sicht von Fach- und Großlaboren. Einer der wichtigsten Aspekte dürfte dabei sein, daß immer mehr Digitalkameras von Stand-alone-Geräten zu Kommunikationstalenten werden und den direkten Druck der aufgenommenen Bilder per PictBridge ganz einfach machen. Neuen Komfort bringen zunehmend kabellose Kommunikationswege. Sie reichen von Bluetooth für die Nah-Verbindung bis zum W-LAN, über das Anwender ihre Fotos direkt an kompatible andere Geräte, etwa ein Notebook, den Online-Bilderdienst oder eine Internet-Galerie, aber eben auch an entsprechend ausgestattete Drucker schicken können.

Grundsätzlich aber gilt: Noch nie zuvor waren die Wege zum Bild und die Art der Fotopräsentation so vielfältig. Ob selber drucken oder printen lassen, jeder kann ganz nach individuellem Bedarf entscheiden. Für den Fotodruck optimierte Printer mit bis zu acht Tinten holen für ambitionierte Fotografen feinste Nuancen aus den digitalen Bilddateien. Handliche Kompaktdrucker liefern „digitale Sofortbilder zum Anfassen“ für den Party-Spaß oder die schnelle Dokumentation. Nie war das Drucken mit und ohne Computer so einfach wie heute.



Fotokioske und Bilddienstleistungen für den Point of Sale nehmen auf der photokina breiten Raum ein.

Erfreulich für den Fotohandel: Die Befürchtungen, durch die steigenden Zahlen von Homeprinting-Anwendungen würden das eigene Bildergeschäft und die Umsätze leiden, sind in der Regel nicht eingetreten. Im Gegenteil: Wer das Geschäft mit Fotodruckern und Verbrauchsmaterialien ernsthaft betreibt, hat erkannt, daß diese Produktgruppe sehr gute Margen bringen kann – nicht unbedingt bei den Geräten, aber bei Tinten und den vor allem im Fotohandel nachgefragten hochwertigen Fotopapieren. Und er hat gemerkt, daß der Verbraucher überhaupt nicht daran denkt, alle seine Fotos selbst zu Hause zu drucken. Immer noch stehen dieser Möglichkeit vor allem Kosten und Zeit entgegen, und mit Standardbildern genießt der Fotohandel hier nach wie vor Vorteile. Daß die Fotoproduktion im eigenen Haus auch für Neueinsteiger durchaus lukrativ sein kann, stellen die zahlrei-



chen Kioskanbieter unter Beweis, die auf der photokina vertreten sind. Rasant fallende Geräte- und Materialpreise sorgen dafür, daß eine Anschaffung sich normalerweise schon mit wenigen Aufträgen pro Tag rentiert, neue Möglichkeiten und immer einfachere Bedienoberflächen sprechen gleichzeitig neue Zielgruppen an. Und auch das digitale Bild aus dem Großlabor bzw. von professionellen Bilddienstleistern ist noch lange nicht tot. Hier werden verschiedene Anbieter auf der photokina neue Produkte, Produkterweiterungen und neue Handelskonzepte präsentieren, die dazu geeignet sind, dem Fachhandel auch zukünftig noch ein ertragreiches Bildergeschäft zu sichern. Der Trend geht dabei eindeutig weg vom Standard-Billigbild – das dem Fotohandel durch den hohen Konkurrenzdruck durch andere Vertriebsformen ohnehin



Digitale Fotobücher gehören zu den Wachstumssegmenten im Bildermarkt.

schwer zu schaffen macht, und hin zu ertragsstarken Produkten, die der Kunde weder allein bei sich machen noch im Drogeriemarkt kaufen kann. Dieses Angebot läßt sich in ganz neue Präsentationskonzepte einbeziehen, die auch bei der Bildbestellung für ein angenehmes Einkaufserlebnis sorgen.

hepä

Fujifilm mit neuem Markenlogo auf der photokina



„Die Kultur der Fotografie“

Shigetaka Komori

FUJIFILM President/CEO

Die photokina 2006 markiert einen entscheidenden Zeitpunkt für Fujifilm – denn ab 1. Oktober startet das Unternehmen offiziell unter der bereits angekündigten neuen Management-Struktur. Der Wachstumskurs des Unternehmens wird durch das neue Markenlogo deutlich, das auf dem Messestand weithin sichtbar sein wird. Mit neuen Produkten will Fujifilm zudem die erklärte Absicht seines Vorstandsvorsitzenden Shigetaka Komori unterstreichen, „die Kultur der Fotografie auch im Digitalzeitalter zu bewahren.“

Unter dem Dach der neugegründeten Fujifilm Holdings Corporation werden ab 1. Oktober die Fujifilm Corporation (dazu gehört auch der Bereich Imaging Solutions, also das Fotogeschäft) und die Fuji Xerox Co., Ltd. operieren. „Die Reform unserer Strukturen versetzt uns in die Lage, unsere Geschäfte in wichtige Wachstumsbereiche auszuweiten und neue Aktivitäten zu entwickeln“, erklärte dazu Fujifilm Chef Shigetaka Komori. „Hinzu kommen umfassende Maßnahmen zur Verbesserung der Effizienz unserer Produktion und der Forschungs- und Entwicklungsarbeit.“ So repräsentiert das integrierte Forschungs- und Entwicklungszentrum in Kaisei in Japans Kanagawa Präfektur ein Investment von rund 330 Millionen Euro –

hier hat der Fujifilm Konzern seine Forschungsaktivitäten in vielen Bereichen, zu denen neben der Fototechnik auch Grundlagenforschung und Bio-Technologien gehören, zusammengefaßt. Davon verspricht sich Komori deutliche Synergie-Effekte.

Neues Markenzeichen

Das neue Logo, das Fujifilm ab der photokina weltweit einsetzen will, löst den seit 1980 genutzten wohlbekannten Schriftzug ab. Das neue Erscheinungsbild soll die Neuausrichtung des Unternehmens im Zuge des Prozesses widerspiegeln, der von Shigetaka Komori auch als „zweite Gründung des Konzerns“ bezeichnet wurde. Dazu gehört nicht nur der Führungsanspruch für die Foto- und Imagingbranche, sondern auch der Ausbau neuer Geschäftsbereiche wie Medical

FUJIFILM

Ab der photokina weltweit im Einsatz: das neue Fujifilm Marken-Logo.

Imaging, Life Science, Dokumentenverwaltung, Grafische Systeme bis hin zu funktionellen Materialien wie Beschichtungen für Flachbildschirme, elektronische Komponenten und optische Systeme.

Das neue Logo verzichtet auf das seit 1980 eingesetzte rote Hexagon. Stattdessen soll der rote Akzent in der Mitte den hohen technischen Standard des Unternehmens symbolisieren und den Prozeß der kontinuierlichen Innovation unterstreichen, betont das Unter-

nehmen. Auch die Hausfarbe wurde modifiziert – sie bleibt aber weiterhin grün.

Neue Produkte auf der photokina

Bei den Neuheiten auf der photokina konzentriert sich Fujifilm in diesem Jahr besonders auf die zwei wachstumsträchtigsten Bereiche: Digitalkameras sowie Geräte und Systeme zur Herstellung von Bildern beim Fotohandel. Dabei wird die Palette der FinePix Kameras um neue Modelle ergänzt – hinzu kommen die neuen Frontier Minilabs 500 und 590, ein neues Order-Terminal und ein besonders schneller Thermo-Drucker. Neuheiten gibt es aber auch bei den Filmen – denn sie gehören für Fujifilm weiterhin zur „Kultur der Fotografie“.

Neue FinePix Modelle

Bei den Digitalkameras setzt Fujifilm auf die Strategie, nicht nur möglichst hohe Pixelzahlen auf das Kameragehäuse zu schreiben, sondern sich durch den Ausbau der Real Photo Technologie vor allem in der Bildqualität sichtbar von den Wettbewerbern abzuheben. „Viele Pixel machen ein Bild groß. Sie machen es aber noch lange nicht gut“, sagt Helmut Rupsch, Geschäftsleiter German Operations bei der Fuji Photo Film (Europe) GmbH. „Erst das Zusammenwirken der wichtigsten Kamera-Komponenten sorgt für gute Bildqualität: Objektiv, Bildsensor und Bildprozessor. Fujifilm kombiniert das zur Real Photo Technologie und erweitert so die Welt des Fotografierens.“

Ein Beispiel dafür ist die bereits angekündigte FinePix S6500fd, die mit Hilfe der neuen „Face Detection Technology“ automatisch Gesichter im Motiv erkennt und dafür sorgt, daß diese scharf und gut belichtet abgebildet werden. Wie das Erfolgsmodell F30 bietet diese Kamera eine außerordentlich hohe Lichtempfindlichkeit von bis zu 3.200 ISO, die iFlash-Funktion für besonders gut balancierte Blitzaufnahmen und das Motivprogramm „Natürliches Licht & mit Blitz“, bei dem die Frage „Blitzen oder nicht“ erst nach der Aufnahme beantwortet werden muß. Denn in diesem Modus nimmt die Kamera je ein Bild mit und ohne Blitz hintereinander auf, so daß der Anwender danach entscheiden kann, welches Resultat ihm am besten gefällt.



Die neue
Fujifilm FinePix A700

lichkeiten des RAW-Dateiformates mit seinen 18 Millionen Pixeln nutzen. Darüber hinaus bietet die Kamera einen Video-Modus mit manuellem Zoom und einer Geschwindigkeit von 30 Bildern pro Sekunde. Die FinePix S9600 wird ab Oktober verfügbar sein. Der empfohlene Verkaufspreis steht noch nicht fest.

Neue Einsteiger-Kamera

Mit der kompakten FinePix A700 stellt Fujifilm zur photokina ein neues Einsteiger-Modell vor, das mit einem 7,3 Megapixel Super CCD HR Sensor und einem 3fach-Zoomobjektiv ausgestattet ist. Ein 2,4" großer LCD-Monitor macht die Begutachtung der Aufnahmen komfortabel. Die FinePix A700 verfügt über vier Motivprogramme (Portrait, Landschaft, Sport und Nacht) und über einen 12 Megabyte großen internen Speicher. Videosequenzen können mit einer Geschwindigkeit von 10 Aufnahmen pro Sekunde einschließlich Ton aufgenommen werden. Die Kamera ist ab Oktober zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 189,- Euro verfügbar.

Bilder im Fotogeschäft

Für die Herstellung von Bildern im Fotogeschäft erweitert Fujifilm die Familie seiner erfolgreichen Frontier Minilabs um die zwei bereits angekündigten Modelle Frontier 500 und 590. Das Frontier 500 ist das bislang kleinste Familienmitglied und kommt mit



Die neue
Fujifilm FinePix S9600

Neu: FinePix S9600

Als Nachfolgemodell der FinePix S9500 stellt Fujifilm auf der photokina die neue FinePix S9600 vor. Die Kamera bietet ein Fujinon Objektiv mit 10,7fach optischem Zoom (= 28–300 mm im Kleinbild) und eine hohe Lichtempfindlichkeit von bis zu 1.600 ISO. Für die im Vergleich zum Vorgänger erhöhte Schärfe und Auflösung sorgen auch Verbesserungen bei den Bild-

verarbeitungs-Algorithmen. Der auf 2" vergrößerte LCD-Monitor bietet 235.000 Pixel und ist schwenkbar. Das Fujinon Objektiv arbeitet mit asphärischen Elementen. Der Bildausschnitt kann durch Drehung des Objektiv-Tubus präzise gesteuert werden. Für hochaufgelöste Bilder sorgt der 9-Megapixel Super CCD Sensor – da die Hyper Utility Software HS-V2 Version 3 bei dem neuen Modell integriert ist, können die Anwender sämtliche Mög-



Das digitale Minilab Frontier 500 kommt mit einer Stellfläche von 1,34 Quadratmetern aus.

einer Stellfläche von 1,34 Quadratmetern aus. Es bietet eine Kapazität von 800 9 x 13 cm Bildern pro Stunde und ermöglicht in Kombination mit dem Fujifilm Crystal Archive Papier Typ II und CP-49E Chemie eine Prozeßzeit von 3 Minuten und 44 Sekunden.

Für große Bildvolumen ist das neue Frontier 590 gedacht, denn es bietet eine Kapazität von 2.400 9 x 13 cm Bildern in der Stunde. Bei Einsatz des Fujifilm Crystal Archive Papiers Typ II und der CP-49E Chemie beträgt die Prozeßzeit für einen Auftrag von 24 9 x 13 cm Bildern nur noch 2 Minuten und 19 Sekunden.

Für alle Frontier Minilabs stellt Fujifilm die neue FE Software vor, die die Bedienung weiter vereinfacht. So stehen zum Beispiel durch die Verbindung des Digital Imaging Controllers mit dem Filmscanner die selben Funktionen sowohl für digitale Aufnahmen als auch für Bilder vom Film zur Verfügung. Zudem wurde die Kapazität zur Berechnung der Bilddaten deutlich erhöht, um mit den größeren Bilddateien moderner Digitalkameras Schritt zu halten. Die neue Version 5 von Image Intelligence bietet zudem erweiterte Bildverbesserungsmöglichkeiten wie beispielsweise Rote-Augen-Korrektur.

Zu den weiteren Neuheiten am Fujifilm Stand gehören auch neue Order-Terminals, die nicht nur zur Auftragsannahme für die Frontier Minilabs dienen, sondern in Ver-

bindung mit dem neuen ASK-2000 Thermo-Printer auch als Kiosk dienen können. Der neue Printer ist im Vergleich zum bewährten ASK-1500 deutlich schneller geworden und braucht für den Ausdruck eines 9 x 13 cm Prints nur noch acht Sekunden. Die neuen Papier- und Farbband-Rollen reichen jetzt für 600 Bilder – sie müssen also seltener ausgewechselt werden. Alle Wartungsarbeiten können bei dem neuen Drucker an der Frontseite des Gerätes ausgeführt werden.



Braucht für ein 9 x 13 cm Bild nur acht Sekunden: der neue ASK-2000 Thermo-Printer von Fujifilm.

Neue Filme

Auch beim klassischen Film stellt Fujifilm auf der photokina Neuheiten vor, für die sich besonders professionelle Fotografen interessieren werden. Der neue Provia 400X bietet dabei nicht nur extrem feines Korn, sondern auch nochmals verbesserte Farbwiedergabe, die durch den Einsatz neuer Coupler und Emulsionstechnologien erreicht wurde. Ebenfalls neu ist der Fujichrome T64 Professional, den Fujifilm speziell für den Einsatz bei Kunstlicht entwickelt hat und der den Fujichrome 64 II Professional ablöst. Das neue Material wurde besonders für Katalogaufnahmen, zum Beispiel von



Schmuck, Möbeln und Dekorationsartikeln, entwickelt und zeichnet sich durch besonderen Detailreichtum aus. Dabei sollen auch feinste Farbschattierungen präzise wiedergegeben werden. Zudem wurde das Schwarzschild-Verhalten verbessert, so daß bei Belichtungszeiten zwischen 1/125 und 2 Minuten keine Farbkorrekturen notwendig werden.

Neben den neuen Produkten wird Fujifilm auf seinem photokina Stand auch zukunftsweisende Technologien zeigen. Zudem werden wegweisende Arbeiten bekannter Profifotografen präsentiert, um die „Kultur der Fotografie“ auch durch echte Fotos zu demonstrieren.



Meine Digitalfotos von cewe.

**cewe auf der
photokina**

26.09.–01.10.2006 in Köln
Halle 10.2, Stand A070/C071

Täglich großes Messe-Gewinnspiel:
9 Formel-1-Wochenenden zu gewinnen!

ab
0,09 € *

* Empf. VK-Preis ab 100 Stück im Format 9 x 13 cm,
zzgl. Bearbeitungspauschale, inkl. PhotoIndex.

DIE CEWE HÄNDLERUNTERSTÜTZUNG. Unschlagbar günstig: Digitalfotos aus dem Großlabor – empf. VK-Preis schon ab 0,09 €! **Gewinnbringend:** neue Ideen für Ihre Kunden – von Fotobüchern bis Fotogeschenken **Innovativ:** individuelle Music-CDs und mehr **Abverkaufsstark:** die neue cewe POS-Ausstattung – perfekt für jede Geschäftsgröße **Umsatz steigernd:** einfache Bestellwege für Ihre Kunden **Professionell:** Ihr persönliches Internetportal von cewe

Fachlabore: Bad Schwartau, Berlin, Bordeaux, Bratislava, Budapest, Dresden, Eisenach,
Fabrègues (Montpellier), Freiburg, Grudziadz, Kedzierzyn-Kozle, Mönchengladbach, München,
Nürnberg, Oldenburg, Paris, Prag, Valence, Vern sur Seiche (Rennes), Warwick.

 **cewe**
einfach schöne Fotos

Uniross Hybrio – weltweit erstes Akku-/Batteriesystem

Uniross, Hersteller von aufladbaren Batterien und Ladegeräten, bringt unter dem Namen Hybrio eine vollkommen neuartige, bahnbrechende Akku-Technologie auf den Markt. Das erste Akku-/Batteriesystem der Welt vereint die Vorteile einer Alkali-Batterie mit denen eines NiMH-Akkus (Nikkel-Metallhydrid). Hybrio ist sofort einsatzbereit wie eine handelsübliche Batterie und kann sofort nach dem Erwerb ohne vorherige Aufladung benutzt werden. Darüber hinaus kann sie mit jedem handelsüblichen Ladegerät mehr als 500mal geladen werden. Hybrio eignet sich vor allem für Fernbedienungen, Radios, Wecker, Digitalkameras, MP3- und CD-Player etc. Außerdem ist die neue Akku-Batterie extrem entladungsresistent. Durch die minimale Selbstentladung der neuen



Akku-Generation stehen nach einem Jahr noch 85 Prozent der Energie zur Verfügung.

Hybrio gibt es in den Größen AA und AAA. Ferner sind zwei Ladegeräte mit zwei bzw. vier Hybrio-Batterien der Größe AA erhältlich. Mit Hybrio bietet Uniross dem Handel die Chance, den Kunden eine vollkommen neue, bahnbrechende Akku-Generation anzubieten und sich dadurch von den Mitbewerbern zu unterscheiden.

Darüber hinaus liefert Uniross ab sofort alle Akkus und Ladegeräte mit dem WWF-Logo aus. Dadurch kann der Handel seinen Kunden nicht nur ein konkurrenzloses Produkt offerieren, sondern auch eine umweltbewusste

Kundschaft ansprechen. Eine Studie belegt, daß 75 Prozent der Verbraucher Produkte mit einem Umweltzeichen bevorzugen. Die Verwendung des WWF-Logos basiert auf einer Lizenzpartnerschaft, die Uniross und die weltumspannende Naturschutzstiftung World Wide Fund (WWF) für eine Dauer von drei Jahren abgeschlossen haben. In dieser Zeit unterstützt Uniross den WWF bei der Finanzierung mehrerer Umweltinitiativen sowie der Öffentlichkeitsarbeit, die den Verbrauchern den ökologischen Vorteil wiederaufladbarer NiMH Akkus und Ladegeräte und das Thema Recycling gebrauchter Batterien und Akkus näherbringen sollen.

Uniross ist mit seinem breitgefächerten Sortiment ein starker Partner für den Handel. Das Produktportfolio bietet für nahezu jede Anwendung den richtigen Akkutyp. Auch bei den Ladegeräten und Adaptern steht eine große Auswahl an Universal-, Standard-, Spezial- und Schnell-Ladern zur Verfügung. Sogar für spezielle Batterie-

größen wie beispielsweise 123 CR und CR-3V gehören Akkus und Ladegeräte zum Angebot. In diesem Marktsegment liegt ein immens hohes Potential mit

einer hohen Rendite. Das Umsatzvolumen wird laut GfK mit 100 Millionen Euro beziffert. Jedes Jahr werden rund 2,7 Millionen Ladegeräte verkauft.

Bei der Präsentation der Akkus und Ladegeräte bietet Uniross dem Handel professionelle Hilfestellung. Aber auch bei der Platzierung, Sortimentsauswahl, Strukturierung der Blisterwand etc. hat der geschulte Außendienst für die unterschiedlichsten Anforderungen immer die richtige Lösung

parat. Zur Verkaufsunterstützung sind alle Produkte mit eindeutigen Pictogrammen versehen, die sowohl dem Kunden als auch dem Verkaufspersonal das Finden des richtigen Produkts erleichtern.

Weitere Informationen von: Uniross Batteries GmbH, Voltastraße 4, 62128 Dietzenbach, Telefon: 06074/40792-0, Telefax 06074/40792-20.



Avery Zweckform stellt neues Sortiment spezieller Bedruckstoffe für Farblaser-Drucker vor

Avery Zweckform hat ein neues Sortiment von Bedruckstoffen vorgestellt, das für die spezifischen Anforderungen von Farblaser-Druckern optimiert wurde. Sämtliche Colour-Laser-Produkte sind extrem hitzebeständig. Die besondere Oberflächenbeschaffenheit sorgt nach Angaben des Herstellers für einen reibungslosen Druckerdurchlauf, eine exzellente Druckqualität und hohe Haltbarkeit durch dauerhafte Tonerverankerung. Das Farblaser-Sortiment von Avery Zweckform besteht aus: Premium Colour Laser Photo Papiere (beidseitige, hochglänzende Premium-Spezialbeschichtung, Grammaturen 250 g, 200 g, 150 g und 130 g), Colour Laser Photo Papiere (beidseitig glänzend beschichtet, Grammaturen 200 g, 170 g, 120 g), Premium Colour Laser Papier (beidseitig extra glatt), Overhead-Folien (spezialbeschichtet), CD-Etiketten (SuperSize, hochglänzend), CD/DVD-Folien-Etiketten (SuperSize), Quick&Clean Visitenkarten (ultraweiß, satiniert), Adreßetiketten (verschiedene Formate und Packungsgrößen), Hochglanz-Etiketten (verschiedene Formate). Unter avery-zweckform.com können Verbraucher ein kostenloses Musterset anfordern. Auf der Homepage stehen zudem verschiedene Programme und formatierte Vorlagen zum kostenlosen Herunterladen bereit. Der Service-Guide Easy2Print führt in drei Schritten zur richtigen Software. Farblaser-Drucker und -Kopierer gehören laut Avery Zweckform in Deutschland zu den Geräten mit den höchsten Wachstumszahlen. So stiegen die Verkäufe den Angaben zufolge im vorigen Jahr um 57 Prozent – Tendenz weiter steigend. Parallel dazu nahm die Nachfrage nach Laserprinter-geeigneten Druckmaterialien zu.

RICOH



EINE NEUE LEGENDE ENTSTEHT: GR DIGITAL

GR DIGITAL



Wide **28mm**
GR lens

Effective
8.13
million pixels

2.5-inch large
LCD monitor

1.5cm macro

Starten Sie in eine neue Ära der Digitalfotografie – mit der neuen Ricoh GR Digital. Denn diese kompakte Digitalkamera erfüllt selbst die höchsten Ansprüche professioneller Fotografen. Ihr lichtstarkes GR Hochleistungsobjektiv 2,4/5,9 mm (entspricht 28 mm bei KB) und der innovative, speziell entwickelte digitale Bildprozessor überzeugen durch gestochen scharfe und farbtreue Digitalfotos. Gleichzeitig bietet Ihnen die große Weitwinkel-Perspektive des GR Objektivs mehr kreative Freiheit bei der Bildgestaltung. Und die hohe Auflösung von 8.13 Megapixel sorgt in jeder Aufnahmesituation für eine absolut kompromisslose Bildqualität.

RICOH EUROPE B.V. (PMMC EUROPE)
Oberrather Straße 6 · 40472 Düsseldorf
Telefon 02 11 65 46-0 · Telefax 02 11 65 46-308

www.ricohpmmc.com



Panasonic will Digitalkameras mit Unterhaltungselektronik kombinieren

„Der neue



Interview mit
Yoshiiku Miyata,
Geschäftsführer
der Panasonic
Marketing
Europe GmbH

Foto-Lifestyle“

Bereits im Sommer eröffnete Panasonic mit der Ankündigung von fünf neuen Lumix-Kompaktkameras den photokina-Neuheitenreigen. Zudem brachte das Unternehmen mit der Lumix L1 seine erste Spiegelreflexkamera auf den Markt. Auf der IFA in Berlin konzentrierte sich Panasonic dagegen auf die Flachbild-TVs der Viera-Linie und rückte zusammen mit dem ebenfalls in Berlin angekündigten Blu-ray Disk Spieler das hochauflösende Fernsehen in den Blickpunkt der Konsumenten und des Handels.

Auf der photokina wird zu sehen sein, wie sich diese beiden Welten verbinden lassen. Denn nachdem sich Panasonic in den letzten Jahren sozusagen in Rekordzeit zu einem führenden Hersteller von Digitalkameras entwickelt hat, will das Unternehmen weitere Akzente setzen, um Lumix langfristig zur Kameramarke Nummer eins zu machen. imaging+foto-contact hat mit Yoshiiku Miyata, Geschäftsführer der Panasonic Marketing Europe GmbH, über das Digitalkamera-Geschäft und seine zukünftigen Perspektiven gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Miyata, 2006 soll ein Meilenstein für Panasonic als Hersteller von Digitalkameras werden, denn in diesem Jahr wollen Sie weltweit einen Marktanteil von mindestens zehn Prozent erreichen. Wird das nach heutiger Einschätzung gelingen?

Yoshiiku Miyata: Wir sind zuversichtlich, daß das gelingt. Mit innovativen Produkten steigert Panasonic weltweit permanent seine Marktanteile, und Sie dürfen davon ausgehen, daß wir alle Anstrengungen unternehmen, um das für dieses Jahr gesteckte Ziel auch wirklich zu erreichen.

imaging+foto-contact: Wird das auch für Europa gelten?

Yoshiiku Miyata: Auch da bin ich zuversichtlich. Denn wir verzeichnen in Europa ein stetiges und gesundes Wachstum in Richtung der angepeilten Zehn-Prozent-Marke. In Deutschland und in Osteuropa haben wir dieses Ziel sogar schon erreicht, und in Frankreich stehen wir ganz kurz davor.

imaging+foto-contact: Sie sind also mit dem Geschäft in Deutschland zufrieden?

Yoshiiku Miyata: Ich bin sehr damit zufrieden, daß wir in Deutschland bereits im Juni dieses Jahres einen Marktanteil von zehn Prozent erzielt und damit die Vorreiterrolle unter den westeuropäischen Ländern übernommen haben. Dafür danke ich auch unseren Partnern im Fotohandel.

imaging+foto-contact: Worauf sind diese Erfolge Ihrer Meinung nach zurückzuführen?

Yoshiiku Miyata: Die Grundlage für ein erfolgreiches Digitalkamera-Geschäft sind natürlich gute Produkte. Unsere Lumix-Kameras zeichnen sich durch eine sehr hohe Qualität aus und bieten ihren Anwendern wichtige Vorteile, die sie von anderen Digitalkameras unterscheiden. So sind wir der einzige Hersteller, der alle Digitalkameras vom Einstiegermodell bis zur Superzoom-Klasse oder digitalen Spiegelreflex-

Kameras mit dem optischen Bildstabilisator OIS ausstattet. Jede unserer Kameras verfügt zudem über ein hochwertiges Leica-Objektiv, was uns natürlich besonders in Deutschland ein hohes Ansehen verschafft. Besonders beliebt sind auch unsere schlanken und kompakten Modelle, die mit einer kurzen Anfangsbrennweite von 28 mm echte Weitwinkel-Fotografie ermöglichen.

imaging+foto-contact: Mit der Lumix 1 ist Panasonic jetzt auch ins Spiegelreflex-Segment eingestiegen. Haben Sie in diesem Markt auch so ehrgeizige Ziele wie im Kompaktbereich?

Yoshiiku Miyata: Wir haben das Ziel, im Digitalkamera-Markt mit Lumix die Marke Nummer eins zu werden. Das bedeutet, sowohl bei den Kompaktkameras als auch im digitalen Spiegelreflex-Segment zu den wichtigen Anbietern zu gehören.

imaging+foto-contact: Warum haben Sie sich im SLR-Segment für das Four Thirds System entschieden?

Yoshiiku Miyata: Wir glauben, daß das Four Thirds System besonders aus drei Gründen anderen Spiegelreflex-Systemen überlegen ist:

1. Four Thirds wurde speziell für die digitale Spiegelreflex-Fotografie entwickelt – und ermöglicht darum die beste Bildqualität für D-SLRs ohne Kompromisse.
2. Four Thirds kommt dem Trend zu mobilen Produkten entgegen. Denn dieser Standard ermöglicht den Bau von besonders kompakten Objektiven und Kameragehäusen.
3. Four Thirds ist ein offener Standard. Deshalb können die Anwender Kameras und Objektive unterschiedlicher Hersteller miteinander kombinieren und haben so eine größere Auswahl.

imaging+foto-contact: Die Lumix 1 wurde im oberen Marktsegment positioniert. Wann kann der Fotohandel mit Modellen in populäreren Preisklassen von Panasonic rechnen?

Yoshiiku Miyata: Sie verstehen sicher, daß ich Ihnen dazu zur Zeit keine Details sagen kann. Ich habe ja unsere Ziele im Kameramarkt erwähnt, und deshalb können Sie sich sicher vorstellen, daß wir darüber nachdenken.

imaging+foto-contact: Panasonic ist bekanntlich ein führendes Unternehmen der



Im Herbst bringt Panasonic mit dem HDTV Foto-Player DMW-SDP1 ein Gerät auf den Markt, das es spielend einfach macht, Digitalfotos in voller HD-Auflösung auf einem entsprechenden Fernsehgerät anzusehen.

Consumer Electronics und gehört zu den Vorreitern des hochauflösenden Fernsehens. Sehen Sie hier Synergie-Effekte zwischen Unterhaltungselektronik und Digitalfotografie?

Yoshiiku Miyata: Wir glauben tatsächlich, durch die Kombination unserer Lumix-Digitalkameras und anderen audio-visuellen Produkten einen neuen Lifestyle schaffen zu können. Schon jetzt ist es möglich, mit unseren Kameras Bilder aufzunehmen und sie anschließend mit der Familie oder mit Freunden im Wohnzimmer auf einem Plasma-Bildschirm anzusehen und sie mit einem DVD-Recorder auf DVD abzuspeichern. In diesem Herbst bringen wir zudem den neuen HDTV Foto-Player DMW-STP1 auf den Markt und bieten so die Möglichkeit, Fotos in voller HD-

Qualität auf entsprechenden Plasma- oder LCD-Fernsehern anzuschauen. Ganz sicher werden wir auch in Zukunft an diesem Konzept arbeiten, das ich gerne als „Living room photography“, also Fotografie im Wohnzimmer, bezeichne.

imaging+foto-contact: Kommt dann für Sie auch der Fotohandel als potentieller Absatzkanal für Flachbild-Fernseher in Frage?

Yoshiiku Miyata: Das habe ja eigentlich nicht ich zu entscheiden, sondern das sollten die Fotohändler selber tun. Von unserer Seite aus werden wir jeden Fotohändler herzlich willkommen heißen, der Plasma- oder LCD-Fernsehergeräte verkaufen möchte.

imaging+foto-contact: Zum Schluß eine persönliche Frage: Mit welcher Kamera fotografiert Yoshiiku Miyata, und auf welche Weise schauen Sie die Bilder am liebsten an?

Yoshiiku Miyata: Ich benutze zur Zeit am liebsten eine Lumix LX2, denn sie ist mit ihrem 28–112 mm Objektiv hervorragend dazu geeignet, die wunderbare Landschaft in Deutschland im 16:9-Format zu fotografieren. Diese Bilder sehe ich mir dann am liebsten zusammen mit meiner Familie auf unserem Viera HD Plasma TV an.

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

Lumix LX2: 28 mm Anfangsbrennweite im 16:9-Format

Die Anfangsbrennweite von 28 mm im 16:9-Format und das 7,1 cm große Display, das ebenfalls das 16:9-Format darstellen kann, verleihen der Lumix LX2 eine Sonderstellung unter den aktuellen digitalen Kompaktkameras. Das Seitenverhältnis der Bilder läßt sich im Bedarfsfall mit einem Schiebeschalter auch ins klassische 3:2- oder ins übliche 4:3-Format ändern. Zudem gewährt sie durch ihre zahlreichen manuellen Kontrollmöglichkeiten mit Hilfe

des praktischen Joysticks mehr kreativen Freiraum als andere Kameras. Natürlich fehlen auch die Panasonic-typischen Ausstattungsmerkmale nicht: OIS-Bildstabilisator, Venus Engine III-Bildprozessor und das Dreifach-Zoomobjektiv Leica DC Vario-Elmarit 2,8–4,9/28–112 mm (entsprechend Kleinbild) sorgen im Zusammenspiel für stets hervorragende Bildqualität.

Auch hochauflösende Video-Aufnahmen im 16:9-Format (1.280 x 720) sind mit 15 B/s möglich, die am besten auf einem der neuen HDTV-fähigen Flachbildschirme zur Geltung kommen.



Tamron nimmt Megazoom 18–250 mm ins Programm

Tamron hat mit dem AF 3,5–6,3/18–250 mm F/XR Di II LD Aspherical (IF) Makro ein neues Hochleistungs-Standard-Zoomobjektiv vorgestellt, das ausschließlich für den Einsatz an digitalen Spiegelreflexkameras mit APS-C Sensorgröße vorgesehen ist und aufgrund seines Brennweitenumfangs nach Unternehmensangaben das vielseitigste Megazoom weltweit darstellt. Um zu verhindern, daß das 13,9x-Objektiv zu groß wird, wurde das Designkonzept auf der Basis des bereits im Markt befindlichen AF 3,5–6,3/18–200 mm F/XI Di II LD Aspherical (IF) Makro übernommen und die



Endbrennweite auf 250 mm verlängert. Das neue AF 18–250 mm bietet laut Tamron höchste Bildqualität und ist nur um 0,6 mm länger und im Durchmesser um 0,2 mm größer als das 18–200 mm. Bezogen auf das Kleinbildformat entspricht die Tele-Brennweite einem 388-mm-Objektiv. Im optischen System des neuen Objektivs wird je ein LD (Low Dispersion) Element und ein AD (Anomalous Dispersion) Element zur Korrektur der axialen

chromatischen Aberration verwendet. Zusätzlich sorgen zwei hybrid-asphärische Elemente für die Korrektur der sphärischen Aberration bei gleichzeitig ultra-kompakter Bauweise. Das neue Megazoom hat eine Naheinstellgrenze von 45 cm über den gesamten Brennweitenbereich und erreicht damit einen Abbildungsmaßstab von 1:3,5 bei einer Brennweite von 250 Millimetern.

Leaf stellt die neuen Aptus-S-Rückteile vor

Leaf, einer der führenden Anbieter im Bereich professionelle Fotografie und nach eigenen Angaben Entwickler der weltweit schnellsten digitalen Kamerarückteile, stellt auf der photokina erstmals seine Leaf Aptus S-Series vor. Die drei neuen Kamerarückteile Leaf Aptus 75S, Leaf Aptus 65S und Leaf Aptus 54S bieten laut Hersteller Rekordgeschwindigkeiten und unbegrenzte Serienbildraten. Die Kamerarückteile der Leaf Aptus S-Series liefern herausragende Aufnahmegeschwindigkeiten von 0,8 Sekunden pro Frame – oder bis zu 75 Frames pro Minute – mit unbegrenzten Serienbildraten. Das hochmoderne Design beinhaltet hochwertige, beschleunigte Bildverarbeitungshardware, darunter eine neue verlustfreie Bildkomprimierung, die speziell auf Rekordgeschwindigkeiten ausgerichtet ist. Leaf hat die Aufnahmegeschwindigkeit durch Verdopplung der CCD-Lesegeschwindigkeit bedeutend gesteigert und auch die Puffergröße verdoppelt, um unbegrenz-

te Serienbildraten zu unterstützen. Die neue S-Series sorgt für eine maximale Ausnutzung der neuesten Sandisk CompactFlash Extreme IV-Kartentechnologie für mobile Aufnahmen. Die Kamerarückteile unterstützen den aktuellen Firewire 800-Standard für eine Datenübertragung von bis zu 800 Mbit/Sek. und bieten eine Lichtempfindlichkeit von bis zu ISO 800. Leafs Präzisionstechnik garantiert eine reibungslose und leicht kontrollierbare Aufnahme und bietet Bilder, die



Leafs Engagement für beispiellose Qualität reflektieren. Leaf Aptus ist das weltweit erste und einzige Kamerarückteil mit einem integrierten, 6 x 7 cm großen Touchscreen-LCD-Monitor. Mit dieser Designinnovation können professionelle Fotografen intuitiv arbeiten und mit einer Berührung jeden Punkt des RAW-Bildes schnell bewerten. Das große Touchscreen-Display gewährleistet einfachen Zugriff auf eine Reihe essenzieller Funktionen und vordefinierter Einstellungen, die vor und während eines Foto-Shootings benötigt werden. Die Oberfläche kann in sechs Sprachen angezeigt werden, darunter Chinesisch und Japanisch.

„Unsere Strategie für die Entwicklung der neuen S-Series basiert sowohl auf Rückmeldungen unserer Kunden als auch auf einer intensiven Kommunikation mit unseren Usern und ist die direkte Reaktion auf deren Bedürfnisse und Wünsche“, kommentierte Dov Kalinski, General Manager von Leaf. „Die Leaf Aptus S-Series ist komplett auf die Bedürfnisse professioneller Fotografen ausgerichtet, die höhere Aufnahmegeschwindigkeiten und Serienbildraten brauchen.“

Die neue Leaf Aptus S-Series umfaßt zur Markteinführung drei Modelle mit unterschiedlichen Konfigurationen.

70 mm-Porträtobjektiv in Pentax' „Limited Edition“

Mit den Objektiven der „Limited Edition“ erhebt Pentax den Anspruch, absolute Spitzenoptiken für den Amateurmarkt anzubieten. Nach zwei besonders kompakten Objektiven mit einer Brennweite von 21 mm und 40 mm folgt jetzt das dritte Objektive dieser Serie: Das neue, mit 26 mm extrem flache und 130 Gramm leichte Pentax smc DA 2,4/70 mm Limited ergänzt das Pentax Objektivsortiment für die digitalen SLR-Kameras um eine Hochleistungsfestbrennweite für den Porträtbereich. Die Abbildungsleistung erreicht laut Aussage von Pentax aufgrund der hochwertigen Materialien und der Präzisions-Verarbeitung professionelles Niveau. Das Objektiv ist mit dem Pentax KAF-Bajonett ausgestattet und paßt an alle Pentax Digital SLR-Kameras. Es wurde mit sechs Elementen in fünf Gruppen gebaut und bietet einen Bildwinkel von 23 Grad (beim Einsatz an einer Pentax Digital SLR-Kamera). Durch das „Quick Shift Focus System“ kann der Fokus nach erfolgter Fokussierung auch beim 70-mm-Objektiv beliebig verändert werden, ohne die automatische Scharfeinstellung vorher auszuschalten. Das Pentax smc DA 2,4/70 mm Limited soll dem Handel ab Oktober zur Verfügung stehen.

Full Service

Mehr ***Kompetenz.***
Mehr ***Kunden.***

Mehr ***Umsatz.***

Leasing

Training

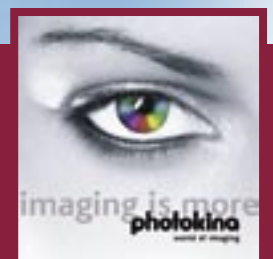
Service

Hotline

Marketing

NORITSU
Halle 10.2
Stand F10/H19

Kommen Sie uns besuchen...



Samsungs neue SLR

Aufstieg in die Bundesliga

Premiere in Köln

Auf der photokina stellt Samsung mit dem Topmodell GX10 seine dritte digitale Spiegelreflexkamera vor, die dieses Produktsegment nach oben hin abrundet. Dank der professionellen Ausstattung, dem robusten, wasserresistenten Metallgehäuse und der hochwertigen Verarbeitung des neuen Spitzenmodells, ist Samsung mit der GX10 der Sprung in die digitale Oberklasse gelungen.

Großen Wert hat das Unternehmen auf das Thema Bildqualität gelegt. So überzeugt die GX10 durch einen hochauflösenden 10,2-Megapixel-Sensor im APS-C-Format (23,5 x 15,7 mm) und eine maximale Bildgröße von 3.872 x 2.592 Pixeln. Die Bilddaten lassen sich als JPEG- oder RAW-Dateien speichern; wahlweise im Samsung-eigenen Roh- oder im universellen Adobe DNG-Format. Die RAW-Speicherung lässt

sich blitzschnell über eine spezielle Taste aktivieren. Die Datenspeicherung erfolgt auf SD-Karten. Darüber hinaus ist die Kamera mit dem neuen SDHC-Standard kompatibel.

OPS-Bildstabilisator

Zu den herausragenden Merkmalen der GX10 gehört zweifelsohne die optische Bildstabilisierung OPS (Optical Picture Stabilisation). Dabei gleicht

der beweglich gelagerte, von Sensoren gesteuerte CCD-Sensor in Sekundenbruchteilen die von Kamerabewegungen verursachten Verwacklungen aus.

Dem Staub keine Chance

Staub auf dem Sensor, der die Bildqualität nachteilig beeinflusst, ist bei SLR-Kameras ein leidiges Thema. Samsung beugt diesem Manko bei der GX10 mit dem „Dust-Free-System“ vor, das Staub bereits im Vorfeld eliminiert. Dazu wird die Sensoreinheit vor der Aufnahme innerhalb weniger Mikrosekunden bewegt und der Staub praktisch „abgeschüttelt“. Die so gelösten Staubpartikel werden dann von einem Klebestreifen im Kameragehäuse auf-



Mit der OPS-Taste (Bild links) lässt sich der kamerainterne Bildstabilisator und über das Menü (Bild Mitte) die Staubbefreiung aktivieren. Das Gehäuse ist mit speziellen Silikondichtungen ausgestattet, die die Kamera auch bei harten Outdoor-Einsätzen (Bild rechts) vor Staub und Wasser schützen.

gefangen und festgehalten. Außerdem verhindert eine Fluorid-Beschichtung, daß sich Staub und Schmutz auf der Sensoreinheit ablagern können.

Stichwort Staub und Schmutz: Die empfindliche Kamera-Elektronik wird durch ein stabiles, wasserresistentes Metallgehäuse wirkungsvoll vor äußeren Einflüssen geschützt. Darüber hinaus sind alle relevanten Stellen am Gehäuse mit Silikondichtungen versehen, die nicht nur ein Eindringen von Wasser, Staub und Sand verhindern, sondern auch vor Stößen schützen. Diese Maßnahmen machen die GX10 zur idealen Outdoor-Kamera.

Gute Ausstattung

Die GX10 überzeugt durch eine sehr gute Ausstattung, die dem Anwender eine Reihe automatischer und manueller Einstellmöglichkeiten bietet und die semi-professionelle Ausrichtung der Kamera unterstreicht. Dazu gehören unter anderem: 16-Zonen-Mehrfeldmessung mit Spot und mittentbetonter Integralmessung, zahlreiche Motiv- und Belichtungsprogramme, manuelle Belichtungskorrektur, auto-

matische Belichtungsreihen, 11-Punkt-Autofokussystem, integriertes Blitzgerät (Leitzahl 11) mit einem Ausleuchtwinkel für Objektive bis 28 mm Brennweite, ein breites Empfindlichkeitsspektrum von ISO 100 bis ISO 1.600, Serienaufnahmen mit 3 bzw. 12 Bildern pro Sekunde, Histogramm-Anzeige bei der Bildwiedergabe, digitale Filter und last but not least eine Abblendtaaste zur Kontrolle der Schärfentiefe. Zur Kontrolle der Einstellungen ist auf der Oberseite ein übersichtliches LC-Display vorhanden, das über alle wichtigen Aufnahmeparameter informiert.

Umfangreiches Zubehör

Die GX10 ist mit einem Pentax KAF-Bajonett ausgestattet, das den Anschluß einer Vielzahl Objektive ermöglicht. Gleichzeitig mit der GX10 erweitert Samsung auch sein Sortiment um fünf hochwertige Objektive von Schneider Kreuznach, die speziell für die anspruchsvolle digitale Fotografie konstruiert wurden: Fisheye-Zoom 3,5-4,5/10-17 mm ED, 4,0/16-45 mm ED, 4,0/12-24 mm ED, 2,8/100 mm Makro



und die lichtstarke Standardbrennweite 2,0/35 mm.

Ebenfalls neu im Angebot ist das leistungsstarke Blitzgerät SEF-54PFZ mit einer maximalen Leitzahl von 54 und der Möglichkeit zur drahtlosen Blitzsteuerung.

JOB

FOR YOUR BEST IMAGE



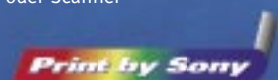
Digitale Foto-Finishing-Systeme von Sony

Wesentliche Vorzüge für den Fachhandel:

- extrem schneller Sofortprint: 10x15 in 7 Sek.
- hochfeine Auflösung in brillanten Farben: 334 dpi

Außerdem:

- USB Anschluss
- 80 GB Festplatte
- Microsoft Windows® XP embedded
- 15" TFT-LC Display
- Touchscreen-Funktion in XGA-Format
- Farbkorrektur
- Rote Augen Korrektur
- Benutzerfreundliche Bedienung
- Bluetooth optional
- Fotos in 9x13 – 15x20 cm möglich
- Input über Kartenleser, CD, DVD, USB-Stick oder Scanner





Leica bringt zur photokina
die erste digitale
M Meßsucherkamera

Eine echte Leica



Die digitale Leica M8 ist in Schwarz oder Silberfarben erhältlich.

Die Vorstellung der ersten Digitalkamera im Leica M Meßsucher-System, der Leica M8, steht im Mittelpunkt des photokina Auftritts der Leica Camera AG. Mit der Vorstellung neuer digitaler Kompaktkameras und der digitalen Spiegelreflex D-Lux 3 unterstreicht der legendäre deutsche Kamera-Hersteller zusätzlich seinen Anspruch, dem großen Namen auch im Digitalzeitalter gerecht zu werden.

Zwar ist die Leica M8 mit einem speziell entwickelten 10,3 Megapixel Sensor und weiteren interessanten technischen Details ausgestattet, der Hersteller möchte diese Features aber nicht überbewerten: „Im Zentrum steht die Aussage: Es ist eine reinrassige Leica M Kamera mit allen gewohnten Charakter-Eigenschaften des Systems“, betonte Stefan Daniel, Leiter Produktmanagement der Leica Camera AG, vor der Presse. „Der einzige zen-

trale Unterschied zu den bestehenden Kameramodellen ist, daß sie keinen Film verwendet, sondern digitale Aufnahmen macht.“ Mit höchster mechanischer, optischer und eben auch digitaler Präzision soll sie so als Plattform für das handwerkliche Können des Fotografen dienen und ihre Stärken vor allem in der Reportage-Fotografie, bei Available-Light-Aufnahmen und überhaupt in der diskreten, künstlerisch ästhetischen Bildgestaltung ausspielen.

„Man vergißt, daß es eine digitale Kamera ist“

So kommentierte einer der wenigen Fotografen, die die neue M8 bereits testen durften, die digitale Leica. Um das zu erreichen, mußten neue technische Lösungen gefunden werden. Die härteste Nuß, die die Leica Ingenieure dabei zu knacken hatten, war die Feinabstimmung zwischen dem gemeinsam mit Kodak ISS entwickelten Shift-LCD-Bildsensor und den Besonderheiten des Leica M Systems. Die typische kompakte und flache Bauform einer Meßsucher-Kamera führt nämlich dazu, daß die Lichtstrahlen besonders in den Ecken in einem flacheren Winkel auf den Sensor fallen als zum Beispiel bei einer Spiegelreflex-Kamera, bei der das Licht zunächst den Weg durch den Spiegelkasten nimmt. Beim Film macht es nichts aus, in welchem Winkel die Lichtstrahlen auf die lichtempfindliche Oberfläche treffen. Digitale Sensoren dagegen verarbeiten die optischen Informationen nur fehlerfrei, wenn das Licht möglichst im rechten Winkel auf den

Sensor fällt. Ein flacher Einfallswinkel führt dagegen zu Abschattungen, Farbfehlern und Detailverlusten.

Gemeinsam mit der Kodak Sensor-sparte ISS löste Leica dieses Problem, indem die auf jedem Pixel sitzenden Mikrolinsen besonders in den Randbereichen in der Bildachse verschoben wurden, um den schrägen Einfallswinkel des Lichtes zu kompensieren. Zudem wird bei dem Chip ein besonders dünnes Deckglas eingesetzt und damit die unerwünschte Lichtbrechung reduziert. Ganz verzichtet wurde auf einen Moiré-Filter, der nach Ansicht der Leica Spezialisten immer einen Schärfe- und Detailverlust mit sich bringt. Störende Moirés werden in der Bildverarbeitung der Kamera herausgerechnet.



Aufgeräumt: die Rückseite der Leica M8 mit dem 2,0"-TFT-Display.

Um das für Leica typische Qualitätsniveau gewährleisten zu können, haben sich die Entwickler der M8 zudem für ein Chip-Format entschieden, das mit einer Aufnahmefläche von 18 x 27 mm kleiner ist als das Leica-typische Kleinbildformat 24 x 36 mm. Daraus ergibt sich ein Verlängerungsfaktor der

Brennweite von 1,33. Damit haben die Anwender der M8 nach Ansicht von Leica großen kreativen Freiraum durch die Ausnutzung selektiver Bildschärfe bei offener Blende. Dieser Vorteil kann durch den elektronisch gesteuerten Metall-Lamellen-Schlitzverschluss mit einer kürzesten Belichtungszeit von 1/8.000 Sekunde selbst in sehr heller Umgebung genutzt werden. Die kurze Blitz-Synchronzeit von 1/250 Sekunde macht auch Tageslicht-Blitzaufnahmen mit selektiver Schärfe möglich.

Umgekehrt bietet der ausgesprochen rauscharme CCD-Bildsensor mit einer Grundempfindlichkeit von ISO 160 eine maximale Empfindlichkeit von ISO 2500 – und damit die Voraussetzung für die Leica M-typische Available-Light-Fotografie. Das Tonwert-histogramm im 2,5“ großen Monitor (230.000 Pixel) erlaubt die Belichtungs-kontrolle selbst feinsten Motivdetails, denn es kann für jede Ausschnitt-vergrößerung abgerufen werden.

Neue Blitztechnik

Bei der Leica M8 kommt erstmals die M-TTL-Blitztechnologie zum Einsatz. Dabei wird vor der eigentlichen Belichtung ein Vorblitz ausgesandt; die Kamera ermittelt dann durch TTL-Messung des vom Motiv reflektierten Lichts die Leistung für den Hauptblitz. Dabei wird das Blitzlicht zum vorhandenen Licht sozusagen „addiert“ – auf diese Weise bleibt auch bei Blitzaufnahmen die natürliche Lichtstimmung weitgehend erhalten. Mit der „Auto Slow Sync“-Funktion kann die Zeitautomatik auch zusammen mit dem Blitz eingesetzt werden.

Professionelle Ausstattung

Die digitale Leica M8 ist intuitiv zu bedienen, denn bei der Einstellung von Blendenzeit und Schärfe-Ebene haben sich die Ingenieure auf das Wesentliche beschränkt. Die Schärfe-Einstellung kann durch den hellen und kontrastreichen Sucher schnell und exakt durchgeführt werden – und die kaum wahrnehmbare Auslöseverzögerung macht auch die digitale M-Kamera zu einer der schnellsten der Welt. Mit dem Bildfeldwähler kann der Fotograf die Bildwirkung einer anderen Brennweite simulieren, ohne das Objek-

Neue Kompaktkameras

Mit 12fach-Zoomobjektiv: die Leica V-Lux 1.



Auch im Segment der kompakten Digital-kameras stellt Leica auf der photokina Neuheiten vor. Mit der Leica V-Lux 1 fügt das Unternehmen seinem Angebot in diesem Bereich eine weitere Produktkategorie hinzu.

Die neue Kamera mit zehn Megapixeln ist mit einem Leica DC Vario-Elmarit 1:2,8–3,7/7,4–88,8 mm ASPH Objektiv ausgestattet, das einen 12fach-Zoombereich von 35–420 mm (Kleinbild-äquivalent) bietet. Ein optischer Bildstabilisator verringert dabei die Verwacklungsgefahr. Die Bildkontrolle erfolgt über ein schwenkbares 2,0“-TFT-Farbdisplay mit 207.000 Pixeln; zusätzlich gibt es einen elektronischen Sucher mit derselben Auflösung. Die Leica V-Lux 1 ist ab Oktober lieferbar, der UVP beträgt 799 Euro. Zum Lieferumfang gehören Trageriemen, Gegenlichtblende, 512 MB SD-Karte, Ladegerät, Lithium-Ionen-Akku, AV- und USB-Kabel sowie ein umfangreiches Software-Paket.

In der Leica D-Lux Klasse stellt das Unternehmen zur photokina die D-Lux 3 vor. Sie bietet zehn Megapixel und ein 4fach-Zoomobjektiv (Leica DC Vario-Elmarit 1:2,8–4,9/6,3–25,2 ASPH), dessen Brennweitenbereich 28–112 mm im Kleinbildformat entspricht. Auch diese Kamera ist mit einem optischen Bildstabilisator ausgestattet. Der Anwender hat die Wahl zwischen drei Bildformaten (16:9, 3:2 und 4:3) in unterschiedlicher Auflösung. Das 2,8“ große TFT-Farbdisplay mit 207.000 Pixeln kann auch ein Foto im 16:9 Format wiedergeben. Liefertermin: ab Oktober; UVP: 599 Euro.

Kompakt mit vielen kreativen Möglichkeiten: die Leica D-Lux 3.



tiv zu wechseln, indem er den entsprechenden Sucherrahmen einspiegelt. Wie beim M-System gewohnt, sind dabei der exakte Bild-Ausschnitt und die Umgebung des Motivs zu sehen. Herzstück der Bedienung der digitalen Funktionen ist die Kreuztasten-Drehrad-Kombination, mit der die wichtigsten Einstellungen wie Sensor-Empfindlichkeit, Belichtungskorrektur, Weißabgleich, Datenkompression und Bildauflösung schnell gesteuert werden können. Für häufig verwendete Kombinationen gibt es drei individuell belegbare Profil-Speicherplätze. Die Leica M8 bietet die Wahl zwischen den Farbraumvarianten ECI RGB, Adobe RGB und sRGB. Die Daten werden im Adobe Digital Negativ (DNG) Format gespeichert und mit

speziellen Algorithmen, die Leica gemeinsam mit dem dänischen Hersteller Phase One entwickelt hat, verarbeitet. „Die Entwicklung selbst feinsten Tonwertabstufungen aus dem vom CCD-Sensor gelieferten 16 Bit Bild ist vergleichbar mit der Bildqualität einer professionellen Kombination aus Film und Fachlabor-Entwicklung“, stellt Leica dazu in einer Pressemitteilung fest. Mit Hilfe der mitgelieferten Leica Digital Capture Software kann die Kamera über eine USB-Verbindung auch von einem Computer aus bedient werden. Die Bilddaten werden dann direkt auf der Festplatte gespeichert.

Erstklassiges Material

Die digitale Leica M8 wurde konsequent für den dauerhaften professio-

nellen Einsatz konzipiert. Die robuste Deckkappe und der solide Bodendeckel werden aus massiven Messingblöcken gefertigt. Die Montage und Justage der Kamera sowie die Kontrolle aller mechanischen und elektronischen Details erfolgt in Handarbeit im Leica Werk Solms. Mit ihren kompakten Abmessungen von 138,6 x 80,2 x 36,9 mm übernimmt die Leica M8 fast genau die Maße der M7 und gleicht dem analogen Modell bis auf das Fehlen von Aufzugshebel und Rückspulknopf in der Vorderansicht fast aufs Haar.

Neue Objektive

Die Leica M8 kann mit nahezu allen Objektiven aus dem Leica M Programm seit 1954 verwendet werden. Denn



Seit dem 1. Juli dieses Jahres sind alle Leica M Objektive mit dem 6 Bit Code ausgestattet.

durch ihre hohe Präzision in Mechanik und Optik sind die Leica M Objektive nach Angaben des Unternehmens auch für digitale Anwendungen hervorragend geeignet. Dabei erkennt die Kamera mit Hilfe der neuen 6 Bit Kodierung am Bajonettring den ver-

wendeten Objektivtyp und nutzt diese Information für zusätzliche Bildverbesserungen wie den Ausgleich der künstlichen Vignettierung. Zudem wird der Objektivtyp in der Exif-Bilddatei gespeichert. Alle seit dem 1. Juli dieses Jahres von Leica gelieferten Objektive verfügen über die neue Kodierung; für ältere Objektive bietet Leica eine Nachrüstung an.

Zur Markteinführung der M8 wird auch das Objektivprogramm erweitert. So führt Leica mit dem Elmarit-M 1:2,8/28 mm ASPH ein besonders kompaktes Weitwinkelobjektiv ein, das an der neuen Digitalkamera mit einer Äquivalenzbrennweite von 35 mm als Standardobjektiv eingesetzt werden kann.

Digitale Systemkamera im Four Thirds Standard



Erste rein digitale Spiegelreflex-Systemkamera von Leica: die Digilux 3 im Four Thirds Standard.

Mit der Leica Digilux 3 stellt die Leica Camera AG auf der photokina die erste rein digitale Leica Spiegelreflex-Systemkamera vor. Das Bajonett entspricht dem Four Thirds Standard, der auch den Einsatz von Objektiven anderer Hersteller erlaubt. Von Leica gibt es dazu das Leica D Vario-

Elmarit 2,8-3,5/14-50 mm ASPH, dessen Brennweitenbereich 28-100 mm im Kleinbildformat entspricht. Es ist mit optischem Bildstabilisator ausgestattet.

Ein Merkmal der Leica Digilux 3 ist ihre klare Gestaltung, für die der Berliner Designer Professor Achim Heine verantwortlich zeichnet. Traditionelle Bedienelemente wie ein Zeitenring auf der Kamera und manuelle Einstellringe für Blende, Zoom und Fokussierung am Objektiv lassen Erinnerungen an die analoge Fotografie aufkommen.

Die Bildaufzeichnung erfolgt über einen 7,5 Megapixel LiveMOS-Sensor mit Livebild-Funktion, der zum Schutz vor Schmutz und Staubpartikeln mit einem Ultraschall-Schutzfilter ausgestattet ist. Das 2,5" große TFT-LC-Display hat eine Auflösung von 207.000 Pixeln. Die digitale SLR ist ab Oktober lieferbar; der UVP beträgt 2.499 Euro. Zum Lieferumfang gehören das Leica 14-50 mm Objektiv, eine 1 GB SD-Karte, Netz-/Akku und ein umfangreiches Software-Paket.

Als Zubehör sind ein Ersatz-Akku, eine sportliche, widerstandsfähige Neopren-Tasche sowie eine Billingham-Kombitasche erhältlich.



Das neue Leica Tri-Elmar Objektiv bietet die Weitwinkel-Brennweiten 16, 18 und 21 mm – das bedeutet beim Einsatz an der M8 21, 24 und 28 mm.

Um auch den extremen Weitwinkelbereich für die Digitalfotografie zu erschließen, hat Leica ein weiteres Tri-Elmar entwickelt. Bei diesem Objektiv-Typ kann der Anwender zwischen drei festen Brennweiten wählen – bei der neuen Linse zwischen 16, 18 und 21 mm bei einer Lichtstärke von f1,4. Das bedeutet für den Einsatz an der M8 Brennweiten von 21, 24 und 28 mm. Passend zu dem neuen Tri-Elmar gibt es einen Universal-Weitwinkel-Sucher, der die korrekten Bildausschnitte sowohl für die analogen M-Modelle als auch für die M8 anzeigt.

Die Leica M8 wird ab Ende November 2006 an die Leica Fachhandelspartner ausgeliefert. Die unverbindliche Preisempfehlung für Deutschland beträgt 4.195 Euro.

Jetzt Bestseller bestellen!

Diese beiden Kameras werden ohne Zweifel zu den Highlights der photokina gehören: Die Olympus E-400, die in ihrem ultrakompakten Gehäuse alle Funktionen beherbergt, die der Einsteiger in die Spiegelreflex-Fotografie braucht, und die wetterfeste Olympus μ 750, die mit einer Fülle von Motivprogrammen und Bildverbesserungssoftware für ausgezeichnete Bilderergebnisse von Anfang an sorgt. Und die Olympus Express-Station ist der Umsatzbringer in Ihrem Bildergeschäft.



Olympus μ 750

- 7,1 Millionen Pixel
- großes 6,4-cm-Display mit 215.00 Pixeln
- Fünffach-Zoom 35–180 mm
- zusätzlich 5,6 fache Digitalzoomfunktion (28fach in Kombination mit dem optischen Zoom)
- 23 Motivprogramme
- Vielfältige Bildbearbeitungsmöglichkeiten
- automatische Bildverbesserung durch TruePic TURBO, Rauschunterdrückung, Pixel Mapping
- Mechanischer Bildstabilisator und Verwacklungsreduktion mit ISO 1.600
- wetterfestes Gehäuse



Olympus E-400

- die kleinste Kamera des 4/3-Standards (129,5 x 91 x 53 mm)
- großer CCD-Sensor (17,3 x 13 mm) mit 10,8 Millionen Pixeln
- großes Display (6,4 cm/215.000 Pixel) mit siebenstufiger Helligkeitskorrektur
- manuelle Belichtungseinstellung, vier Automatik-, 19 Motivprogramme, sieben Kreativmodi
- eingebauter Blitz
- Bildspeicherung als JPEG- und/oder RAW-Daten
- Serienbilder, auch im RAW-Modus
- zahlreiche Bildbearbeitungs- und wiedergabemöglichkeiten
- umfangreiches Zubehör im Lieferumfang enthalten

Olympus Picture Express

- Sofortbilder von Digitalkameras und Fotohandys
- Einfache Bedienung dank Touch Screen
- Nur 10 Sekunden je Foto
- 3-Jahres-Premium-Service inklusive
- Kennzeichnung mit eigenem Firmenlogo
- Niedrige Investitionskosten – schnelle Rendite



Hansephot

Photo-Großhandel GmbH

Mecklenburger Str. 5 18184 Broderstorf/OT Neuendorf

Telefon: 038204-6860 Telefax: 038204-68690 E-Mail: info@hansephot.de

**Canon legt bei photokina
Neuheiten nach**

**3x IXUS,
1x PowerShot**



Neu: DIGIC III Bildprozessor
Neu: Gesichtserkennung
Neu: Titan-Gehäuse

Eine Design-Ikone wird zehn Jahre alt: 1996 kam die erste Canon IXUS auf den Markt – und eröffnete damit das Zeitalter, in dem auch eine Kamera zum Lifestyle-Accessoire werden konnte. Zur photokina setzt Canon die Erfolgsgeschichte der längst digital gewordenen Kultkamera mit drei neuen Modellen fort. Dazu kommt noch die neue PowerShot G7 für ambitionierte Amateure.



Für die erste IXUS war der damals ungewöhnliche Werkstoff Edelstahl die Grundlage des außergewöhnlichen Designs. Zehn Jahre später kommt das neue Spitzenmodell Digital IXUS 900 Ti in einem edel-matten Titanbody auf den Markt.



Zehn Megapixel Titan: Digital IXUS 900 Ti

Das neue Spitzenmodell der IXUS Familie heißt Digital IXUS 900 Ti und kommt zum zehnjährigen Jubiläum sozusagen im Haute-Couture-Gewand daher: Das edle matte Gehäuse des eleganten Handschmeichlers ist nämlich aus Titan – einem Metall, das härter ist als Stahl, aber leichter und robuster. Gewöhnlich kommt es in hochpräzisen Anwendungsbereichen wie der Weltraum-Technik oder in der Medizin zum Einsatz; auch Schmuckdesigner nutzen seine Eigenschaften gern. Und Canon machte jetzt daraus eine Kamera, die nicht nur äußerlich nach modernster Technik aussieht, sondern diese auch in ihrem Innenleben verkörpert.

Der 1/1,8-Zoll-CCD bietet eine Auflösung von zehn Megapixeln und ermöglicht so hohen Detailreichtum und Ausdrücke im Posterformat. Dazu passend hat Canon beim 3fach-Zoomobjektiv mit einer Lichtstärke von 1:2,8–4,9 und einer Brennweite von 37–111 mm (Kleinbild-äquivalent) für höchste Präzision gesorgt: Unter den sieben Linsen in fünf Gruppen befinden sich zwei asphärische Elemente. →

Die Legende lebt Immer wieder IXUS

Als vor zehn Jahren die erste IXUS vorgestellt wurde, war sie eine Sensation – und zwar gewiß nicht wegen der Eigenschaften des Advanced Photo Systems, dem sie dennoch vorübergehend zu einer halbwegs akzeptablen Existenz verhalf. Nie zuvor war eine Kamera aufgrund ihres Designs zum Lifestyle-Accessoire geworden, um nicht das abgedroschene Wort „Kult-Objekt“ zu bemühen.

Das Geniale des IXUS-Entwurfs liegt in seiner Einfachheit: Wohl jeder, der mit einem Bleistift eine Kamera auf einem Stück Papier skizzieren soll, zeichnet als einfachste Figur ein Viereck mit einem Kreis darin. Genau das ist das Gesicht der IXUS, und zwar bis heute: Box and Circle – Kasten und Kreis.

Hinzu kam eine damals für unmöglich gehaltene Kompaktheit – die war tatsächlich dem Advanced Photo System zu verdanken – und ein für den Kamerabau mehr als ungewöhnliches Material: Edelstahl. Daß die IXUS dabei auch noch intuitiv zu bedienen war, fiel gar nicht weiter auf – Form und Funktion gaben sich in ganz selbstverständlicher Weise die Hand. Im Laufe der nächsten zehn Jahre brachte Canon 40 IXUS Modelle auf den Markt – die meisten davon digitale. Erhalten blieb das typische „Box and Circle Design“ bis heute, und auch die neusten IXUS Kameras zeichnen sich durch eine beeindruckende Schlichtheit und Funktionalität des Entwurfs aus.

Nicht ohne Stolz erinnerte Mogens Jensen, Leiter Canon Consumer Imaging Europe, auf einem festlichen Event in London daran, daß von der Design-Ikone Vespa 17 Millionen, vom Volkswagen 22 Millionen,



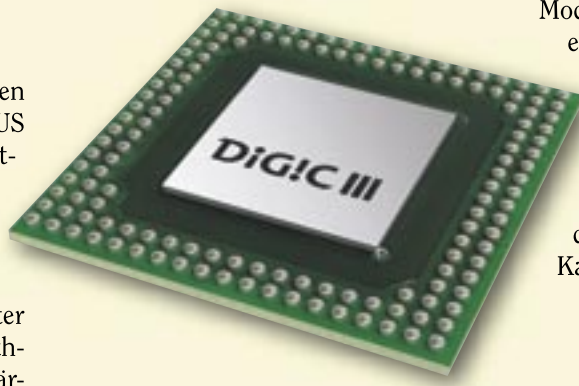
Sie definierte 1996 das Kamera-Design neu: die Ur-IXUS.

von der IXUS bisher aber 33 Millionen Stück verkauft worden sind.

Auf den Zehn-Jahres-Zeitraum gesehen bedeutet das: Alle zehn Sekunden ging irgendwo auf der Welt eine IXUS über den Ladentisch. Und die Geschichte ist ja bekanntlich noch längst nicht zu Ende.

Schnellrechner: der DIGIC III Bildprozessor

Zur schnellen Verarbeitung der vielen Bilddaten kommt bei der Digital IXUS 900 Ti der von Canon ganz neu entwickelte DIGIC III Bildprozessor zum Einsatz, der sich im Vergleich zum DIGIC II durch eine deutlich höhere Rechenleistung auszeichnet. Das ermöglicht unter anderem den Einsatz neuer Algorithmen, um das Bildrauschen noch stärker als bisher zu unterdrücken, ohne dabei Bilddetails einzubüßen. Dadurch wird eine maximale Empfindlichkeit von ISO 1.600 (mit dem Special-Scene-



Ermöglicht mit hoher Rechenleistung hohe Empfindlichkeiten, bessere Rauschunterdrückung und neue Funktionen wie die automatische Gesichtserkennung: der neue DIGIC III Bildprozessor von Canon.

Modus können sogar 3.200 ISO bei einer Auflösung von 2,0 Megapixeln aktiviert werden) möglich – und für die Bewältigung der hohen Datenmengen verfügt die Kamera über DDR-SDRAM-Speichermodule, wie sie auch in den Canon EOS Spiegelreflex-Kameras zum Einsatz kommen.

Automatische Gesichtserkennung

Die hohe Rechenleistung des DIGIC III Prozessors ist auch die Voraussetzung für die Funktion zur automatischen Gesichtserkennung, mit der die Digital

Hundert Modegrößen fotografierten mit der IXUS

„The Other Side of Fashion“

Zum zehnjährigen Geburtstag der IXUS konnte Canon Europa 100 Größen der internationalen Modeszene dafür gewinnen, ihren ganz persönlichen Blick auf die Glitzerwelt des Laufsteiges mit der Kamera einzufangen. Die eindrucksvollsten Bilder zeigt Canon in einer Reihe von Ausstellungen unter dem Titel „The Other Side of Fashion“ in London, Paris und Mailand.

Zur Eröffnungsveranstaltung im Rahmen der Londoner Fashion Week konnten führende Vertreter von Canon Europa, darunter der Präsident der Canon Europa NV, Hajime Tsuruoka, und der Europa-Chef von Canon Consumer Imaging, Mogens Jensen, zahlreiche Prominente aus dem Mode-Business begrüßen. Im Rahmen dieses Lifestyle-Events wurde eine Auswahl der besten Fotos versteigert – und eine der zehn mit Diamanten besetzten IXUS Kameras, die Canon zum Jubiläum von einem prominenten Schmuckdesigner herstellen ließ.

Als Sponsor der Fashion Weeks in London, Paris und Mailand konnte Canon unter anderem Donatella Versace, Christian Lacroix, Helena Christensen, Manolo Blahnik, Domenico Dolce, Stefano Gabbana, Franziska Knappe und Dita von Teese als Fotografen gewinnen. The Other Side of Fashion setzt die erfolgreiche Reihe von Fotoaktionen mit Prominenten fort, die Canon in den letzten Jahren zugunsten des Roten Kreuzes ins Leben gerufen hat. Vorherige Projekte zeigten Bilder von Fußballstars (Other Side of Football, 2005) sowie Schauspielern und Künstlern (On The Other Side of the Lens, 2003).

Auch die Versteigerungserlöse „On The Other Side of Fashion“ kamen wieder dem Roten Kreuz zugute. Die Ausstellung „The Other Side of Fashion“ gastierte vom 16. bis 30. September im Selfridges Department Store in London. Vom 21. September bis 26. September wurde die Präsentation im Palazzo Reale in Mailand gezeigt, und noch bis zum 14. Oktober 2006 sind die Bilder in den Galleries Lafayette in Paris zu sehen. Auch ein Bildband unter demselben Titel ist inzwischen erhältlich.



IXUS 900 Ti bis zu neun Gesichter in einem Bildausschnitt erkennen und automatisch für die korrekte Scharfstellung und Belichtung bei Portraits und Gruppenaufnahmen sorgen kann. Das geschieht nach Angaben von Canon in der gleichen hohen Geschwindigkeit, mit der auch der 9-Punkt-AiAF arbeitet. Wenn keine Gesichter im Motiv erkannt werden oder diese nur „Beiwerk“ zum Hauptmotiv sind, wechselt die Kamera automatisch zur konventionellen Scharfstellung zurück.

Umfassende Ausstattung

Mit 18 Aufnahmeprogrammen und 11 Special-Scene-Modi ist die Digital IXUS 900 Ti für nahezu alle Fotosituationen und auch für fotografische Spezialfälle gerüstet. Dazu gehören beispielsweise Nachtaufnahmen, Strand, Schnee und Feuerwerk. Neu ist der Aquarium-Modus für Aufnahmen durch die Glasscheibe eines Aquariums hindurch.

Der Movie-Modus erlaubt die Aufnahme von Videosequenzen im VGA-Modus mit bis zu 30 Bildern pro Sekunde und im hochauflösenden XGA-Modus mit 15 Bildern pro Sekunde.

Zudem verfügt das neue IXUS Spitzenmodell über die bereits aus anderen Canon Kompaktkameras bekannten My-Colors-Funktion und die Safety-Zoom-Funktion: Hier kann der Fotograf vor der Aufnahme eine Mindestauflösung festlegen und damit den Digitalzoom nutzen, ohne Gefahr zu laufen, daß die Bilddaten digital interpoliert werden. Besonders wegen der hohen Auflösung von zehn Megapixeln bedeutet das eine außergewöhnliche Flexibilität.

Das 2,5“ große LC-Display ist in 15 Helligkeitsstufen einstellbar und bietet eine Auflösung von 230.000 Bildpunkten. Zur Bildbeurteilung gibt es ein neues „Image-Inspection-Tool“: Es zeigt neben dem Gesamtbild einen vergrößerten Ausschnitt des Autofokus-Meßfeldes an und ermöglicht so die Beurteilung wichtiger Bilddetails. Um verschiedene Bereiche im Motiv zu überprüfen, kann dieser Ausschnitt verschoben werden. Zur Darstellung der Bildbegrenzungen bei typischen Druckformaten wie 10 x 15 cm gibt es eine Ausschnitt-Maske im Seiten-



Viel Technik im eleganten Gehäuse bietet die neue Digital IXUS 850 IS.

format 3:2, die den Ausdruck des später gedruckten Bildes zeigt.

Mit einer neuen Menüstruktur und dem ebenfalls neuen Touch-Contol-Bedienrad, das ähnlich wie bei den EOS Spiegelreflex-Kameras funktioniert, können die umfangreichen Funktionen der Kamera leicht kontrolliert werden. Zur Freude aller traditionell denkenden Fotografen ist die Digital IXUS 900 Ti auch mit einem optischen Zoom-Sucher ausgestattet. Für Ordnung in der Bilderflut sorgt die neue „My-Category“-Funktion: Damit indiziert und sortiert die Kamera auf Wunsch automatisch die Bilder in verschiedene Kategorien wie Menschen, Landschaft oder Ereignis, je nachdem, welche Aufnahme-Einstellung benutzt wurde. Die Zuordnung der Fotos kann auch manuell vorgenommen werden. Die „My-Category“-Funktion wird auch von der im Lieferumfang enthaltenen ZoomBrowser-Software unterstützt.

Die Digital IXUS 900 Ti ist voll kompatibel zum PictBridge-Standard für das Drucken ohne PC und verfügt über den praktischen Print-und-Share-Button. Neben SD- und MMC-Karten kön-

nen auch die neuen SDHC-Speicherkarten verwendet werden. Zum Lieferumfang gehören Lithium-Ionen-Akku Ladegerät, Anschlußkabel für USB und

Video, eine 32-MB-SD-Speicherkarte sowie ein umfassendes Software-Paket für Windows und Mac. Als Zubehör sind unter anderem das Unterwassergehäuse WP-DC7, der HighPower-Flash HF-DC1 und die Weichleder-tasche DCC-70 erhältlich. Die Digital IXUS 900 Ti ist ab sofort lieferbar. Der UVP beträgt 499,- Euro.

Mit Weitwinkel-Zoom: Canon Digital IXUS 850 IS

Das edelste Teil der neuen Digital IXUS 850 IS ist ohne Zweifel das Objektiv: Es bietet bei einer Lichtstärke von 1:2,8–5,8 einen 3,8fachen Zoombereich von 28–105 mm (Kleinbild-äquivalent) und damit eine echte Weitwinkel-Funktion. Zudem reduziert der optische Bildstabilisator die Verwacklungsgefahr deutlich. Der 1/2,5-Zoll-CCD Bildsensor hat eine Auflösung von 7,1 Megapixeln.

Auch die Digital IXUS 850 IS ist mit dem neuen DIGIC III Bildprozessor ausgestattet und bietet ebenso wie die 900 Ti verbesserte Rauschunterdrückung, eine maximale Empfindlichkeit



Modisches Accessoire mit hoher Fotoleistung: die ultrakompakte Canon Digital IXUS i7 zoom, die es in den Farbvarianten denimblue und stahlgrau gibt.



von ISO 1.600 und automatische Gesichtserkennung. Dazu kommen Safety-Zoom-Funktion, 17 Aufnahme-Programme und die Möglichkeit der manuellen Einstellung von Weißabgleich und Empfindlichkeit. Letzteres geht dank der neuen separaten Taste für die ISO-Einstellung ohne „Herumblättern“ im Menü.

Die Bildkontrolle erfolgt über das 2,5“ große LC-Display mit 207.000 Pixeln. Zur Begutachtung von Details gibt es auch hier das neue Image-Inspection-Tool. Auch die Ausschnittmaske für das Seitenformat 3:2 ist vorhanden – und ein optischer Sucher zum bequemen Fotografieren mit traditionellem „Durchblick“.

Als Zubehör bietet Canon das Unterwassergehäuse WP-DC9, den High-Power-Flash HF-DC1 und die Ledertasche DCC-70 an. Das neue Modell ist im Oktober lieferbar und soll 449,- Euro (UVP) kosten.

Ultrakompakt in Blau oder Grau: Digital IXUS i7 zoom

Bereits die erste IXUS bestach durch ihre damals schier unglaubliche Kompaktheit – neben der zehn Jahre später eingeführten Digital IXUS i7 zoom dürfte das Ur-Modell allerdings wie ein Ziegelstein wirken: Denn die neue „Kleine“ erinnert mit Abmessungen von 96,1 x 45,1 x 23,9 mm an ein ultraschlankes Mobiltelefon.

Dennoch bietet das Kameragehäuse aus Metall noch genügend Platz für

innere Werte: Dazu gehören ein 7,1 Megapixel CCD, ein 2,4fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 38–90 mm (Kleinbild-äquivalent) und einer Lichtstärke von 1;3,2–5,4. Drei der vier Linsen dieses Objektivs sind asphärische Elemente.

Auch die kleinste IXUS verfügt über den neuen DIGIC III Bildprozessor und bietet die entsprechenden Vorteile wie hohe Lichtempfindlichkeit und eingebaute Gesichtserkennung. 17 Aufnahme-Programme, einschließlich Movie-Modus für Video-Clips mit Ton in VGA-Auflösung mit bis zu 30 Bildern pro Sekunde, Safety-Zoom und die My-Category-Funktion zur Bildarchivierung runden die Ausstattung ab.

Zum Lieferumfang des eleganten Lifestyle-Accessoires gehört auch eine praktische Kamera-Station: Sie macht es besonders bequem, den Akku zu laden, Fotos zu drucken, auf den PC zu überspielen oder als Diaschau auf dem Fernseher anzusehen. Die ebenfalls im Lieferumfang enthaltene drahtlose

Fernbedienung ermöglicht die Kontrolle der Wiedergabe-Funktionen vom Sessel aus. Besonders komfortabel ist mit der Kamera-Station das Drucken mit PictBridge-kompatiblen Geräten wie den Canon Selphy Druckern. Nach dem Einsetzen der Kamera reicht die einmalige Bedienung der leuchtenden Print- und Share-Taste, und schon geht der Druck los. Auch das Überspielen der Bilder auf den PC wird so besonders einfach.

Die neue Canon Digital IXUS i7 zoom ist Anfang Oktober erhältlich und soll 299,- Euro (UVP) kosten. Als Zubehör gibt es das Allwettergehäuse AW-DC40, den HighPower-Flash HF-DC1 und die Tasche DCC-200.

Für Ambitionierte: die neue Canon PowerShot G7

Trotz seiner dominanten Position auf dem Spiegelreflex-Markt verliert Canon auch das Segment der sogenannten „Bridge-Kameras“ nicht aus



Viele der Bedienungselemente der Canon PowerShot G7 ähneln denen der Canon EOS Spiegelreflexkameras.



den Augen. Ab Anfang Oktober soll deshalb die neue PowerShot G7 die Nachfolge der G6 antreten – sie wartet mit zahlreichen Features der EOS SLRs auf.

Als Bildsensor dient ein 1/1,8-Zoll-CCD mit einer Auflösung von zehn Megapixeln. Das 6fach-Zoomobjektiv mit einer Lichtstärke von 1:2,8–4,8 bietet einen Brennweitenbereich von 35–210 mm (Kleinbild-äquivalent). Unter den neun Linsen in sieben Gruppen ist ein doppelseitiges asphärisches Element. Der optische Bildstabilisator ermöglicht nach Angaben von Canon bis zu drei Stufen kürzere Belichtungszeiten – durch die dank des neuen Canon DIGIC III Prozessors auf 1.600 ISO gesteigerte Empfindlichkeit wird der Blitz Einsatz dadurch oft überflüssig. Wenn wirklich einmal viel Licht gebraucht wird, kann das eingebaute Blitzgerät mit Canon Systemblitzen der EX-Serie ergänzt werden, denn die PowerShot G7 verfügt über einen Zubehörschuh.

Auch die PowerShot G7 bietet alle weiteren Vorteile des DIGIC III Prozessors wie verbesserte Rauschunterdrückung, automatische Gesichtserkennung und hohe Bildverarbeitungsgeschwindigkeit. 25 Belichtungsprogramme (inklusive 16 Special-Scene-Modi) und zahlreiche manuelle Funktionen erlauben sowohl automatisches als auch kreatives Fotografieren.

Häufig genutzte Kamera-Konfigurationen können auf zwei freien Custom-Speicherplätzen abgelegt werden. Die Möglichkeit für automatische Belichtungsreihen (AEB-Bracketing) und Serien mit unterschiedlicher Schärfe (Fokus-Bracketing) erhöhen die Sicherheit, auch bei kniffligen Situa-

tionen eine optimale Bildvariante „geschossen“ zu haben. Komfortable Bildbetrachtung ermöglicht das 2,5“ große Farb-TFT-Display mit 207.000 Pixeln, das sich durch einen besonders großen Betrachtungswinkel und eine spezielle Oberfläche gegen störende Reflexe auszeichnet. Daß eine Kamera dieser Klasse mit einem optischen Sucher ausgestattet ist, versteht sich.

Auch die neue Canon PowerShot G7 ist nicht nur mit SD- und MMC-Speicher-

karten, sondern auch mit dem SDHC-Standard kompatibel. Die Kamera soll 549,- Euro (UVP) kosten. Zum umfangreichen Zubehör gehört der 0,75fach-Weitwinkelkonverter WW-DC58B für eine kürzeste Brennweite von 26,25 mm (Kleinbild-äquivalent) und der 2fach-Telekonverter TC-DC58C für eine maximale Telebrennweite von 420 mm. Das Unterwassergehäuse WP-DC11 erlaubt Tauchtiefen bis zu 40 Metern bei voller Bedienbarkeit der Kamera.



Happy birthday Ixus

40.000 Euro ist sie wert: Die Digital Ixus, die Canon zum 10. Geburtstag mit 380 Brillanten verziert hat. Neun weitere Modelle tragen einen Ring aus 70–80 Brillanten und sollen etwa 3.500 Euro kosten.

Diese spezielle Geburtstagskollektion wird zugunsten des Roten Kreuzes bei eBay versteigert und kommt nicht in den klassischen Handel.

NielsenBainbridge zeigt auf der photokina neue Holz-Wechselrahmen

NielsenBainbridge, der Spezialist für abwechslungsreiche Bildpräsentationen, zeigt auf der photokina sein umfassendes Sortiment, in dem sich für jedes Motiv der passende Rahmen findet. Zur photokina erweitert das Unternehmen sein Produktportfolio um drei interessante Holzwechselrahmen. Darunter spezielle Foto-Formate, die mit einer schwarzen Rückwand mit Aufsteller geliefert werden.

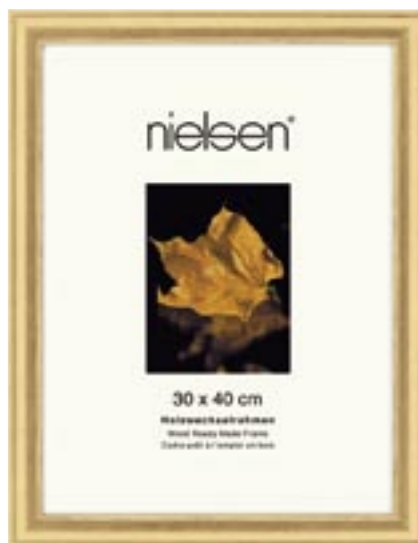
Der neue Holzwechselrahmen Ascot fällt durch seinen nostalgischen Charme auf, der durch die Kombination von Holz und Gold besonders markant betont wird. Seine vielseitigen Einsatzmöglichkeiten zeigt Ascot bei der Rah-



mung von Porträt-Fotografien, Landschaften, Urkunden oder Radierungen. Den edlen Wechselrahmen gibt es in zwei warmen, patinierten Naturholzoberflächen (Hellbraun/Gold und Dunkelbraun/Gold) mit einer dezenten Goldkante. Ascot ist in sieben Formaten lieferbar: 10 x 15 cm, 13 x 18 cm, 15 x 20 cm, 18 x 24 cm, 21 x 29,7 cm (DIN A4), 24 x 30 cm und 30 x 40 cm. Die Formate 10 x 15 cm, 13 x 18 cm, 15 x 20 cm und 18 x 24 cm sind mit einer schwarzen Rückwand und einem Aufsteller ausgestattet.

Der immer stärker werdenden Bedeutung von Holz bei der Inneneinrichtung trägt NielsenBainbridge mit der neuen Massivholzserie Madeira Rechnung. Das kantig betonte Profil eignet sich ideal für Einrahmungen in nahe-

zu jeder Stilrichtung. Die neue Serie Madeira steht mit vier verschiedenen Holzoberflächen zur Verfügung: Esche gekalkt, Wengé, Schwarz und Honig. Zehn Formate decken den Bedarf in den gängigsten Größen ab: 13 x 18 cm, 15 x 20 cm, 18 x 24 cm, 21 x 29,7 cm (DIN A4), 24 x 30 cm, 30 x 40 cm, 40 x 50 cm, 50 x 60 cm, 50 x 70 cm und 60 x 80 cm. Die Rahmen in den Größen 13 x 18 cm, 15 x 20 cm und 18 x 24 cm werden mit schwarzer Rückwand und Aufsteller ausgeliefert. Die konkav geformte Holzleiste mit dem goldenen Akzent verstrahlt schon auf den ersten Blick einen nostalgischen



Charme. Derby ist der ideale Rahmen für romantische Landschaftsmotive, Portraits, Radierungen, Urkun-

Rollei kommt mit neuer Filmgeneration

Anlässlich der photokina stellt Rollei mit dem Rollei scanfilm CN400PRO den ersten Vertreter einer neuen Color-Filmgeneration der Öffentlichkeit vor. Unter der Bezeichnung Rollei Digiscan wird der Spezialist für professionelle Fotografie ein Sortiment an Spezialfilmen auf den Markt bringen, das den professionellen Anspruch des Unternehmens unterstreicht. Beim Rollei scanfilm CN400PRO handelt es sich um einen glasklaren, reißfesten Scanfilm auf 100 Mikron PET Basisfilmträger, der absolut maßhaltig ist und sich durch nahezu unbegrenzte Haltbarkeit auszeichnet. Der mit einer Empfindlichkeit von ISO 400 ausgestattete Film bietet jeweils eine Blende Über- bzw. Unterbelichtungsreserve. Die Verarbeitung erfolgt im Prozeß C41. Der Rollei scanfilm CN400PRO ist seit Jahrzehnten der erste Farb-Negativfilm, der ohne Maskierung angeboten wird. Die nicht vorhandene Maskierung ermöglicht das Scannen ohne Qualitätseinbußen. Der neue Rollei scanfilm CN400PRO richtet sich auch oder vor allem an alle, die wichtige Dokumente dauerhaft und systemübergreifend archivieren möchten. Nicht ohne Grund archivieren Behörden, Banken, Museen, staatliche und medizinische Einrichtungen etc. trotz modernster Digitaltechniken ihre wichtigsten Daten auf Film, denn nur so ist sichergestellt, daß auch generationenübergreifend die wertvollen Inhalte gesichert sind. Für die Produktion und Distribution der neuen Filmgeneration ist Maco Photo Products verantwortlich. Weitere Informationen über Lieferbarkeit und Bezugsadressen von: Maco Photo Products, Brookstieg 4, 22145 Hamburg, Telefon, 040/237008-88, Telefax 040/237008-488.

den und vieles mehr. Er ist lieferbar in drei warmen Holzoberflächen (Ahorn, Kirche, Palisander) mit einer dezenten Goldkante sowie in Gold mit Silberkante und Silber mit Goldkante. Derby gibt es in den Größen 13 x 18 cm, 15 x 20 cm, 18 x 24 cm, 20 x 30 cm, 24 x 30 cm, 30 x 40 cm, 40 x 50 cm, 50 x 60 cm, 50 x 70 cm und 60 x 80 cm. Die Formate 13 x 18 cm, 15 x 20 cm und 18 x 24 cm haben eine schwarze Rückwand mit Aufsteller.

Auswege aus dem Preiswettbewerb

Marge mit Minox

Eine der Möglichkeiten für den Handel, dem allgemeinen Preiswettbewerb zu entgehen, ist die Konzentration auf Produkte, die nicht überall zu finden sind – vor allem nicht in der Großfläche. Einer der Hersteller solcher Produkte ist die Minox GmbH in Wetzlar.

Natürlich ist Minox dem Fotohandel seit Jahrzehnten als Lieferant von (Digital-)Kameras und Ferngläsern bekannt, aber mit dem Geschäftsführer Thorsten Kortemeier hat sich das Unternehmen in den vergangenen Jahren auch einen guten Namen als zuverlässige Quelle für Spezialitäten außerhalb des Mainstreams erworben.

Eine dieser Spezialitäten ist die Miniaturisierung, die den weltweiten Ruf des Unternehmens einst begründete. Heute sind es aber nicht mehr „Spionage-Kameras“ mit dem legendären Negativformat 8 x 11 mm, sondern die digitalen Nachbauten analoger Kameralegenden, die im Mittelpunkt der Miniaturisierung stehen.

So bringt Minox in der Classic Camera Reihe zur photokina beispielsweise die Neuauflage der miniaturisierten Leica M3 auf den Markt. Der Winzling in der verkleinerten Hülle des Kameraklassikers wurde mit einem Farbmonitor und einem Speicherkarten-Steckplatz ausgestattet und bietet viel Fotospaß. So tritt die Miniatur an, um die Erfolgsstory der Classic Cameras fortzusetzen.



Bild oben: Ein vergoldetes Gehäuse und zehn Diamanten rund um das Objektiv bestimmen die Optik der neuen Minox DC 1011 Carat. Bild rechts: Der neue Mediaplayer DMP4 bietet zwei Gigabyte Kapazität, die für Fotos, MPEG4-Filme oder Musik genutzt werden kann. Bild unten: Die neue Minox DC 1011, die ebenso wie die vergoldete Edelversion mit einem Zehn-Megapixel-Chip ausgestattet ist, steht auch als „Normalausführung“ zur Verfügung.

einer „normalen“ Digitalkamera unterwegs sind.

Auch vor neuen Märkten zeigt Minox keine Scheu. So finden sich seit geraumer Zeit auch Konvergenzprodukte im Programm. Jüngstes Gerät ist hier der Minox DMP 4, der vielseitige Einsatzmöglichkeiten als digitaler Media-



player/-rekorder und mobiles Datendepot mit zwei Gigabyte Kapazität findet. Stark ist der Auftritt des kleinen Gerätes bei der Aufnahme und Wiedergabe von MPEG4-Filmen und Musik,

aber auch als Speicher von Fotos, die per SD-Memorykarte übertragen werden.

Bleibt abschließend noch zu erwähnen, daß Minox mit der neuen DC 1011 im Aluminiumgehäuse auch in die Klasse der CCDs mit zweistelliger Megapixelzahl, nämlich 10,1, aufgestiegen ist. Damit steht auch im „Brot-und Butter“-Geschäft ein wettbewerbsfähiges digitales Kompaktmodell bereit, bei dem der Händler nicht damit rechnen muß, daß es im nächsten Prospekt eines Großflächenmarktes billiger als zu seinem Einkaufspreis angeboten wird.

Nischen, in denen wenig oder gar kein Wettbewerb herrscht, besetzt Minox aber auch immer wieder mit Sondereditionen. Eine feiert auf der photokina

Premiere: die Minox DC 1011

Carat, deren edles Äußeres durch Gold und zehn funkelnde Diamanten rund um den Objektivring bestimmt wird. Zusammen mit dem Zehn-Megapixel-

Aufnahmechip bietet die-

ses Modell nicht nur hochwertige Fototechnik für Bilder in Postergröße, ihr edles Design läßt den Benutzer auch aus der breiten Masse derer hervorstechen, die „nur“ mit



MINOX
GERMANY

Die neue E-400 ist nur 129,5 x 91 x 53 mm groß

Die Kleinste im Olympus E-System

Mit der neuen E-400 hat Olympus das bislang kleinste und leichteste Modell der Olympus E-Serie vorgestellt. Ihre Abmessungen von 129,5 x 91 x 53 mm und ihr geringes Gehäusegewicht (380 Gramm) sollen die Kamera vor allem für die Nutzer interessant machen, die kompakte Bauweise bevorzugen, aber nicht auf die Vorteile der digitalen SLR-Fotografie verzichten wollen.



Trotz ihrer schlanken Maße „macht die Olympus E-400 keine Abstriche in Bezug auf Bildqualität und Leistungsfähigkeit“, so eine Olympus Pressemitteilung. Im Mittelpunkt ihres Ausstattungspakets steht ein neu entwickelter CCD mit zehn Millionen Pixeln. Dieser sorgt laut Hersteller für eine „unglaubliche“ Abbildungsleistung. Die Bildge-

kann dessen Helligkeit in sieben Heller-/Dunkler-Schritten korrigiert werden.

Durch die Kompatibilität der E-400 mit dem Four Thirds Standard steht dem Fotografen eine breite Palette von hochqualitativen Wechselobjektiven für die jeweilige Anwendung zur Verfügung. Zum Sortiment gehört dabei auch die ausgezeichnete Zuiko Digital Top Profi-Reihe von Olympus.

Für weitere Flexibilität sorgt ein umfangreiches Sortiment an Zubehör. Demnächst wird dieses um ein Unterwassergehäuse (PT-E03) erweitert, das allen Fotografen die Möglichkeit bietet, die Unterwasserwelt bis zu einer Tiefe von 40 Metern aufzunehmen.

Da der Four Thirds Standard ein offener Standard ist, lassen sich darüber hinaus auch entsprechende Produkte anderer Hersteller einsetzen. Wie alle Kameras des Olympus E-Systems ist auch die E-400 mit dem Supersonic Wave Filter für staubfreies Fotografieren ausgestattet. Dieser

sorgt selbst nach einem Objektivwechsel unter ungünstigen Bedingungen dafür, daß kein Staubkorn auf dem Aufnahmechip das Bildergebnis trübt. Der Supersonic Wave Filter löst mittels Ultraschallvibrationen Staub und andere Partikel vom CCD, die dann an einer speziell beschichteten Folie haften bleiben. Für die E-400 wurde die Größe des Supersonic Wave Filters verringert und zur Steigerung der Wirksamkeit die Schwingungsfrequenz erhöht.

Professionelle Leistung mit komfortabler Bedienung

Olympus beweist mit der neuen E-400, daß selbst eine D-SLR mit zahlreichen Funktionen nicht kompliziert zu handhaben sein muß. Natürlich verfügt die E-400 über sämtliche manuelle und halbautomatische Einstelloptionen, die für kreatives Fotografieren notwendig sind – aber auch über 31 Aufnahmeprogramme, die verschiedenste Fotosituationen abdecken. Dazu gehören Unterwasser, Makro, High Key und Low Key. Außerdem stehen spezielle Farbmodi sowie verschiedene Schwarz-Weiß-Filter zur Verfügung. Und wie gewohnt finden sich die Bedienelemente und Menüpunkte dort, wo man sie erwarten darf.



Die Kamerarückseite bietet die von anderen Modellen des E-Systems her bekannten Bedienelemente.

staltung kann entweder durch den optischen Sucher oder über das 6,4 cm große LC-Display erfolgen, auf dem die Bilderergebnisse auch direkt nach der Aufnahme kontrolliert werden können. Um die Sichtbarkeit des Displays auch bei unterschiedlichen Lichtverhältnissen optimal zu gewährleisten,

Die E-400 speichert die aufgenommenen Bilder im JPEG- und/oder RAW-Modus. Im HQ-JPEG-Modus sind bis zu zirka 20 Serienaufnahmen mit einer Frequenz von drei Bildern pro Sekunde möglich, im RAW-Modus können maximal vier Bilder mit derselben Geschwindigkeit aufgenommen werden. Um die Bilddaten zu speichern, können Anwender dank der beiden Kartenslots zwischen Compact-Flash- und xD-Picture-Cards wählen. Neben einer ganzen Reihe von Automatik- und Motivprogrammen sowie Automatikfunktionen stehen zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten bereit. Dazu gehören der manuelle Weißabgleich ebenso wie die manuelle Scharfstellung und die Belichtungskorrektur bis zu plus/minus fünf Blendenstufen.

Ein neuer, im Lieferumfang der E-400 enthaltener Hochleistungsakku sorgt für eine lange Aufnahmebereitschaft. Kameramenüs, Handbücher und Software werden in insgesamt 25 Sprachen angeboten und damit in 39 europäischen Ländern verstanden – das leistet zur Zeit nur Olympus.

Zwei neue Objektive für das E-System

Auf dem Four Thirds Standard basierende Objektive sind nach den speziellen Erfordernissen der Digitalfotografie entwickelt. Sie weisen eine nahezu telezentrische Konstruktion auf und sorgen so für bessere Bildergebnisse. Zeitgleich mit dem Verkaufsstart der Olympus E-400 werden auch zwei neue Four Thirds Objektive von Olympus angeboten:



Das EZ-1442 ED 13,5–5,6/14–42 mm (entspricht 28–84 mm bei Kleinbild) eignet sich mit dem Brennweitenpektrum vom Weitwinkel zum leichten Tele hervorragend für Standardanwendungen; und auch für Porträtaufnahmen ist dieser Brennweitenbereich bestens geeignet. Größere Telebrennweiten, zum Heranholen entfernter Objekte oder zum Herausstellen von Motivdetails, erschließt das EZ-4015-2 ED 4,0–5,6/40–150 mm (80–300 mm entsprechend Kleinbild). Beide Objektive sind kompakt und leicht zu handhaben. Äußeres Kennzeichen ist ein blauer Ring, der künftig auf allen neuen Objektiven für das E-System zu finden sein wird.

PHOTO+MEDIENFORUM KIEL

35. Hauptlehrgang 2007

Handelsfachwirt/-in (IHK) Fachrichtung "Foto- und Medientechnik"
3. Januar bis 15. Juni 2007

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 03.01.-30.03.2007
2. Foto- und Medientechnik: Abschluss "IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik" vom 04.04.-15.06.2007

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

Pentax K10D: üppige Ausstattung zum fairen Preis

Handwerkszeug für Semi-Profis

Nicht zuletzt mit der vor einigen Monaten vorgestellten K100D hat Pentax seine Ansprüche untermauert, im aufstrebenden Marktsegment der digitalen Spiegelreflexkameras ein gewichtiges Wort mitzureden. Neuestes Produkt in diesem Segment ist die Pentax K10D. Mit ihr bewegt sich das japanische Unternehmen erstmals wieder im Bereich semiprofessioneller Spiegelreflex-Fotografie.

Herzstück der Kamera ist der Zwei-Kanal-CCD mit zehn Megapixeln Auflösung. Er sorgt für eine hervorragende Bildqualität, die selbst bei Prints in Postergröße noch feststellbar ist. Dem bei Spiegelreflexkameras mit Wechselobjektiven auftretenden Problem des Eindringens von



Staubpartikeln in das Gehäuse begegnet die Pentax K10D mit einem integrierten Staubschutz, dem neuen „Dust Reduction“ System. So ist gewährleistet, daß Schmutz auf dem CCD, der auf dem Foto als schwarzer Fleck sichtbar würde, nicht dauerhaft zu einem Problem wird.

Opto-magnetischer Verwacklungsschutz

Die K10D verfügt darüber hinaus über eine weitere Reduction-Funktion, und zwar die bereits aus der K100D bekannte Pentax Shake Reduction. Wie bereits beim kleineren Schwestermodell K100D funktioniert dieser Verwacklungsschutz durch ein opto-magnetisches Verfahren. Sensoren erkennen Verwacklungen automatisch und korrigieren diese in drei Richtungen auf/ab, links/rechts und vor/zurück – wobei die notwendigen Korrekturen stets im Verhältnis zur Brennweite des Objektivs erfolgen (bei den neuen Objektiven automatisch, bei den älteren Modellen kann der entsprechende Wert manuell eingegeben werden).

Der von Pentax eingesetzte Verwacklungsschutz bietet gleich zwei Vorteile: Erstens ist er im Gehäuse untergebracht (es wäre auch möglich, die Reduzierung der Verwacklungen durch Bewegen der Linsenelemente im Objektiv zu erzielen), so daß alle Pentax K-Objektive auch mit der K10D genutzt werden können. Zweitens arbeitet das Anti-Verwacklungssystem durch den opto-magnetischen 3D-Sensor verschleißfrei. Im Gegensatz zu anderen Systemen, bei denen Elektromotoren eingesetzt werden.

Unterschiede zur Masse

Gehören die bislang aufgezählten Ausstattungsmerkmale im gehobenen Kamerasegment inzwischen beinahe zum guten Ton, so gibt es doch einige Merkmale, die die Pentax K10D aus der Masse des Angebotes herausheben. Das Spiegelreflex-Highlight arbeitet zum Beispiel mit einem Elf-Punkt-Autofokussystem mit neun Kreuzsensoren (Safox VIII), das für höchste Präzision und Schärfe sorgt. Der helle Pentapris-



Robuste Verarbeitung und aufgeräumt wirkende Positionierung der Bedienelemente sollen die fotografische Arbeit mit der Pentax K10D zum Vergnügen machen.

men-Sucher hat ein 95prozentiges Sichtfeld, und die Mattscheibe ist wechselbar. Auf dem 2,5 Zoll großen Weitwinkel-Monitor (140°-Betrachtungswinkel) mit 210.000 Pixeln lassen sich die Bilder vor dem Druck auf den Auslöser komponieren und nach der Aufnahme zuverlässig kontrollieren.

Ein weiterer Unterschied zu vielen Kameramodellen des Marktes ist das robuste Gehäuse: Dieses ist nicht nur aus Metall, sondern es ist auch staubdicht und spritzwassergeschützt. Der Bajonettanschluß der K10D ist ebenfalls aus Metall und garantiert dadurch präziseres Arbeiten und weniger Verschleiß, als dies bei Kunststoff der Fall wäre, auch bei häufigem Wechsel der Objektive unter extremen Fotobedingungen.

Beeindruckende Geschwindigkeit

Bilddaten werden bei der Pentax K10D mit doppelter Geschwindigkeit ausgelesen und mit dem ebenfalls neuen, leistungsfähigen 22 Bit AD Konverter zügig weiterverarbeitet. Die K10D kann gleichzeitig im RAW- und JPEG-Format aufzeichnen. Dabei stehen die RAW Komprimierungsformate DNG und PEF zur Wahl. Die Serienbildfunktion liefert 3,3 Bilder pro Sekunde. Die maximale Zahl der Bilder wird dabei allein durch die Kapazität der Speicherkarte begrenzt. Die Kamera ist nicht nur zu SD-Karten kompatibel, sondern auch zum neuen SDHC-Speicherkarten-Standard. SDHC-



Die Sonnenblende ist im Lieferumfang des Objektivs enthalten.

Karten werden derzeit mit Kapazitäten von bis zu 4 GB angeboten. Die Empfindlichkeit ist manuell oder automatisch einstellbar. Während der Minimalwert von ISO 100 alltäglich ist, stellt der Maximalwert von ISO 3.200 ein weiteres Unterscheidungskriterium zu anderen Kameramodellen dar. Damit unterstützt die K10D Aufnahmen in der Sport- und Actionszene, wo es oftmals gilt, schnelle Bewegungen festzuhalten, ebenso wie die Fotografie bei schlechten Lichtbedingungen in der Umgebung.

Zur Optimierung der Bildergebnisse stehen verschiedene Digitalfilterfunktionen bereit, darunter vier Schwarzweiß- sowie drei Sepia-Digitalfilter, zudem ist die Farbdynamik einstellbar. Die K10D kann außerdem 32 individuelle Einstellungen speichern. Die Abblendtaste kann zudem wahl-

weise mit der Preview-Funktion belegt werden, die vor der Aufnahme eine Überprüfung von Bildkomposition und Belichtungseinstellungen erlaubt – gerade bei Bildserien eine willkommene Erleichterung, da Probeaufnahmen nicht umständlich gelöscht werden müssen.

Die Energieversorgung wird durch den mitgelieferten Lithium-Ionen-Akku D-L150 gewährleistet. Die K10D wird voraussichtlich Ende Oktober erhältlich sein.

Preis-/Leistungsverhältnis verdient Beachtung

„Die kompakte und leichte K10D ist mit ihrer umfangreichen Ausstattung in der Lage, die Wünsche zu befriedigen, die anspruchsvolle Fotografen an ihr Handwerkszeug haben“, faßt Söntke Visser, Sales Manager Imaging Systems bei Pentax, seinen Eindruck von der neuen Kamera zusammen. „Und auch der Handel sollte am Verkauf der Kamera seine Freude haben.“

Zwar liege der Preis mit 899 Euro für das Gehäuse in der Klasse der Zehn-Megapixel-Kameras relativ hoch, andererseits sei es keine neue Erkenntnis, daß die Zahl der Pixel auf dem Aufnahmechip nicht das einzige aussagefähige Kriterium bei Digitalkameras sei. „Genau betrachtet eignet sich diese Angabe noch nicht einmal für einen Vergleich zweier Kameras, da zum einen eine ganze Reihe weiterer Merk-



Söntke Visser, Sales Manager Imaging Systems bei Pentax

male, etwa die Optik oder die Bildverarbeitungsalgorithmen, die Qualität des Fotos ausmacht, zum anderen zahlreiche Ausstattungsmerkmale dafür entscheidend sind, in welchem Rahmen der Fotograf die Kamera einsetzen kann“, so Visser. Die Rechnung Cent pro Pixel vor der Anschaffung eines neuen Modells sei zwar einfach durchzuführen, aber was nütze es dem Fotografen, eine billige Kamera zu haben, wenn er diese aufgrund fehlender Ausstattungsmerkmale in vielen Situationen nicht benutzen könne?

Gerade das Herausstellen der vielen Unterscheidungskriterien könne beim Verkaufsgespräch am Point of Sale dazu beitragen, einen Kunden für den Kauf einer Pentax K10D zu begeistern. Visser: „Nicht der absolute Preis darf im Vordergrund stehen, sondern das Verhältnis Preis zu Leistung, und da brauchen unsere Produkte in der Tat keinen Vergleich zu scheuen.“ Mit dieser Politik, für relativ wenig Mehrkosten eine ganze Fülle an Mehrleistung zu bringen, fährt Pentax derzeit recht gut. „In Deutschland ist die K100D von Handel und Verbrauchern hervorragend angenommen worden, und im Heimatmarkt Japan hat die Leistungsfähigkeit der Kamera sogar so viele Kunden überzeugt, daß Pentax in der Rangliste der Kamerahersteller einen deutlichen Sprung nach oben gemacht hat.“

Nikon Coolpix S7c mit Wireless LAN-Funktionalität

Fünf neue Coolpix Kameras

Coolpix L5, Coolpix L6, Coolpix S7c, Coolpix S9 und Coolpix S10 heißen die fünf neuen kompakten Digitalkameras, die Nikon auf der photokina vorstellt. Außerdem führt das Unternehmen den Dienst Coolpix Connect ein, der, zunächst mit der S7c, den kabellosen Bildversand direkt aus der Kamera heraus ermöglicht.

Die Coolpix L5 ist das neueste Modell aus der Einstiegerserie. Die Kamera zeichnet sich durch die Kombination besonderer Benutzerfreundlichkeit und fortschrittlicher Technologie aus. Sie ist unter anderem mit einem 7,2-Megapixel-Bildsensor und einem hellen 2,5-Zoll-LCD-Monitor mit Hintergrundbeleuchtung ausgestattet. Das Zoom-Nikkor mit 38–190 mm* Brennweite ermöglicht eine große Motivvielfalt. Dank des optischen Bildstabilisators mit beweglicher Linsengruppe kann das Fünffach-Zoom optimal eingesetzt werden. Trotz des ausgesprochen kompakten Formats kann die Kamera mit universell verfügbaren Mignon-Batterien betrieben werden.

Die Coolpix L6 besticht laut Hersteller durch eine hohe Bildqualität, eine einfache Bedienung und eine außergewöhnliche Batteriekapazität. Das neue Modell bietet eine Auflösung von sechs Megapixeln. Die Kamera hat einen Brennweitenbereich von 38–116 mm*. Bei Verwendung der im Lieferumfang enthaltenen Energizer Lithium-Batterien (Typ AA) können mit der Coolpix L6 bis zu 1.000 Aufnahmen ohne Batteriewechsel gemacht werden.

Die flache und elegante Coolpix S7c verbindet ein elegantes Äußeres und hohe Leistungsfähigkeit mit kompakten Abmessungen und bietet zugleich den Vorteil eines Bildstabilisators sowie Innovationen zur kamerainternen Bildoptimierung. Die effektive Auflösung von 7,1 Megapixeln und das Zoom-Nikkor-Objektiv 35–105 mm*

sorgen für hohe Bildqualität bei ausgezeichneter Brillanz und naturgetreuer Farbwiedergabe. Der helle 3,0-Zoll-LCD ermöglicht eine komfortable Bildkomposition und eine hochwertige Bildwiedergabe. Die Coolpix S7c ist



mit Bildstabilisatorfunktionen und einem Modus für hohe Empfindlichkeiten (bis zu ISO 1.600) ausgestattet. Dank eingebauter WiFi-Antenne unterstützt die Kamera die direkte kabellose Übertragung von Bildern an einen Rechner sowie kabelloses Drucken mit PictBridge-kompatiblen Druckern.

Die Coolpix S9 vereint in einem flachen, eleganten Gehäuse eine Auflösung von 6,1 Megapixeln und eine Palette benutzerfreundlicher Funktionen. Die Kamera ist außerdem mit

einem Nikkor-Zoomobjektiv 38–114 mm* ausgestattet. Dank der „90°-Optik“ fährt das Objektiv auch bei Verwendung des Zooms nicht aus dem Kameragehäuse heraus. Bildkomposition und -betrachtung erfolgen über einen 2,5-Zoll-Monitor.

Die Coolpix S10 zeichnet sich schließlich durch ein Zehnfach-Zoomobjektiv aus. Das Kameragehäuse ist mit einem Schwenkobjektiv versehen, das das Fotografieren aus dynamischen Aufnahmewinkeln ermöglicht. Der helle 2,5-Zoll-LCD-Monitor mit einem Betrachtungswinkel von 170 Grad



erlaubt eine präzise Bildgestaltung, während der Bildstabilisator Erschütterungen der Kamera kompensiert und für schärfere, verwacklungsfreie Bilder sorgt. Die Kamera wartet mit einem erweiterten Empfindlichkeitsbereich von bis zu ISO 800 auf.

* alle Angaben entsprechend Kleinbild

Coolpix Connect ermöglicht den direkten Bildversand

Nikon hat mit Coolpix Connect einen kostenlosen Service eingeführt, mit dem Fotografen ihre Bilder direkt aus der Kamera über das Internet verschicken können, ohne sie zuerst auf einen Computer herunterladen zu müssen. Coolpix Connect steht derzeit zusammen mit der Coolpix S7c zur Verfügung. Der Service ist laut Nikon leicht zu handhaben und wird durch einfaches Auswählen der kabellosen Bildübertragung der Kamera aktiviert, die automatisch nach dem nächsten Wireless LAN sucht. Die Kamera kann so programmiert werden, daß sie den eigenen Heimserver als Medium zur Übertragung der Bilder erkennt. Die Sicherheit der Datenübertragung wird durch WEP-Verschlüsselung gewährleistet. Mit Coolpix Connect können bis zu 30 Bilder (maximal 50 MB) auf einmal übertragen werden. Der Dienst gibt dem Anwender auch die Möglichkeit, die für die spätere Anwendung optimale Bildgröße (Format des Ausdrucks bzw. Optionen für den PC-Monitor oder den TV-Bildschirm) zu wählen. Das kamerainterne Adreßbuch speichert bis zu 30 Kontakte. Weitere E-Mail-Adressen können manuell in die Kamera eingegeben werden. Die Empfänger erhalten eine E-Mail, die eine Vorschau von bis zu drei der gesendeten Bilder sowie Informationen über den Absender, die Anzahl und die Datenmenge der Bilder enthält. Eine Internetadresse in der E-Mail erlaubt den Empfängern den sofortigen Zugriff auf die Fotos und den Download der Bilder auf den eigenen Computer, auf dem sie als Diashow angezeigt werden können. Auf der Coolpix Connect-Webseite gibt es außerdem eine Schaltfläche, mit der sich der Empfänger beim Absender bedanken kann.

Zwei neue Fotorucksäcke von Cullmann

Mit Trento bietet Cullmann zwei neue komfortable Fotorucksäcke an, die schon auf den ersten Blick hohe Flexibilität und Vielseitigkeit versprechen. Die Funktionalität von Trento Daypack und Trento Daypack IT wird durch die besondere Ausstattung deutlich. Beide Rucksäcke sind aus hochwertigem wasserabweisenden Material gefertigt und mit einer gut gepolsterten, herausnehmbaren Fototasche mit variablen Innenstegen für die Fotoausrüstung ausgestattet.



Der größere Trento Daypack IT ist mit Notebookfach ausgestattet. Durch die aufgesetzten Rückenprotektoren ist das Notebook gut gegen Stöße geschützt. Hohe Flexibilität bieten die gepolsterten Tragegurte mit patentiertem Cullmann Button-Click-Verschluss. Durch

einfaches Drücken kann der Tragegurt gelöst und der Rucksack vom Rücken auf den Bauch gezogen werden. Eine seitliche Öffnung mit Netzfach im unteren Teil des Rucksacks verschafft schnellen Zugriff zur Kamera mit angesetztem Teleobjektiv. Eine weitere Öffnung nach vorn mit zwei Netzfächern bietet Zugriff auf das gesamte Equipment wie weitere zwei Objektive, Blitzgerät und Zubehör. Gut geschützt befindet sich die Kameraausrüstung in der separaten, gepolsterten Innentasche, die



mit ein paar Handgriffen schnell für die jeweilige Öffnung vorbereitet ist. An der Vorderseite befindet sich ein innen liegendes Reißverschlussfach für Kleinutensilien. Ein seitliches Außenfach bietet zusätzlichen Stauraum. Im Rücken befindet sich ein weiteres Fach für die abnehmbaren Schultergurte, wenn man die Tasche beispielsweise am Umhängegurt mit verschiebbarem Schulterpolster tragen möchte. Alle Öffnungen des Rucksacks sind mit einem geteilten Reißverschluss ausgestattet. Schutz vor Nässe, Schmutz und Sonne bietet die im Bodenfach integrierte Regenhaube.

Der etwas kleinere Trento Daypack ist ohne Notebookfach und vorderseitige Öffnung ausgestattet. Dafür bietet er ein zusätzliches Reißverschlussfach vorn sowie zwei innen liegende Netztaschen im Rückenteil. Das Equipment erreicht man ebenfalls über die seitliche Öffnung, ohne den Rucksack abnehmen zu müssen. Die herausnehmbare Fototasche bietet Platz für ein DSLR-Gehäuse mit angesetztem Objektiv, ein Teleobjektiv, Blitzgerät und Zubehör. So ist das Equipment stets gut verstaut, auch wenn der Rucksack einmal ohne Kamera auf Tour geht. Die neuen Cullmann Trento Daypacks sind in den Trendfarben Grau/Schwarz und Rot/Schwarz nach der photokina erhältlich.



87379-INT

Kidz Cam

Digital Kamera für Kinder

- **Spielzentrum**

Ihr Spielwitz ist gefragt bei 5 aktionsgeladenen Spielen

- **Bearbeitungszentrum**

Bearbeiten Sie Ihre Bilder nach allen Regeln der Kunst mit 18 verschiedenen Bearbeitungswerkzeugen

- **Erstellen einer Slideshow**

Stellen Sie Ihren eigenen Megahit her und führen Sie Regie

- **Story Maker**

Veröffentlichen Sie Ihre eigenen Geschichten und Bilder



26480-yellow

Digitale Unterwasserkamera

Mit der Digitalen Unterwasserkamera können Sie Bilder aufnehmen und diese dann an Ihre Freunde weitergeben. Diese innovative Digitalkamera kann leicht bis zu 117 Schnappschüsse aufnehmen – einfach zielen und abdrücken! Mit dieser wasserdichten Kamera können Sie perfekte Aufnahmen außerhalb des Wassers oder bis zu 15 m unter Wasser machen. Für das leichte und schnelle Herunterladen stecken Sie einfach die Digital-



kamera in den USB Port. Mit der PhotoTags Software können Sie Ihre Fotos bearbeiten und sie an Freunde und Familienmitglieder weitergeben. Erwecken Sie Ihre Welt zum Leben der Stop Motion Animation, strahlen Sie Ihr Video aus oder chatten Sie per Video.

59379

Kamera kann bis zu 152 Bilder aufnehmen

Bearbeiten, erstellen und wandeln Sie Bilder in Aufkleber um. Die digitale Bibliothek erleichtert das Finden, Arrangieren und die Arbeit mit Ihren Fotos. Verwandeln Sie Ihre Fotos in ein Einklebebuch. Erstellen Sie Ihre eigenen CD Labels. Beinhaltet Clip Art zum Personalisieren Ihrer Fotos. Vorlagen und Clip Art lassen Ihre Bilder schön aussehen.



**Besuchen Sie uns auf der photokina
Halle 3.1 Stand A030/B033**

Sakar Germany GmbH

Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany
Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91
E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

Die Nokia Nseries setzt neue Trends

Glaubt man aktuellen Umfragen, dann klingt die Zeit der Geräte, die nur eine Funktion bieten, langsam, aber sicher aus (siehe dazu beispielsweise den Kasten auf der übernächsten Seite). An ihre Stelle rücken High-Tech-Produkte wie die Multimedia-Computer der Nokia Nseries, die gleich mehrere Funktionalitäten in sich vereinen und sich obendrein in die bestehende oder eine neu zu schaffende Infrastruktur zu Hause einbinden lassen. Zum Nokia Nseries Sortiment gehören inzwischen auch mehrere Produkte, die die Themen Foto und Video in den Mittelpunkt stellen.



Mit seinem Carl-Zeiss-Objektiv und dem 3,2-Megapixel-Aufnahmechip stellt der Multimedia-Computer Nokia N73 einen vollwertigen Ersatz für Digitalkameras im Einstiegssegment dar.

Mehrertrag am Point of Sale

Highlights für Fotografen im Nokia Nseries Sortiment sind die Modelle Nokia N73, Nokia N90 und Nokia N93. Gemeinsames Kennzeichen aller drei Geräte und Indiz für die Ernsthaftigkeit, mit der Nokia den Schritt in die Fotobranche vollzieht, ist die Optik aus dem Hause Carl Zeiss. Die Objek-

tive – das Nokia N73 und das Nokia N90 sind mit einer Festbrennweite ausgestattet, das Nokia N93 bietet sogar ein Dreifach-Zoom – tragen den Namen Tessar, der seit über 100 Jahren in der internationalen Fotografenszene hohes Ansehen genießt. Zum Handwerkszeug für Hobbyfotografen werden die

drei Modelle aber auch durch ihre 2,1- (Nokia N90) bzw. 3,2-Megapixel-Aufnahmechips, die dank des Zusammenspiels mit der hervorragenden Optik und einem ausgefeilten Bildverarbeitungs-Algorithmus keinen Vergleich mit entsprechenden Digitalkameras des Einstiegs-Segments zu scheuen brauchen.

Die Kaufentscheidung wird am Point of Sale getroffen

Mit diesen Fähigkeiten bieten die Nokia Multimedia-Computer dem Fotohändler hervorragende Chancen, in seinem Geschäft Mehrertrag zu erwirtschaften. Denn bekanntermaßen werden fast alle Kaufentscheidungen erst beim Verkaufsgespräch am Point of Sale getroffen – und was spricht dagegen, dem Kunden ein Produkt zu empfehlen, das ihm beim Gebrauch ebensolche Freude bereitet wie dem Händler beim Blick in die Kasse? Denn zum einen betritt der Fotohändler, der sich dazu entscheidet, Nokia Multimedia-Computer in sein Sortiment aufzunehmen, einen Markt, der immer noch von nur wenigen Wettbewerbern bearbeitet wird, zum anderen bieten diese Geräte ihm Chancen für Zusatzverkäufe, die ihm keine Digitalkamera bieten kann. Zwar lassen sich auch mit einer Digital-



Wird die Abdeckung zur Seite geschoben, wechselt das Nokia N73 automatisch in den Kameramodus. Das Display dient wie bei einer normalen Digitalkamera der Bestimmung des Bildausschnitts. Der Auslöser befindet sich an der Oberseite rechts, die Knöpfe für die Zoom-einstellung links. Der Knopf in der Mitte führt direkt zur Galerie.

kamera, ebenso wie mit einem Nokia Multimedia-Computer, ein Fotodrukker oder eine Speicherkarte verkaufen, aber über diese Bundle-Klassiker hinaus sieht es bei Kameras eher mager aus.

Nicht so bei den Geräten der Nokia Nseries. Hier steht noch jede Menge weiteres Zubehör parat, von GPS-Empfängern und Navigationssoftware über Kfz-Einbausätze und Kopfhörer mit und ohne Kabel bis zu externen Tastaturen, die das Schreiben von Kurzmitteilungen und E-Mails vereinfachen. Ganz verwegene Fotohändler können darüber hinaus noch die Partnerschaft zu einem der vier Netzbetreiber oder einem Telekommunikations-Service-



Mit wenigen Klicks durch das Menü gelangt man zu den Bildbearbeitungs-Effekten.

Provider suchen und Mobilfunkverträge verkaufen, für die es, im Vergleich zu den Nettoerträgen beim Verkauf beispielsweise einer digitalen Kompaktkamera, geradezu atemberaubende Provisionen gibt. Anders ausgedrückt: Um einen vergleichbaren Gewinn zu erwirtschaften, den der Verkauf eines durchschnittlichen



Nokia Multimedia-Computer auf 800 m²

Rund 800 Quadratmeter stehen Nokia zur Verfügung, um den Besuchern der photokina 2006 nicht nur die Multimedia-Computer der Nokia Nseries zu präsentieren, sondern auch Anwendungen in Theorie und Praxis vorzuführen. Und für Besucher aus dem Handel stehen Nokia Manager zum Gespräch bereit.

Nach dem Debüt in der Fotobranche auf der photokina 2004 will das finnische High-Tech-Unternehmen mit seinem erneuten Engagement auf der Leitmesse der Imagingbranche laut Mikael Vainio, Business Director Multimedia bei der Nokia GmbH in Düsseldorf, sein Ziel unterstreichen, auch für den Fotohandel ein ernstzunehmender Partner in Sachen Konvergenz zu sein. In den vergangenen beiden Jahren habe man wichtige Schritte vollzogen, um neue Geschäftsideen und spezielle Konzepte für die Fotobranche zu entwickeln. So sollen beispielsweise Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen, der Nokia Händlerbereich im Internet sowie neue Möbellösungen für die Integration eines Nokia Bereichs in den Laden vorgestellt werden.

In diesem Jahr hat Nokia viel mehr Produkte zu zeigen als 2004. Herzstücke des aktuellen Sortiments für den Fotohandel bilden die Multimedia Computer Nokia N90, N73 und N93, die allesamt mit einem Carl Zeiss-Objektiv ausgestattet sind und mehrere Megapixel Auflösung bieten. „Wir werden die hohe Bildqualität und die einfache Handhabung der einzelnen Geräte mit den unterschiedlichsten Aktionen vor Ort veranschaulichen“, meinte Vainio. „Überhaupt wurde der ganze Stand daraufhin konzipiert, die Vielfalt der Geräte darzustellen.“ So können sich die photokina-Besucher beispielsweise über die Möglichkeiten der Geräte selbst informieren, sie erfahren aber auch, was nach der Aufnahme mit stehenden oder bewegten Bildern geschehen kann, wie sie beispielsweise zu geprinteten Fotos oder spannenden Videos werden, wie sie auf einen Drucker oder einen Fernsehbildschirm gelangen. Und selbst das Design des Nokia Standes soll nach Vainios Worten eine überzeugende Produktpräsentation werden: „Alle Bilder, Grafiken, Banner, Filme etc., die auf unserem Stand zu sehen sein werden, sind mit einem Multimedia-Computer der Nokia Nseries entstanden.“

Als weitere Attraktion wird der Profifotograf Norbert Hüttermann am Nokia Stand professionelle Porträtaufnahmen der Besucher mit einem Nokia Nseries Gerät inszenieren, die dann sofort vor Ort geprintet und den Besuchern mitgegeben werden. Außerdem wird ein professioneller Film-Kran, mit einem Nokia N93 bestückt, über den Stand kreisen. Die von diesem Gerät aufgenommenen Videobilder werden über die TV out-Funktion direkt auf Monitoren auf dem Stand vorgeführt. Und schließlich zeigen sechs speziell für die photokina gedrehte Kurzfilme, in welchen unterschiedlichen Locations und Lichtszenarien sich das Nokia N93 als Videokamera einsetzen lässt.

Mobilfunkvertrages bringt, muß der Fotohändler gleich mehrere Kompaktkameras verkaufen.

Keine Sorgen um das Bildergeschäft

Keine Sorgen braucht sich der Fotohändler beim Verkauf eines der drei genannten Nokia Multimedia-Computer darum zu machen, daß sein Bildergeschäft leiden könnte. Immerhin produzieren die Geräte in höchster Qualitätsstufe JPEG-Dateien, die entpackt neun Megabyte groß sind. Mit dieser Datenmenge lassen sich Bilder bis zum Format 15 x 20 cm mit einer Druckqualität von 260 dpi herstellen – also allemal genug für die Standardformate 10 x 15 cm, 11 x 17 cm oder 13 x 18 cm. Und mit den Möglichkeiten der Bildübertragung per Funk bzw. mit ihren Wechselspeicherkarten unterscheiden sich die Nokia Produkte überhaupt nicht



Das Display des Nokia N73 liefert dem Fotografen zahlreiche Informationen: Links oben ist zu erkennen, ob das Gerät im Foto- oder Videomodus arbeitet, an der rechten Seite bietet die Symbolleiste den Schnellzugriff auf ausgewählte Elemente und verschiedene Einstellungen vor und nach der Aufnahme, und links unten ist zu erkennen, ob die aufgenommenen Bilder im integrierten Speicher oder auf einer Speicherkarte (hier ist es der Speicher im Gerät) abgelegt werden. Die Zahl daneben gibt Auskunft über die ungefähre Zahl der Bilder, die im gewählten Modus noch in diesem Speicher abgelegt werden können, und die dritte Information zeigt die gewählte Bildauflösung an (hier 3 MB).

von Digitalkameras – oder sind diesen gar überlegen, denn drei kabellose Datenübertragungsmöglichkeiten (Bluetooth, Infrarot, WirelessLAN) bietet bislang noch keine Einstiegskamera.

Im Gegenteil: Gerade der zusätzliche Verkauf von Mobilfunkprodukten eröffnet weitere Chancen für das Bildergeschäft. Denn werden Handyverträge von den Mobilfunkanbietern gewöhnlich durch Frei-SMS oder kostengünstige Tarife zu bestimmten Zeiten gesponsert, kann der Fotohändler das Sponsoring zum Beispiel durch Gutscheine für Fotoarbeiten unterstützen. Denn jede Menge X an Bildern repräsentiert einen Wert Y, so daß sich beispielsweise nicht nur eine Werbeaussage wie „Bei uns: Nokia N73 plus 160 Digitalbilder 10 x 15 cm = 499 Euro / Sie sparen 40 Euro gegenüber der Verkaufspreisempfehlung“ formulie-

Der Bedarf an Geräten mit Multimedia-Funktionalität wächst

Im März 2006 hat das englische Marktforschungsunternehmen ICM Research im Auftrag von Nokia eine Marktbefragung zum Thema Multifunktionsgeräte in Deutschland durchgeführt, bei der insgesamt 500 Personen zu ihren Einstellungen und Meinungen befragt wurden. Hier einige der interessantesten Ergebnisse:

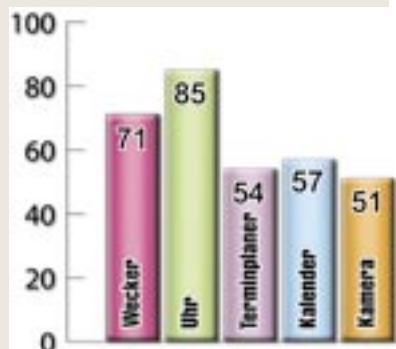
- Als bevorzugte digitale Inhalte wurden von den Befragten mehrheitlich Fotos (76 Prozent) genannt, mit deutlichem Abstand vor Musik (16 Prozent) und Video (acht Prozent). Berücksichtigt man nur weibliche Befragte, dann fällt die Zahl mit 85 Prozent noch höher aus.

- In Deutschland besteht zunehmend Bedarf am „Digital Home“, dem digitalen Zuhause, in dem die unterschiedlichsten Geräte wie PC, Drucker, Stereoanlage, Fernseher und Telefone miteinander vernetzt sind. Mehr als die Hälfte der Befragten (55 Prozent) würde dabei eine kabellose Ver-



netzung bzw. einen kabellosen Datenaustausch bevorzugen. Diesem Wunsch kommen zum Beispiel die Multimedia-Computer Nokia N73, Nokia N90 und Nokia N93 entgegen, sind sie doch mit Infrarot-, Bluetooth- und WLAN-Technologie ausgestattet.

- Die Verbreitung des „Digital Home“ wird das Nutzungsverhalten für Fernseher verändern: Knapp die Hälfte (46 Prozent)



der Befragten würde das TV-Gerät auch gern zum Betrachten von Fotos nutzen, und zirka jeder Dritte würde sich dort auch die Videos ansehen, die er mit dem Mobiltelefon aufgenommen hat.

- In Deutschland zeigt sich ein Trend, Gebrauchsgegenstände wie Wecker, Uhren, Terminplaner und Kalender zunehmend durch das Handy zu ersetzen. So verwenden 71 Prozent der Befragten ihr Handy mittlerweile als bevorzugten Wecker, 85 Prozent als Uhr, 54 Prozent als Terminplaner, 57 Prozent als Kalender und 51 Prozent als Kamera.

ren ließe, sondern der Händler auch davon ausgehen könnte, daß der Kunde noch mindestens einmal sein Geschäft betritt, um den Gutschein einzulösen – und sich dann neue Chancen zum Verkauf von Zubehör oder digitalen Bilddienstleistungen wie etwa Fotobüchern ergeben.

Vielfältige Möglichkeiten durch die Software der Geräte

Was die Nokia Multimedia-Computer aber hinsichtlich der Fotofunktion von einfachen Digitalkameras unterscheidet, ist die Vielfalt der Möglichkeiten, die die bereits in die Geräte integrierte Software vor und nach der Aufnahme bietet. Hier stehen zunächst einmal unterschiedliche Motivprogramme wie Nahaufnahmen, Porträt, Landschaft, Sport und Nacht ebenso zur Verfügung wie die Möglichkeit, das gemachte Foto in ein Negativ umzuwandeln oder es in Sepia oder Schwarzweiß darzustellen. Wäre der Funktionsumfang damit erschöpft, würden sich die Nokia Nseries-Geräte noch nicht auffällig von Digitalkameras unterscheiden, denn auch bei diesen bietet so manches Modell einen bemerkenswerten Ausstattungsstandard.

Bei den Multimedia-Computern Nokia N73, Nokia N90 und Nokia N93 fängt die Funktionsvielfalt damit aber erst an. Denn schon nach wenigen Klicks durch das Menü befindet sich der Nutzer bei den vielfältigen zusätzlichen Effekten. Hier kann er beispielsweise Ausschnitte wählen, rote Augen beseitigen, Kontrast und Farbe ändern, Clipart- und Comic-Symbole oder Rahmen zu den Bildern hinzufügen oder das Bild mit einem selbst geschriebenen Text versehen.

Damit aber immer noch nicht genug, denn die Nokia Multimedia-Computer haben noch mehr zu bieten – und zwar Funktionen, die den Unterschied zu Stand-alone-Kameras besonders deutlich machen. So können die selbst aufgenommenen Bilder beispielsweise mit ebensowenigen Klicks als Hintergrund verwendet oder Einträgen im Telefonbuch zugeordnet werden. Damit tragen die Geräte dem immer stärker werdenden Bedürfnis der Konsumenten Rechnung, sich durch die Individualisierung von Konsumgütern aus der Masse hervorzuheben.



Als Verkaufsunterstützung hält Nokia für seine Handelspartner auch ein attraktives Möbelkonzept bereit.

Auch, und hier zeigt sich der besondere Vorteil eines Multimedia-Computers, der Bildversand gestaltet sich extrem einfach. Ruft man beispielsweise ein Bild aus der Galerie auf, so erscheint am rechten Displayrand augenblicklich eine sogenannte aktive Symbolleiste. Diese dient dazu, bestimmte Programmpunkte schnell ansteuern zu können. Bei Galeriebildern erscheint, ebenso wie bei jedem Foto unmittelbar nach der Aufnahme, als oberster Punkt „Senden“. Aktiviert der Nutzer diesen, so kann er wählen, ob er das Bild per Mobilfunk (als Multimedia Nachricht/MMS oder E-Mail-Anhang) oder lokalem Netzwerk (hier werden die Optionen Bluetooth, Infrarot und WirelessLAN angeboten) weiterschickt. Und wer seine Bilder gern und schnell öffentlich präsentieren möchte, kann dies per Internet-Upload

direkt in der Internet-Foto-Community Flickr tun. Alle drei Modelle stellen außerdem das Nokia Lifeblog Programm bereit, das die Nutzer dabei



unterstützt, ihre Aufnahmen in ihrem eigenen Internet-Tagebuch zu veröffentlichen (www.nokia.de/lifeblog).

Einfache Bedienung trotz der üppigen Ausstattung

Bleibt abschließend noch zu erwähnen, daß die Nokia Multimedia-Computer sich trotz ihrer üppigen Ausstattung sehr leicht bedienen lassen. Dafür sorgt zum einen ein gut strukturiertes Menü, das sich an vielen Stellen auf die persönlichen Vorlieben des Nutzers zuschneiden läßt und selbst Mobilfunk-Anfänger nicht vor allzu große Probleme stellen dürfte. Zum anderen lassen sich insbesondere die grundlegenden Fotofunktionen über gesonderte Knöpfe und Bedienelemente an der Gehäuseaußenseite nutzen – und das ist genau das, was der Fotograf kennt und erwarten darf.

Herbert Päge

Die Foto-Bedienelemente des Nokia N93 erinnern an eine normale Digitalkamera



Interview mit printeria-Geschäftsführer Winfried Gaber

„Wir zeigen einen Weg aus dem Dilemma an der Bildertheke“



Die Nürnberger printeria GmbH stellt sich derzeit mit einem vollkommen neuen Konzept als Partner des Fotohandels in Sachen Bilddienstleistungen auf (ifc berichtete in Ausgabe 9/2006, S. 44). Wir sprachen mit printeria-Geschäftsführer Winfried Gaber und fragten nach Hintergründen und Details der Zusammenarbeit.

imaging+foto-contact: Herr Gaber, in der vorigen Ausgabe haben wir über den printeria-Shop in der Nürnberger Innenstadt berichtet. Worin liegt, in wenigen Worten, der Erfolg dieses neuartigen Geschäftsmodells?

Winfried Gaber: In Nürnberg zeigen wir die gesamte Palette der Möglichkeiten, Digitalbilder in haptische, also anfaßbare Produkte umzusetzen – mit Ausnahme aller Standardfotoarbeiten. Gerade diese Fülle ist es, die die Kunden anzieht und den Laden zu einem Selbstläufer gemacht hat. Nach wie vor besteht ja das Problem des Fotohandels darin, daß der größte Teil der aufgenommenen Digitalbilder dazu ver-

urteilt ist, auf ewig sein Dasein in Speichermedien zu verbringen und höchstens mal auf einem Monitor betrachtet wird, sei es der Kameramonitor, der Monitor eines Computers oder der Fernsehbildschirm. Und diese Bilder sind für den Fotohandel als Umsatzbringer verloren. Mit unserem Konzept zeigen wir einen Weg aus diesem Dilemma.

imaging+foto-contact: Aber warum verzichten Sie auf Standardbilderlinien? Die waren doch lange Zeit das „Brot-und-Butter-Geschäft“ des Fotohandels.

Winfried Gaber: Ganz einfach: An Standardbildern kann man heute (fast)

nichts mehr verdienen. Der klassische Fotohandel hat hier gegen die Billig-Bildertheken beispielsweise in Drogeriemärkten oder gegen Online-Anbieter langfristig keine Chance mehr. Wir meinen, daß es sinnlos ist, sich weiterhin auf einen Preiskampf einzulassen. Deshalb konzentrieren wir uns auf beratungs- und preisintensive Artikel. Untersuchungen und Erfahrungen in anderen Ländern bestätigen, daß diese Produkte zum einen auf absehbare Zeit eine Spezialität des Fotohandels bleiben werden und zum anderen, daß Kunden sehr wohl bereit sind, auch höhere Beträge auszugeben, wenn es um ihre bildgewordenen Erinnerungen geht. Ich bin sicher, daß mit der steigenden Nutzung von SLR-Kameras auch die Bereitschaft der Fotografen steigen wird, mehr Geld für Bilder auszugeben. Immerhin investieren die Kunden ja vorher höhere Beträge in eine Ausrüstung, mit der sie gute Ergebnisse erzielen können – und die wollen sie irgendwann einmal präsentieren.

imaging+foto-contact: Aber Deutschland gilt doch als das Land der Schnäppchenjäger. Kann Hochpreispolitik da erfolgreich sein?

Winfried Gaber: Der Begriff „Schnäppchen“ ist nicht absolut zu sehen, sondern relativ. Der Verbraucher konzentriert sich also nicht ausschließlich auf den tatsächlichen Endpreis in Euro, sondern er ist sehr wohl in der Lage, das Preis-/Leistungsverhältnis zu beurteilen. Und wenn er das Gefühl hat,

Foto Hailer erfolgreich als printeria-Partner

Joachim Hailer, Foto Hailer aus Neumarkt, schrieb zur Partnerschaft mit printeria: „Neben drei Annaheterminals für digitale Bilder haben wir uns für eine vierte Station entschieden. Dort bieten wir das Konzept der printeria an. Wir sind der Meinung, daß wir als Fotofachhändler unbedingt ein hochwertiges Geschenke- und Albenkonzept anbieten müssen, um trotz des zunehmenden Drucks im Bildergeschäft erfolgreich sein zu können. Hier bietet sich nach langer Recherche nur die printeria mit ihrer großen Auswahl und mit hervorragender Qualität als Partner für unser Unternehmen an.“



selbst ein hochpreisiger Artikel sei sein Geld wert, dann ist es für ihn auch ein Schnäppchen. Als Beispiel läßt sich hier der Erfolg der Fotobücher nennen. Hier zahlt der Kunde deutlich höhere Beträge, als er zahlen müßte, wenn er die darin enthaltenen Bilder einzeln printen ließe. Der Alltag in unserem Geschäft in Nürnberg beweist, daß unsere Philosophie aufgeht.

imaging+foto-contact: Kommen wir jetzt zur konkreten Zusammenarbeit mit dem Fotohandel. Wie sieht das Geschäftsmodell aus, das Sie potentiellen Partnern im Fotohandel anbieten können?

Winfried Gaber: Es gibt zwei unterschiedliche Modelle. Erstens kann der Fotohändler das komplette Konzept in einer Art Franchisingmodell übernehmen, wenn er zum Beispiel eine neue Filiale eröffnen will, in der ausschließ-



Das Business-Paket T2/B1 ist mit zwei Terminal-Modulen und einem Bemusterungs-Modul ausgestattet.

lich digitale Bilddienstleistungen angeboten werden sollen. Zum anderen kann er unseren Fotobuch- und Geschenkeservice in Anspruch nehmen. Der steht auf vier Säulen: Säule eins ist das Shop-in-Shop-Modul, mit dem das Portfolio der Möglichkeiten

gezeigt werden kann und das dem Kunden die Möglichkeit bietet, direkt vor Ort seine Bestellungen zu bearbeiten. Säule zwei ist die notwendige Software zur Erstellung von Fotobüchern und -geschenken. Diese wird von uns ständig erweitert und aktualisiert. Säule drei ist der Online-Partnershop. Und Säule vier schließlich ist ein umfangreiches Werbemittelpaket, in dem die klassischen Werbe- und Verkaufsförderungsmittel enthalten sind.

imaging+foto-contact: Stehen das Onlineangebot und das Angebot am Point of Sale dabei gleichberechtigt nebeneinander?

Winfried Gaber: Nein, keinesfalls. Der stationäre Handel hat seine Stärke schon immer in der Beratung am Point of Sale gehabt, und das soll auch bei unserem Modell so bleiben. Das Besondere an unserem Konzept ist ja gerade, daß der Kunde gleich mehrmals den Laden betreten muß, um das gewünschte Produkt zu bekommen: Einmal, um die CD mit der notwendigen Software zu bekommen, mit deren Unterstützung er dann zu Hause in aller Ruhe seine Bestellung bearbeiten und zu uns schicken kann, und dann noch einmal, um das Produkt abzuholen. Und selbst derjenige, der die Bestellung an einer der Workstations im Laden durchführen will, muß auch noch mindestens einmal erscheinen, um seine Bestellung abzuholen.

imaging+foto-contact: Und was kostet den Handelspartner die Zusammenarbeit?

Winfried Gaber: Wir haben ein modulares Shop-in-Shop-Konzept entwickelt. Vom Basismodul bis zu umfangreichen Ladenbauelementen kann der Händler wählen und die benötigten Module über Kauf oder Leasing erwerben. Darüber hinaus muß der Partner einen monatlichen Beitrag entrichten, der zum Beispiel für die Entwicklung neuer Produkte, für die Pflege des Onlinebereichs und regelmäßige Software-Upgrades, aber auch für Lieferung und Verpackung, monatliche Verkaufs-Reportings, die Bereitstellung einer Hotline und verbilligte Verkaufsseminare verwendet wird. Die Beträge mögen auf den ersten Blick als hoch erscheinen, aber unsere Musterrechnungen zeigen, daß sich die Partner-Pakete schon bei Tagesumsätzen zwischen 18 und 94 Euro rechnen.

imaging+foto-contact: Herr Gaber, vielen Dank für das Gespräch.

Fotobuch- und Geschenkeservice bei City-Foto in Homburg

„Schon lange waren wir auf der Suche nach einem kompetenten Partner, der uns mit ausgefallenen und originellen Funprodukten beliefert. Gleichzeitig wollten wir auch ein qualitativ hochwertiges und reichhaltiges Sortiment an Fotobüchern anbieten, da die Nachfrage nach diesen Produkten stetig wächst. Durch eine Einladung von Helmut Machemer lernte ich die printeria mit all ihren vielfältigen Produkten kennen und war sofort begeistert“,



so Martin Stern, Geschäftsführer der City-Foto GmbH in Homburg. „Wir sind vor Ort als digitaler Bilddienstleister mit eigenem Minilab etabliert und können nun zusätzliche Möglichkeiten der digitalen Bilddienstleistung anbieten, und zwar auf dreierlei Weise:

1. Als Shop-in-Shop, wo der Kunde sich vor Ort von der Qualität und Beschaffenheit der Artikel überzeugen kann
2. Über die Bestell-Software auf CD, die den Kunden angeboten wird
3. Über unsere Homepage, von der aus man direkt online Fotobücher oder Funartikel bestellen kann.

Das modulare System erlaubt es uns, unseren individuellen Auftritt attraktiver und interessanter zu gestalten.“

printeria stellt das Partnerkonzept und die Verkaufsmodule auf der photokina, Halle 4.1, Stand F028, vor.

The Phone House vereinfacht das Geschäft

Fragt man diejenigen Fotohändler, die sich noch nicht mit Mobilfunk auseinandergesetzt haben, warum sie sich in diesem Bereich die Chancen auf interessante Zusatzumsätze entgehen lassen, so kommen gewöhnlich Antworten der Art: „Die Tarifstruktur ist zu schwierig“, „Die Abwicklung ist zu kompliziert“, „Das kann ich nicht in mein Sortiment integrieren.“ Der Tk-Service-Provider The Phone House hat sich intensiv mit diesen Vorbehalten auseinandergesetzt und stellt zur photokina ein Konzept vor, das Fotohändlern den Einstieg in die Vermarktung von Telekommunikationsprodukten und -diensten extrem vereinfacht.



Auch die Beratung in Sachen Handys und Tarife will gelernt sein. Mit erprobten Schulungs-Bausteinen und intensiver Betreuung durch den Außendienst sorgt The Phone House dafür, daß auch branchenfremde Handelspartner schnell in diesem Metier fit werden.

Der erste Mobilfunktarif speziell für den Fotohandel

Zentrales Element des Konzeptes ist der neue Fototarif, der gemeinsam mit CeWe Color entwickelt und speziell auf die Bedürfnisse des Fotohandels zugeschnitten wurde. „Das neue Produkt mußte zwei Bedingungen erfüllen, um für den Fotohandel attraktiv zu sein“, resümiert Dieter Koßmeier, Leiter des Geschäftsbereiches Vertrieb Handel bei The Phone House. „Erstens mußte das Produkt besonders einfach sein, d. h. eine überschaubare Anzahl von Geräten und eine besonders übersichtliche Tarifstruktur bieten, zweitens mußte es auch einen finanziellen Anreiz für den Fotohandel enthalten. Diese Vorgaben haben wir erfüllt, und ich bin davon überzeugt, daß es dem Fotohandel mit unserem neuen Fototarif so einfach wie noch nie zuvor gelingen wird, in das lukrative Mobilfunkgeschäft einzusteigen.“

Ein Blick auf das neue Angebot des Münsteraner Unternehmens beweist, daß es tatsächlich kaum übersichtlicher gehen kann. „Der Fototarif besteht derzeit aus exakt einem Vertragsangebot, das zum Start zur photokina mit genau zwei Handymodellen kombiniert werden kann“, erläutert Matthias Groher, Koßmeiers kommissarischer Vorgänger als Leiter des Geschäftsbereiches Vertrieb Handel bei The Phone House, der dem Unternehmen jetzt als Berater zur Seite steht.

Im Fototarif sind monatlich 15 Standardprints enthalten

Die Basis des Fototarifs bildet der Tarif Message Plus von The Phone House, der mit einer Bilderoption kombiniert wird. Message Plus ist ein seit langem in Deutschland bekannter Tarif, der zur Markteinführung deshalb für



Sehen im Fototarif eine große Chance für den Fotohandel: Dieter Koßmeier, Leiter des Geschäftsbereiches Vertrieb Handel bei The Phone House, ...

The Phone House zeigt Fotohändlern auf der photokina, wie sie durch moderne Mobilfunk-Vertriebskonzepte einen Mehrertrag am PoS erwirtschaften können

The Phone House ist in diesem Jahr erstmals auf der photokina in Köln vertreten. Dort präsentiert der unabhängige Komplettanbieter für Kommunikation und Entertainment sein Handelskonzept für die Fotobranche. Im Mittelpunkt stehen dabei ein Vermarktungsmodell für Mobilfunk mit Digitalfotografie sowie ein darauf abgestimmtes Ladenbaukonzept. Damit unterstreicht The Phone House das Ziel, gemeinsam mit Fotohändlern ein starkes Standbein im Markt für Mobile Imaging aufzubauen.

„Wir wollen zusammen mit dem Fotohandel zukunftsorientierte Konzepte für die Vermarktung von Fotohandys, Zubehör und Tarifen entwickeln“, sagt Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House. „Durch eine Kooperation mit uns können Fotohändler neue Umsatzquellen generieren.“ Das Know-how der Fachhändler sei aufgrund der zunehmenden Nachfrage nach hochwertigen Fotohandys gefragt, denn je. Deren komplexe technische Ausstattung erfordere eine professionelle Beratung, wie sie im Fotohandel schon seit Jahren bestehe.

Für Simon ist das Engagement auf der photokina deshalb selbstverständlich: „Wir wollen Kontakte zu Fachhändlern knüpfen und ihnen unsere Ideen vorstellen“. Am Stand von The Phone House informieren Mitarbeiter des Unternehmens über mögliche Kooperationsformen. Zusammen mit interessierten Fotohändlern werden vor Ort Beispielkalkulationen erstellt und realistische Wege zu höheren Umsätzen aufgezeigt. „Wir wollen Fotohändlern zeigen, daß wir das Bindeglied zum Absatzkanal

„Mobilfunk“ sind, der ihnen ansonsten verschlossen bleibt“, erklärt Simon.

Neben den wirtschaftlichen Vorteilen präsentiert The Phone House auch Beispiele für die Umsetzung einer Zusammenarbeit. Diese reichen vom Verkauf einzelner Produkte bis zur Übernahme kompletter Ladenbaukonzepte. Den Vertretern des Fotohandels wird gezeigt, wie sie Handys, Zubehör und Tarife des Mobilfunkanbieters in ihr Sortiment integrieren können.

Zur Warenpräsentation hat The Phone House eine eigene Themenwelt „Foto“ entwickelt, die den Kern des Shop-in-Shop-Konzeptes für den Fotohandel darstellt.

The Phone House ist auf der photokina mit einem eigenen Stand in Halle 5.2 (D37) und zusätzlich auf dem CeWe Stand in Halle 10.2 (A70/C71) vertreten. Das Unternehmen ist der einzige Mobilfunkanbieter, der sich in diesem Jahr auf der photokina präsentiert. Neben Gesprächen über den neuen Fototarif und die Vertriebskonzepte von The Phone House erwartet die Besucher aus dem



The Phone House hat in den vergangenen Monaten ein überzeugendes Vertriebskonzept für den Fotohandel entwickelt.

Fotohandel auf dem Stand in Halle 5.2 auch eine Demonstration der Leistungsfähigkeit aktueller Kamerahandys und Multimedia-Computer. Für alle Händler, die sich für einen Gesprächstermin auf der photokina angemeldet haben, hat The Phone House außerdem ein Gewinnspiel ausgeschrieben. Zu gewinnen gibt es die zweijährige kostenlose Nutzung eines CeWe DigiFotoMakers (ohne Verbrauchsmaterial), ein LCD-Fernsehgerät und eine Xbox 360 inklusive 20 GB & wireless controller.



... und Matthias Groher, der diese Position Übergangsweise als Interimsmanager bekleidete und jetzt als Berater strategische Projekte leitet.

Furore sorgte, weil es der erste Mobilfunktarif war, bei dem der Kunde keine Grundgebühr zu zahlen brauchte – zu zahlen war allerdings ein Mindestumsatz von 15 Euro pro Monat, der beliebig für Telefonie oder zum Versand von SMS/MMS verbraucht werden konnte.

Daran hat sich bis heute nichts geändert. Im Fototarif erhöht sich der Mindestumsatz um monatlich 2,99 Euro. Dieser Betrag kann ausschließlich für die Bestellung von Fotos genutzt werden. In der Summe enthalten sind 15 Prints im Format 11 x 15 cm und das Porto für den Komplett-

versand der fertigen 15 Bilder zum Endkunden.* Rechnet man als Porto 1,99 Euro, so ergibt sich für den Kunden ein Preis pro 11 x 15 cm-Standardbild von 6,7 Cent. Laborpartner von The Phone House ist CeWe Color. Schickt der Kunde mehr Bilder zum Printen zu CeWe, wird für jedes ein für Online-Bildbestellungen üblicher Betrag fällig. Nutzt der Kunde die volle Zahl von 15 Bildern nicht aus oder läßt er die Bilder nicht zu sich nach Hause, sondern zu seinem Fotohändler schicken, muß er dennoch die komplette Summe von 2,99 Euro bezahlen. Dies gilt auch für den Fall, daß er gar keine Bilder zum Printen schickt. Der Postversand der 15 im Tarif enthaltenen Fotos in mehreren Teillieferungen ist nicht vorgesehen.

Zu haben ist der Tarif in Kombination mit einem attraktiven Gerät. Zur

* Diese Angaben beruhen auf den Werten, die bis zum Redaktionsschluß vorlagen. Da die Verhandlungen zwischen CeWe und The Phone House zu diesem Zeitpunkt noch andauerten, können sich bis zur Veröffentlichung dieser Ausgabe Änderungen ergeben haben.

Unsere Tarifanfehlung

Tarifname	Netz	Laufzeit	Grundgebühr	Mindestnutzung	Handy	Aktion
JUST TALK LIFE T-MOBILE	T-Mobile	24 Monate	8,00 €	30,00 €	1,00 €	bestellen
LIFE PLUS T-MOBILE	T-Mobile	24 Monate	8,00 €	30,00 €	1,00 €	bestellen
JUST TALK POWER T-MOBILE	T-Mobile	24 Monate	8,00 €	50,00 €	1,00 €	bestellen
POWER PLUS T-MOBILE	T-Mobile	24 Monate	8,00 €	50,00 €	1,00 €	bestellen
LIFE PLUS GIGAS	T-Mobile	24 Monate	5,00 €	30,00 €	1,00 €	bestellen
RELAX 100	T-Mobile	24 Monate	29,00 €	0,00 €	1,00 €	bestellen
RELAX 1000	T-Mobile	24 Monate	60,00 €	0,00 €	1,00 €	bestellen

Unser Angebot:
1,00€

Auch Fotohändler kommen bei The Phone House in den Genuß stark subventionierter Handys.

Subventionierte Handys für den Fotohandel

Fotohändler, die sich dazu entschließen, mit The Phone House zusammenzuarbeiten und den Fototarif (und/oder andere Produkte des Münsteraner Unternehmens) zu vermarkten, kommen natürlich auch in den Genuß, ihren Kunden subventionierte Handys anbieten zu können. Die Subventionierung kommt dadurch zustande, daß sich die Kunden bei einem Vertragsabschluß mindestens zwei Jahre an das Unternehmen binden. Aufgrund der sich daraus ergebenden Umsatz-erwartungen wird die Subventionierung in den Tarif eingerechnet. Anders ausgedrückt: Würde das Gerät nicht subventioniert, könnte der Nutzer preiswerter telefonieren. Noch anders ausgedrückt: Letztlich zahlt der Kunde die Subvention selbst.

Diese Darstellung ist stark vereinfacht und gilt auch nur dann, wenn der Kunde das Gerät in einem üblichen durchschnittlichen Rahmen nutzt. Schließt er beispielsweise einen Vertrag ab, um ein Handy für einen Euro zu bekommen, das ihn ohne Subventionierung 549 Euro kosten würde, und nutzt er seinen Vertrag exakt in Höhe der 20 Euro Mindestumsatz pro Monat, dann hat er am Ende der Laufzeit 480 Euro bezahlt, also gegenüber einem Nur-Gerätekauf gespart. Anders ergeht es einem Kunden, der den gleichen Vertrag abschließt, dann aber überdurchschnittlich viel telefoniert. Für ihn wäre es

unter Umständen billiger gewesen, ein Neugerät in bar zu bezahlen und einen preiswerteren Tarif zu wählen. Die Subventionierung ist also eine Mischkalkulation, die sich aus den bisherigen Erfahrungen und den Erwartungen des Tarifanbieters an das Nutzungsverhalten des Kunden ergibt.

Wichtig zu wissen: Das Risiko der Subventionierung liegt immer beim Mobilfunk-Vertragspartner, niemals beim Händler. Im Gegenteil: Für jeden Vertragsabschluß zahlt beispielsweise The Phone House eine hohe Provision (sofern es sich nicht um „Kampfangbote“ handelt, die vor allem dazu dienen, die Kundenfrequenz im Laden zu erhöhen). Diese liegt, auch hier ist die Basis des Beispiels nur ein kalkulatorischer Durchschnittswert, bei etwa 275 Euro. 200 Euro davon werden für die Lieferung der Geräte einbehalten, so daß eine Marge von 75 Euro für den Händler übrigbleibt.

Ebenfalls wichtig: Die Provision wird bei der Bestellung des Produktes vorab gezahlt, die Abrechnung erfolgt monatlich. Der Händler braucht damit keine Ware vorzufinanzieren. Damit wirkt sich die Partnerschaft mit The Phone House nicht negativ auf den Cash-Flow des Unternehmens aus, solange der Händler in der Lage ist, die vorab geschlossene Zielvereinbarung mit den Münsteranern einzuhalten.

photokina werden voraussichtlich die beiden Nokia Multimedia-Computer Nokia N73 und Nokia N93 zur Auswahl stehen,* die beide über eine 3,2-Megapixelkamera und ein Carl-Zeiss-Objektiv verfügen (Näheres zu diesen Geräten auf den Seiten 54–57 in dieser Ausgabe).

„Der Fototarif bringt Vorteile für alle Beteiligten“

„Wir sind davon überzeugt, daß der Fototarif für alle Beteiligten Vorteile bringt“, betont Koßmeier. So könne sich der Endkunde über einen attraktiven, wettbewerbsfähigen Bilderpreis freuen, während der Handel nicht nur durch die Provisionierung des Vertrages und die provisionierte „Airtime“ (eine Spezialität der Telekommunikationsbranche, siehe Kasten auf der nächsten Seite) verdiene, sondern auch erstmals ein digitales Bildaufnahme-gerät verkaufe, bei dem bereits 360 geprintete Bilder mitverkauft seien. „Das hat es bislang noch bei keiner Kamera gegeben“, unterstreicht Koßmeier, „und wenn man diese Zahl mit der Bilderzahl der analogen Ära vergleicht, dann entspricht sie zehn 36er-Filmen – so viel Filmmaterial hat damals kaum ein Verbraucher in zwei Jahren belichtet.“

Der Fototarif sorgt für das Wiederkommen der Kunden

Der Fototarif sei damit ein erster Schritt zur Lösung des Problems, daß sich die Zahl der insgesamt aufgenommenen Bilder und die Zahl der geprinteten Aufnahmen gegenläufig entwickle, ergänzt Groher. „Aber damit nicht genug. Erfahrungsgemäß nutzt nur ein kleiner Teil der Kunden, die



Fotohandys eröffnen neue Möglichkeiten für den Verkauf von Zubehör – auch aus Bereichen, in denen der Fotohandel auf jahrzehntelange Erfahrung zurückgreifen kann.

Bilder über ein Online-Portal bestellen, die Möglichkeit, diese Bilder direkt ins Haus geschickt zu bekommen. Der größere Teil holt die geprinteten Bilder lieber bei seinem Händler ab“, so Groher. „Und sei es nur, um dort sofort reklamieren zu können.“ Da der Fototarif den Kunden faktisch dazu veranlasse, Bilder printen zu lassen (da die 2,99 Euro monatlich sonst verfallen), Sorge dieser auch dafür, daß ein Großteil der Kunden, der einen entsprechenden Vertrag erwirbt, Monat für Monat wieder den Laden des Händlers betreten wird, um dort seine Bilder abzuholen. Groher: „Damit sind zahlreiche zusätzliche Kundenkontakte programmiert, die der Händler für den Verkauf von Zubehör oder weitergehender digitaler Bilddienstleistungen nutzen kann. Auch ein solches Kundenfrequenzmodell hat es bislang noch nicht in der Fotobranche gegeben.“

Zwei Wege für die Bildübertragung zum Labor

Für die Übertragung der Bilddaten zu CeWe Color stehen dem Nutzer zwei Wege offen: Er kann die Bilder per Internetcomputer oder direkt von seinem Mobilfunk-Endgerät ins Labor verschicken.

Bei Variante eins lädt der Kunde die Bilder zunächst von seinem Handy auf seinen Computer (kabellos, per Daten-



Mit dem Laborpartner CeWe Color hat sich The Phone House inzwischen auch als Anbieter von Fotodienstleistungen bei seiner Kundschaft etabliert.

kabel oder per Speicherkarte) und anschließend in sein persönliches Bildarchiv auf der Internetseite von The Phone House. Dort kann er die Aufnahmen noch bearbeiten und überprüfen lassen, ob die Datenmenge für die gewünschte Bildgröße ausreicht. Sind die Ergebnisse zufriedenstellend, schickt er die Fotos zu CeWe Color, wo sie geprintet werden. Neben den Stan-

dardbildern, die Teil des Fototarifs sind, kann er auf der Internetseite selbstverständlich auch alle anderen Artikel rund um Digitalbilder bestellen, die CeWe Color anbietet.

Bei Variante zwei werden die Fotos direkt vom Handy aus an CeWe geschickt. Da die Datenmenge bei MMS auf 300 KB pro Bild begrenzt ist, geschieht dies nicht als Multimedia Message, sondern mit Hilfe einer eigenen Software. Diese ermöglicht dem Nutzer die Auswahl vor dem Versand der Fotos und die Angabe von Anzahl und Größe. Außerdem dient das Programm zur Identifizierung des Nutzers.

Weitere Tarifoptionen sollen schnell folgen

Der zur photokina vorgestellte Fototarif bedeutet für The Phone House nur den Einstieg in den Fotohandel. Weitere Tarife und Tarifoptionen sollen schnell nach der Messe folgen. Wie diese im Detail aussehen werden, hängt auch von der Resonanz des Handels ab. Die Vertreter des Tk-Anbieters freuen sich deshalb darauf, auf der photokina viele anregende Gespräche mit Fotohändlern führen zu können, „denn“, so Koßmeier, „wir wissen, daß sinnvolle Produkte nur dann entstehen können, wenn wir auch die Wünsche und Belange unserer Handelspartner berücksichtigen.“

Provisionen machen Mobilfunkverkauf sehr attraktiv

Neben den hohen Margen, die von The Phone House beim Verkauf eines Mobilfunkvertrages gezahlt werden (siehe Kasten auf der vorhergehenden Seite) provisioniert der Münsteraner Service Provider auch die sogenannte Airtime des Kunden. Darunter sind alle Umsätze zu verstehen, die der Kunde im Rahmen seines Vertrages macht, also sowohl Sprache als auch Datenversand (SMS/MMS/E-Mails etc.). Dies ist nicht bei allen Mobilfunkanbietern der Fall. Airtime-Provision gibt es bei The Phone House, solange der Endkunde seinen Vertrag hat (auch auf alle Neuverträge, zusätzliche Optionen etc., die vom Händler verkauft werden) und solange der Händler Vertragspartner von The Phone House ist – bestenfalls also bis zum Lebensende. Aufgrund dieser mehrfachen Provisionierung wird der Verkauf von Mobilfunk auch schon bei einer geringen Anzahl von Verträgen pro Monat für den Händler attraktiv. Hier eine Modellrechnung, in der jeweils zehn Mobilfunkverträge (Credit) und zehn Prepaid-Verkäufe pro Monat sowie der Verkauf beliebigen Zubehörs vorausgesetzt werden.

Produkt	Anzahl/Monat	Marge (ø)	Einnahmen
Credit	10	75 Euro	750 Euro
Debit	10	10 Euro	100 Euro
Zubehör		150 Euro	150 Euro
Airtime		288 Euro	288 Euro
Rohrerlös = 1.288 Euro			

Seit vielen Jahren auch in der digitalen Welt **μ – die erfolgreichste Kameramarke der Welt**

Die Olympus μ-Kameras mit ihrem kompakten und oftmals frechen Design, ihren technischen Features und ihrem wetterfesten Gehäuse sind schon seit 15 Jahren fester Bestandteil der Fotowelt. Viele Millionen Exemplare der kleinen Kameras wurden seit der Markteinführung verkauft und haben weltweit für ungeheure Popularität des Namens μ gesorgt.

Der Name war schon immer Programm: Der griechische Buchstabe μ steht für den millionsten Teil einer Einheit (10^{-6} oder 0,000 001). Und klein sollten die μ[mju:] -Kameras schon immer sein. Klein, frisch im Design und ausgestattet mit Features, die stets eine ideale Kombination von technisch Machbarem, Sinnvollem und für den Kunden Bezahlbarem waren.

Weltweit wurden fast 35 Millionen Exemplare verkauft

Daß dieses Vorhaben bis heute konsequent durchgehalten und von den Kunden angenommen worden ist, beweisen fast 35 Millionen weltweit verkaufte Olympus μ-Kameras. Eine Million μ-Kameras waren schon nach einem Jahr verkauft, die Zehn-Millionen-Marke wurde 1998 geknackt, die 20-Millionen-Marke Ende 2001 übersprungen. Und seit März 2003, da kam die μ[mju:] 300 Digital auf den Markt, tragen auch digitale

Zwei Highlights aus der vergleichsweise jungen Geschichte der digitalen μ-Kameras: die μ Digital 500, die als erstes Modell der Serie mehr als fünf Megapixel hatte (November 2004, r.), und das Designschmuckstück Olympus μ-mini Digital (September 2004).



15 Jahre und viele Generationen technischer Weiterentwicklungen trennen die Olympus μ[mju:] -1 aus dem Jahre 1991 und die Olympus μ 1000 mit einem Zehn-Megapixel-Aufnahmekip, die zu den Olympus-Neuheiten der photokina 2006 gehört.

μ-Kameras zur ungebremsen Erfolgsgeschichte der μ bei. 2006, 15 Jahre nach der Einführung der „Ur-μ[mju:]“, kann Olympus mit Fug und Recht von sich behaupten, die erfolgreichste Kameramarke der Welt geschaffen zu haben. Der Siegeszug der μ-Serie begann im März 1991. Damals präsentierte Olympus ein Autofokus-Kompaktmodell, das sowohl durch sein wetterfestes Gehäuse, bestimmt durch abgerundete Ecken und eine elegante, zur Seite schiebbare Objektivabdeckung, als auch durch seine Funktion für Furore



sorgte. In einer Zeit, in der Kompaktkameras sich nicht gerade durch übermäßigen Charme auszeichneten, hatte Olympus eine Kamera geschaffen, die nicht nur durch ihre Funktionalität,



sondern auch durch ihr Design auffiel. Im März 2003 kamen dann auch die ersten digitalen Modelle der Kultkamera auf den Markt. Bis zum heutigen Tag wird das Sortiment der digitalen Olympus μ-Kameras konsequent ausgebaut.

Fünf neue μ-Modelle zur photokina 2006

Zur photokina 2006 stellt das Unternehmen mit der μ 725 SW, der μ 730, der μ 740, der μ 750 und der μ 1000 gleich fünf neue attraktive Modelle vor. Besonderes Interesse innerhalb dieses Neuheiten-Portfolios dürften die μ 1000, die mit einem wetterfesten Edelstahlgehäuse und zehn Megapixeln glänzt, und die μ 725 SW finden. Letztgenannte ist das Nachfolgemodell der erfolgreichen μ 720 SW, die nicht nur wasserdicht ist, sondern auch Stürze aus 1,5 Metern unbeschadet übersteht – ebenso wie die aktualisierte Version μ 725 SW. Das Zeug zum Topprodukt für Herbst und Winter hat aber auch die μ 750, die durch ein edles Metallgehäuse, ein Fünffach-Zoomobjektiv, einen mechanischen Bildstabilisator und 7,1 Megapixel gekennzeichnet wird.



Mit der Olympus C-400L begann 1996 der Einstieg von Olympus in die Digitalfotografie.

Zehn Jahre Digitalfotografie bei Olympus

Daß es Olympus mit den ersten beiden digitalen μ -Modellen im Jahr 2003 gelungen war, auf Anhieb Volltreffer bei Handel und Verbrauchern zu landen, ist kein Zufall. Immerhin konnte man seinerzeit bereits auf eine siebenjährige Erfahrung bei der Entwicklung digitaler Aufnahmegeräte zurückblicken.

Erste Digitalkamera aus dem Hause Olympus war die C-400L, die zeitgleich mit dem Schwestermodell C-800L auf den Markt kam. 350.000 bzw. 810.000 Pixel rufen heute nur noch ein Lächeln hervor, damals war aber fast eine technologische Revolution gelungen. So verkauften sich diese Modelle auf Anhieb hervorragend. Zumal Olympus als Hersteller von Systemkameras sofort erkannt hatte, daß digitale Kameras dem Endverbraucher besonders dann Freude bereiten, wenn sie in ein komplettes Konzept eingebettet sind.

Die Verbraucher honorierten sowohl die technische Leistung als auch die verbraucherfreundliche Denkweise des Unternehmens und griffen in den folgenden Jahren bevorzugt zu Digitalkameras aus dem Hause Olympus: Trotz einer zunehmenden Zahl von Herstellern und einer immer unüberschaubareren Menge von Modellen zählt Olympus zu den erfolgreichsten Digitalkamera-Herstellern.

Einführung eines neuen Digitalkamerastandards

Eine kleine Sensation gelang Olympus im Jahr 2002 mit der Markteinführung eines neuen digitalen Spiegelreflexkamerasystems, in dessen Mittelpunkt die Olympus E-1 stand. Sie repräsentierte als erste Kamera den neuen Four Thirds Standards. Kennzeichen dieses Standards, der gemeinsam mit

Kodak ins Leben gerufen wurde, ist die ausschließlich digitale Bildaufzeichnung mit einem eigens für diesen Standard entwickelten Aufnahmechip. Bei diesem handelt es sich um einen 4/3-Speicherchip mit einer Bilddiagonale von 22,3 mm. Dies entspricht der halben Größe eines klassischen Kleinbildnegativs.

Hintergrund des Four Thirds Standards war die Überlegung, daß es notwendig sei, ein vollkommen neues, eigenständiges Aufnahmesystem zu schaffen, das keinen Beschränkungen der analogen Fotografie unterlag und ausschließlich für die

Initiator des Four Thirds Standards

hohen digitalen Bildanforderungen entwickelt wurde. Bis zum heutigen Tag ist Four Thirds bei Olympus zu einem kompletten System ausgebaut worden.

Der E-1 folgten die E-300 (9/2004), die E-500 (9/2005), die E-330 (1/2006) und die E-400, die derzeit kleinste Digital-SLR, die zur photo-

Auch für professionelle Ansprüche hat Olympus immer wieder Neues zu bieten: 2000 kommt die All-in-One-SLR E-10 auf den Markt (unten), 2003 folgt die E-1, die erste Kamera im neuen Four Thirds Standard.



Die Olympus C-2100 Ultra Zoom war das erste Zehnfach-Zoommodell mit optischem Bildstabilisator.

kina auf den Markt kommt (siehe dazu S. 48 in dieser Ausgabe). Mit der E-330 gelang Olympus Anfang 2006 erneut eine technologische Revolution: Der Live View-Modus wurde eingeführt. Dank Live View kann die Wahl des Bildausschnitts in Echtzeit durch den Sucher oder auch über das 2,5 Zoll (6,4 cm) große HyperCrystal LCD erfolgen. Kein anderer Hersteller kann bislang eine so hohe Zahl von Wechseloptiken,



Zubehör und Kameragehäusen ausschließlich für digitale Anwendungen vorweisen. Auch Hersteller wie Panasonic, Leica und Sigma haben sich inzwischen zum Four Thirds Standard bekannt. Und in einem soeben gemeinsam publizierten Katalog zeigen Olympus, Panasonic und Sigma das komplette Sortiment an Wechselobjektiven für den Four Thirds Standard.

Ausgezeichnete Plus X Award-Produkte auf der IFA

Publikumsmagnet Hall of Fame

Die Hall of Fame hat dem Besucheransturm standgehalten: Viele tausend technik-begeisterte Menschen kamen täglich zu dem hersteller-neutralen Plus X Award-Stand auf der IFA, der in Kooperation mit EP: und MediMax präsentiert wurde.

Anhand von über 100 Top-Produkten machte die Hall of Fame deutlich, wie faszinierend prämierte Markenqualität sein kann. Bereits die „Night of Fame“ am ersten Messtags von 450 Branchen-Persönlichkeiten und Journalisten besucht. Das Gala Event inmitten ausgezeichneter Technologien überzeugte die Gäste mit grandioser Atmosphäre, dem exzellenten Showkoch Thomas Krause im Cloer-Kochstudio und auch musikalischen Leckerbissen: Pe Werner und Ministry of Song sorgten für eine energiegeladene Mischung aus schwarzem Soul und schönstem Singer-Song-writer-Pop.

Während des Messebetriebs ließen sich auch prominente Gäste in der Hall of Fame blicken. Comedy-Star Oliver Kalkofe wollte eigentlich nur der zahlreich anwesenden Presse ein paar Interviews geben, blieb dann aber ganze vier Stunden auf dem Plus X Award-Stand und zeigte sich begeistert von den prämierten Produktneuheiten. Auch Miss IFA, die schöne



Repräsentantin der weltgrößten Consumer Electronics-Messe, und Dave Graveline, fachkundiger US-Radiomoderator von „Into Tomorrow“, kamen in die Hall of Fame und glänzten inmitten der Siegerprodukte.

Die Hall of Fame 2006 war erneut ein absoluter Publikumsmagnet, da sie als „Neutrale Zone der IFA“ mit glaubwürdig-innovativen Qualitätsprodukten gilt. Entsprechend spektakulär wurden viele Technologien inszeniert: In

einem 550 PS starken Bentley Flying Spur konnte mit dem Naviflash 1060 das erste mobile Navigationssystem, mit dem man fernsehen kann, bestaunt werden. „Eines steht heute für mich fest,“ erklärt Donat Brandt, „wir wünschen uns nach diesem Erfolg eine Teilnahme an der IFA 2007. Allerdings müsste aufgrund der wachsenden Beliebtheit des Awards ein nochmals größerer Stand realisiert werden.“

miz

Rekordanmeldungen zum Plus X Award 2007

In diesem Jahr fiel der Startschuß zum vierten Plus X Award bereits am 1. September. Die große Nachfrage veranlaßte die Organisatoren des größten Technologie-Contests in Europa, den Start ihrer Nominierungsphase vorzuverlegen. Schon nach 14 Tagen ist eine Rekordanzahl von über 100 Produkten namhafter Hersteller nominiert. Allen schnell entschlossenen Unternehmen der Consumer-Electronics-Branche, die ihre Markenprodukte noch während der Early-Bird-Phase einreichen, wird ein Rabatt von 20% auf die Nominierungsgebühr gewährt. Die Produkte können noch bis zum 28. Februar 2007 nominiert werden, danach werden sie der hochkarätigen Jury aus Fachjournalisten und Marktpersönlichkeiten vorgestellt. Es gilt, die Produkte nach Design, Innovation, Bedienkomfort und Ökologie zu bewerten. Für den Plus X Award können sich alle in- und ausländischen Unternehmen in den Produktgruppen Car Entertainment, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, IT-PC, Fototechnologie, Wohntechnologie, Elektrokleingeräte und Elektrogroßgeräte bewerben. Nach dem überwältigenden Erfolg der Hall of Fame 2006, der bei Publikum, Medien und Handel in gleichem Maße durchschlagend war, darf man auf den Showdown der nächsten, noch größeren medialen Präsentation der siegreichen Produkte auf der IFA 2007 gespannt sein.



Miss IFA zu Besuch in der Hall of Fame auf dem Plus X Award-Stand. Mehr als 100 prämierte Top-Produkte wurden in der Hall of Fame präsentiert. Entsprechend spektakulär wurden viele Technologien inszeniert.

Panasonic liefert die Energie Tips für gelungene Fotos vom Nachwuchs

Welche Mutter, welcher Vater kennt das nicht: Bereits Ultraschallaufnahmen vom ungeborenen Nachwuchs sorgen für Entzücken; und auch die folgende Zeit von der Geburt bis zur Pubertät bietet eine Vielzahl von emotionalen Eindrücken, die die rasante Entwicklung des Kindes begleiten. Um sich an die verschiedenen Lebensphasen zu erinnern, möchten Angehörige diese Momente gerne im Bild festhalten und für immer bewahren.



Das Aufwachsen der Kinder im Bild zu dokumentieren, gehört zu den emotionalsten Beschäftigungen im Leben von Eltern und sonstigen Angehörigen.

Doch Babys mögen kein Blitzlicht, und kleine Kinder sind besonders ungeduldig. Panasonic Batteries gibt deshalb Tipps, wie Babys und Kleinkinder zu Shooting-Stars werden: Babys und Kleinkinder sollten möglichst ohne Blitz fotografiert werden, weil dann die natürlichen Lichtstimmungen und Farben erhalten bleiben. Wird das künstliche Licht dennoch benötigt, kann indirekt geblitzt werden.

Fällt die Entscheidung gegen die Verwendung eines Blitzes, ist es ratsam, die Blende so weit wie möglich zu öffnen oder das Porträtprogramm zu wählen. Dann verschwimmt der Hintergrund und das Kind steht im Mittelpunkt. Fokussiert der Fotograf die geöffneten Augen (ratsam ist es hier,

das dem Fotografen näher befindliche Auge zur Scharfstellung zu wählen), können Lichtreflexe in den Augen die Lebendigkeit des Kindes unterstreichen.

Bei Hell-Dunkel-Kontrasten ist darauf zu achten, daß es nicht zu Fehlbelichtungen kommt. Liegt das Kind beispielsweise unter einem Sonnendach, ist auf dem Foto möglicherweise nur das Dach zu sehen und der Rest des Bildes erscheint zu dunkel. Um dies zu vermeiden, sollte der Fotograf nur den schattigen Bereich in den Sucher nehmen, den Auslöser antippen und damit den korrekten Blendenwert speichern. Mit dem gedrückten Auslöserknopf kann schließlich die gewünschte Perspektive gewählt werden.

JOBBO FOR YOUR BEST IMAGE

GIGAVU PRO

evolution

TIPA 2006

Professioneller Photospeicher 40-120GB
DVI | VGA Display | RAW Decoding
... um nur 3 Gründe zu nennen.

MORE THAN 80 YEARS OF PHOTO EXPERIENCE **WWW.JOBBO.COM**

Als Alternative empfiehlt sich eine Belichtungsreihe mit unterschiedlichen Blendeneinstellungen, die von den meisten Kameras nach Wahl der entsprechenden Funktion automatisch vorgenommen wird. Mit der Serienbildfunktion gelingt es, Stimmungen und Reaktionen bei besonders aktiven Kindern einzufangen. Aufgrund der teils schnellen Bewegungen empfehlen sich eine möglichst geringe Auslöseverzögerung, kurze Belichtungszeiten und ein schneller Autofokus. Bei längeren Fotoserien sollte auf ausreichenden Speicherplatz geachtet werden.

Um während längerer Shootings auch die Energieversorgung der Kamera zu garantieren, empfiehlt sich die Panasonic Digital Xtreme Power-Batterie. Mit dieser innovativen Batterie hat Panasonic die Energieleistung seiner Batterien deutlich erhöht und ermöglicht damit eine längere Nutzungsdauer der Geräte. Vor allem für energieintensive Anwendungen wie Digitalkameras mit großen Displays sind Digital Xtreme Power-Batterien eine ideale Lösung.

Sollten sich am Ende der Aufnahmen doch Fehler in die Fotos eingeschlichen haben, besteht immer noch die Möglichkeit, im Fotolabor oder zu Hause am Computer kleinere Mängel auszugleichen. Eine individuelle Sammlung dokumentiert schließlich die Entwicklung des Kindes: ob traditionell in einem Fotoalbum, in einem Digitalfotoalbum oder auf einer kommentierten DVD. So bleibt jeder einmalige Moment in Erinnerung.

Nicht im Sinne des klassischen Einzelhandels: **Liberalisierte Ladenöffnungszeiten**

Unser Wirtschaftspolitischer Kommentar in der August-Ausgabe war mit einer Meinungsumfrage an unsere Leser verbunden, sich zur Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten zu äußern. Wie emotionell viele Einzelhändler mit diesem Thema verbunden sind, haben wir an der erstaunlich großen Resonanz auf unseren Fragebogen registrieren können.

Um es gleich vorweg zu sagen: 84 Prozent der Teilnehmer haben sich gegen eine Liberalisierung und nur 16 Prozent dafür ausgesprochen. Aber in einem Punkt waren sich alle einig (bis auf einen): Sonntags sollen die Geschäfte geschlossen bleiben, was unser Leser Thomas Hillenbrand, Fotografie Hillenbrand, 86830 Schwabmünchen, auf die Kurzformel „Sonntag = Familientag“ gebracht hat.

Inzwischen hat sich die schwarz/gelbe Regierung in Nordrhein-Westfalen erneut mit diesem Thema befaßt, wozu die Rheinische Post am 16. August den Aufmacher brachte: „NRW macht die Ladentür auf“. Die Zeitung stellt weiter fest: „Damit ist NRW das erste Land, das die neuen Möglichkeiten im Zuge der Föderalismusreform nutzt“. Dazu muß vermerkt werden, daß die FDP sich mit ihrer Forderung nicht durchsetzen konnte, auch den Sonntag mit in die Neuregelung einzubeziehen. Es soll in Kürze der Gesetzentwurf der NRW-Landesregierung verabschiedet werden, wo es heißt: „An den Werktagen werden die Laden-Öffnungszeiten vollständig freigegeben. Bislang darf die Ladentür nur von sechs bis 20 Uhr geöffnet sein“. (Bis auf die bisher üblichen Ausnahmen.)

Zu dem Bericht der Rheinischen Post gehört auch die Feststellung, die Geschäfte vor Ort wüßten jedenfalls

am besten, was die Kunden wünschen. Das hat sich auch in unserer Umfrage herausgestellt. Wie andere Teilnehmer schreibt uns H.-Joachim Wust, Elwufot, 69469 Weinheim: „Meine Öffnungszeiten sind nach Bedarf“.

Eine Auswertung der angegebenen Öffnungszeiten zeigt, daß die Geschäfte unserer Leser sich auf ihre örtlichen Notwendigkeiten einstellen, mit Beginn 8 Uhr, wobei die meisten doch erst um 9 Uhr ihr Geschäft öffnen, bis grundsätzlich 19 Uhr, wobei die Mittagspausen örtlich verschieden ein bis zwei Stunden ausmachen, sofern man nicht, was auch viele tun (bei uns 39 Prozent), durchgehend geöffnet hat.

Militärisch gesehen, kommt man nach unserer Befragung zu dem Schluß, daß sich im mittelständischen Handel ein „hinhaltender Widerstand“ breitmacht. Man will sich der totalen Liberalisierung, soweit man es kann, widersetzen, weil doch mit den totalen Öffnungszeiten die Großvertriebsformen wieder einmal besonders bevorzugt werden, durch ein zusätzliches Verkaufsangebot vieler Artikel, was

klassische Händler für neue Technik und Foto nicht bieten können. Leider ist damit auch das lebenserhaltende Bildergeschäft weiter gefährdet, sofern man nicht mit weiteren Investitionen wie z. B. Minilabs und mit großer Initiative dem bisherigen Kundenkreis zeigt, wie schnell und wie gut und vor allem wie preiswert schöne Fotos „bei Ihrem Fotohändler“ zu bekommen sind.

Mit den nachstehenden Meinungen haben wir versucht, vor allem die Leser zu Wort kommen zu lassen, die sich der Mühe unterzogen haben, ausführlich ihre Meinung zu schreiben; wie auch eine Anzahl Kurzkommentare, die mit „Herzblut“ geschrieben sind. Wir werden unserer Landesregierung mit Wirtschaftsministerin Christa Thoben, CDU, unseren Bericht zur Kenntnis geben. Mit dem Hinweis auf Martin Luther, der doch damals schon so treffend gesagt hat, was auch heute für unsere Politiker zutrifft: „Auf fremdem Arsch ist gut durchs Feuer reiten“, möchte ich meine Ausführungen schließen.

H. J. Blömer

Meinungen unserer Leser

Diese neue Regelung ist nur für Supermärkte und Großkonzerne gewollt, um den Rest der kleinen Geschäfte platt zu machen.

Foto Moog, 36205 Sontra

Längere Öffnungszeiten = mehr Kosten. Durch längere Öffnungszeiten findet für die Bürger keine automatische Geldvermehrung statt. (siehe auch Brief)

Photohaus-Photostudio Brenner, 76275 Ettlingen

Der Markt und Standort soll selbst regeln.

Studio und Galerie Wolfgang Roucka, 80802 München

Schützt die „kleinen“ Läden!!
Das Foto-Eck Helmut Pex, 81927 München

Betriebskostensteigerungen durch längere Öffnungszeiten, Kunden haben jetzt schon zu wenig Geld!

Foto Optik Mayer, 86150 Augsburg

Habe bedingt durch das Fotostudio bereits eine 65-Stunden-Woche. Meine Öffnungszeiten bleiben so.
Foto-Studio Ernst Krammer, 86529 Schrobenhausen

Verlängerung nicht notwendig.
Foto-Video Langer, 86343 Königsbrunn

Öffnungszeiten Mo.–Fr. 9–18, Sa. 9–12 Uhr und Fototermine nach Absprache zu jeder Zeit und Filiale im Einkaufscenter, 9–19/9–14 Uhr.
Foto Podiebrad, 19322 Wittenberge

Vorteil nur für Großvertriebsformen und 1A Lagen. Immer größerer Druck auf Kleinbetriebe und Personal.
St. Georg-Drogerie Hansjörg Streicher, 79111 Freiburg

Unsere Öffnungszeiten sind Mo.–Fr. von 8.30–18, Sa. von 8.30–14 Uhr, wir sind aber abends flexibel.
Foto Heinisch, 45276 Essen

München ist eine Großstadt, und es sollte doch möglich sein, Filmmaterial auch am Abend zu kaufen oder sonntags (siehe Brief).
Petra Eisinger, Fotografin, 81679 München

Totale Ladenöffnungszeiten nutzen nur dem Großkapital auf der grünen Wiese. Sie vernichten Arbeits- und Ausbildungsplätze! Sonntagsruhe im Dienst der Volksgesundheit!
Foto-Studio Euler, 59457 Werl

Versuchen Sie mal, einem Australier das Ladenschlußgesetz zu erklären!
Foto Blaasch, 24147 Kiel-Elmschenhagen

Noch längere Öffnungszeiten sind nicht mehr zu bezahlen, 1/3 Personal braucht man mehr!
Drogerie-Ringfoto Anton Kröll, 56170 Bendorf

Nur für die Märkte gut. Es kommt zur Austrocknung des kleinen Einzelhandels.
Drogerie + Reformhaus Hans Pohl, 32361 Preußisch Oldendorf

Großes Lob für Ihre realistischen Beiträge, welche ich lese und zum Lesen

weitergebe. Solche Menschen bräuchten wir mehr! Leider macht heute fast kein Mensch mehr den Mund auf. Bequem, satt und meistens noch dumm.
Photohaus-Photostudio Brenner, Ettlingen

Wo ist das Amt, das täglich bis 18.30 Uhr zu erreichen ist?
Audiophil-Foto Klaus Lorenz, 52062 Aachen

Öffnungszeiten Mo.–Fr. von 9–18.30, Sa. von 9–14 Uhr; Atelier und Reportagen: sonntags nach Vereinbarung.
Foto Bernhard Völker, 51381 Leverkusen

Unsere Öffnungszeiten sind Mo.–Fr. von 9–12 und 14–18 Uhr und nach Vereinbarung. Es ist ja nicht automatisch mehr Geld vorhanden.
Foto-Studio Birgit Herse, 15517 Fürstenwalde

Sehr geehrte Damen und Herren, warum ist es einem Fotografen – der kurzzeitig einen Foto-Termin hat – nicht möglich, am Samstag/Sonntag Filmmaterial einzukaufen? Ein Münchner Filmgroßhandel schließt am Freitag um 17.00 Uhr seinen Laden. Wir sind ein Dienstleistungsland, und nur da bekommen wir auch mehr Jobs, die Zukunft ist flexibel und darf nicht starr sein, deswegen geht es auch dem Fotohandel nicht besonders gut, weil sie sich den Gegebenheiten nicht anpassen. Auch ältere Kräfte könnten eingebunden werden bei flexiblen Arbeitszeiten und ihr Wissen weitergeben.
Petra Eisinger, Fotografin, München

Sehr geehrter Herr Blömer, mein Lieblingsthema, das Sie da aufgreifen, sind die Ladenschlußzeiten, und schon viel habe ich darüber sinniert und geschrieben. Aber auf Ihre Meinungsnachfrage möchte ich gern etwas schreiben. Ich hoffe, es ist nicht zu viel.
Das Fazit gleich vorweg: Obwohl ich grundsätzlich nicht dafür bin, soll es doch (verdammte noch mal) eine völlige Freigabe aller Öffnungszeiten inklusive Sonn- und Feiertagen geben. Die Begründung: Der ewige Kampf einzelner Interessengruppen und das

ständige Wiedergekäue des Themas in den Medien geht doch mittlerweile jedem auf die Nerven, und das Bild der Gegner zeichnet sich immer negativer: Spiel- und Spaßverderber, Ewiggestrige, faule Reformgegner, Besitzstandswahrer usw. Und wenn der Sonntag rausgehalten wird? Wie lange denn? Bis die Metro wieder Druck macht mit den gleichen abgedroschenen Argumenten: Im Ausland geht's doch auch, wir wollen den Kunden nicht bevormunden, gerade der kleine Händler kann sich dann profilieren, und schließlich der Hinweis auf die Arbeitsplätze, die geschaffen werden könnten.

Eine baldige Freigabe würde das ganze Hickhack erst mal beenden. Ich könnte mir vorstellen, daß dann noch mehr kleinere Händler schließen müssen, noch mehr Arbeitsplätze vernichtet werden und die Großen noch größer werden. Schon heute bauen Aldi und Lidl, Möbelcenter und Baumärkte immer gigantischere Center in die Wohnperipherie und halten bis abends offen. Irgendwann greift das bei den Verbrauchern, und nach der Tagesschau geht man noch mal schnell shoppen. Um die Center in den Gewerbegebiets-Steppen und den Autobahnknoten siedeln sich parasitäre Handelsstrukturen an wie Obsthändler, Imbißbuden und Karussells. In Citynähe saugen fein rausgeputzte Shopping-Center tagsüber und insbesondere am Abend den Konsumenten in ihre blitzblanken Convenience-Gefilde. Alle Händler machen gezwungenermaßen mit, so daß ein einheitliches Bild entsteht. Kommen nicht gleich genug Verbraucher, wird das Parken abends notfalls kostenlos angeboten, Spiel, Sport, Musik und Cabaret-Einlagen draufgelegt. In den über Jahrzehnte gewachsenen Einkaufsstraßen, wie wir sie bisher kannten, darf der tapfere Resthandel dann für die organisierten Discounter und Ketten das nette Umfeld und die Dekoration liefern sowie als Preisbarometer fungieren. Versicherungsagenturen, Dönerbuden, Callshops, Tattoo- und Piercing-Studios, einige Bäcker und Apotheken sowie hier und da ein Schlecker-Markt bestimmen doch schon heute vielfach die Einkaufslandschaft. Dazu gesellen werden sich vermehrt chinesische Bekleidungsäden und türkische

Gemüsehändler. Daran werden wir uns einfach gewöhnen müssen, wie an die Klimaveränderung, die Globalisierung im allgemeinen, oder als Fotohändler speziell, die Digitalfotografie. Sollte der klassische Facheinzelhandel dann fehlen, muß er einfach neu erfunden werden. Überleben wird er (pauschal gesagt) nicht durch Schutzmaßnahmen von außen, sondern nur durch seine Leistung, bzw. die Nachfrage des Verbrauchers.

Der leistungsfähige, nachgefragte Einzelhandel kann es sich dann höchstwahrscheinlich auch leisten, nur fünf Tage für jeweils acht Stunden zu öffnen, zu den Zeiten, die ihm und den Kunden am besten in den Kram passen. So ist es im Ausland eigentlich ohnehin schon, auch wenn ferngereste Politiker es medienwirksam anders sehen wollen. In New York schließt der Fotohändler um 18.00 Uhr, in London macht Harrods um 18.00 Uhr zu, in Venedig oder Barcelona ist mittags geschlossen. Lassen wir die Leute doch einfach einige Jahre ausprobieren, wie es ist, sich nachts um halb eins einen Deostift oder eine Digitalkamera zu kaufen. Mag es auch den ein oder anderen kleinen Fotohändler geben, der in der richtigen Gegend selbst zu nachtschlafender Zeit Erfolg hat. Flächendeckend Erfolg werden aber wohl die Discounter, Ketten und Einkaufszentren haben, denn nur sie können über die Medien den Verbrauchern sagen, wann sie wie lange geöffnet haben. Die Uneinheitlichkeit der Kleinen wird dazu führen, daß der Konsument, wie schon heute zu hören, über die unterschiedlichen Öffnungszeiten verärgert sein wird. Eine Einheitlichkeit allerdings wird sich für lauter verschiedene Händler niemals durchsetzen lassen. Warum sollte ein hochspezialisierter Zwei-Mann-Laden, der ganz gut klar kommt, einen dritten Mann einstellen, nur um den Händlern in der Nachbarschaft einen Gefallen zu tun?

Nach einigen (wenigen) Jahren wird sich dann zeigen, wohin der Verbraucher zum Einkaufen geht, bzw. ob er überhaupt rund um die Uhr einkaufen möchte.

Auch wenn wir den Sonntag zu schützen versuchen, nach einigen Jahren würden die Metro und die Medien ja doch wieder das tun, was sie immer

getan haben: Erneut auf die endgültige Freigabe zu pochen, denn im Ausland.... Und wenn das Umfrage-Micro auf der Straße dem mündigen Verbraucher entgegengehalten wird, was hört man denn da auf die Frage: „Hätten Sie etwas dagegen, wenn man dem Einzelhandel erlaubt, die Geschäfte zu öffnen, wann die Kunden es wünschen?“ Und ganz ehrlich gesagt, ich persönlich glaube, daß nur in wenigen Fällen die Freigabe der Öffnungszeiten etwas gebracht hat. Erstens der lange Samstag, der vielen Verbrauchern wohl schon immer zu kurz gewesen ist, und zweitens der Sonntag, wenn er denn regional begrenzt alle paar Monate stattfindet. Wenn jeder jeden Sonntag überall öffnen kann, ist natürlich nichts mehr los. Aber keiner wird bestreiten, daß die limitierte Freigabe an Sonntagen für den Verbraucher eine gewisse Begeisterung auszulösen scheint.

Aber der Fluß muß fließen, gegenanschwimmen kann man, aber man kommt dabei nicht vorwärts. Beim Mitschwimmen oben bleiben, nicht untergehen und vielleicht die Richtung etwas mitbestimmen, das versuche ich mit meinem Geschäft. Ich habe noch mal eine ordentliche Stange Geld in den Laden investiert, bin in größere Räume gezogen, habe das Sortiment umgestellt und bin optimistisch, mit meinen Angestellten und Familie noch einige Jahre davon leben zu können.

Wir haben montags bis freitags von 10 - 18 Uhr geöffnet und samstags (seit einem Jahr) von 10-16 Uhr. Hin und wieder nimmt jemand zur Kenntnis, daß wir länger geöffnet haben, richtig gefreut hat sich deswegen noch keiner. Und es fragt auch immer mal jemand, ob wir in der Woche bis 20 Uhr geöffnet haben.

Aber wie viele Jahre soll ich pro Woche 14 Stunden länger geöffnet haben, bis es sich rentiert? Die Kunden wollen sehr häufig mit dem Inhaber sprechen, morgens um zehn, mittags um eins und dann auch abends um halb acht, und möglichst jeden Tag. Es ist eben ein Unterschied, ob man eine Palette Digitalkameras vor die SB-Kasse stellt oder eine 3.500-Euro Digitalreflex vorführt. Der Sicherheitsaspekt sei dabei noch nicht einmal beleuchtet. Wenn ich also bereit bin, mich mit Haut und

Haaren dem permanenten Dauerverkauf zu verschreiben, dann spricht sich mein Aufopferungswille vielleicht irgendwann herum und es bringt mir was.

Nach 35 Jahren im Einzelhandel kann ich allerdings nicht daran glauben. Deshalb bin ich, einst erbitterter Gegner, für die Freigabe und nicht nur die der Öffnungszeiten. Laßt uns möglichst viele Dinge freigeben, damit die Leute sehen, was dann passiert. Totale Liberalisierung auf allen Ebenen wird dann um so schneller wieder neue Regeln und Gesetze hervorbringen. Vielleicht sind diese dann sinnvoller und gerechter.

Bernd Nasner, alias Herr Krämer,
Photohaus Colonnaden, Hamburg

Sehr geehrter Herr Blömer,
was zeichnet das Leben in der Bundesrepublik aus nach 19.00 Uhr?

Eine Kultur

- die meisten Orchester der Welt und viele, viele gute, dazu noch Gastorchester aus der ganzen Welt
- Musik in Kirchen, auf Open Air-Bühnen...
- eine Theaterlandschaft in großer Vielfalt, dazu Varietés, Zeltveranstaltungen
- Kinos draußen und drinnen
- Einzelkünstlerkonzerte (also ein Reichtum auch für unsere Gäste)
- dazu eine Restaurant-Café-Kneipen-Bar-Szene – so vielfältig...

also ein Paradies für unsere Gäste aus aller Welt. Dies am Abend!
• Museen – Kirchen – Kulturstätten in so großer Vielfalt
• dazu reizvolle Städte – Landschaften – ein prachtvolles Land – Wasser, Grün, einfach herrlich...

auch für alle unsere Gäste aus aller Welt.

Ja. und dann, Öffnungszeiten, immer aufs Neue bis 24.00 Uhr im Einzelhandel; so geschehen während der WM hier in Berlin.

„Wir können auch mit einer Niederlage leben“, so eine Aussage des GF des Berliner Einzelhandels, Herr Bernd Petersen. Damit meint er, daß die verlängerten Öffnungszeiten nicht entsprechend angenommen wurden. Dies zu verbinden – Shopping mit Kultur und urbanem Leben – da haben alle etwas davon, finanziell, aber auch völkerverbindende Begegnungen.

E. Karbe, Bilderbär, Berlin

Neue Cullmann Magnesit Stativköpfe

Mit einer Tragfähigkeit bis über 30 Kilogramm beim Topmodell bieten die neuen Magnesit Stativköpfe von Cullmann dem Fotografen vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Die Stativköpfe garantieren nach Angaben des Herstellers außerordentlich hohe Stabilität, samtweiche Bewegungen und ruckel- und vibrationsfreies Arbeiten. Das neue Programm



umfaßt vier Kugelköpfe, zwei Fluid Drei-Wege-Neiger sowie Schnellkupplungssysteme und Schnellwechselplatten für den professionellen Einsatz. Kugelköpfe sind für den schnellen Einsatz und für die Makrofotografie das ideale Werkzeug. Die neuen Cullmann Magnesit Kugelköpfe arbeiten mit einer innovativen rei-

bungsfreien Dämpfung, die für weiche und ausgeglichene Bewegungen sorgt. Die Kugelköpfe sind mit verschiedenen Einstellmöglichkeiten ausgestattet. Die ergonomisch geformten, gummierten Feststellräder lassen sich justieren und optimieren die Bedienbarkeit. Mit der Kugelfriction kann der Kugelwiderstand optimal auf das Kameragewicht eingestellt werden. Eine Skala erleichtert das Justieren bei häufig wechselnder Ausrüstung. Die Kugelverriegelung der vertikalen $\pm 90^\circ$ -Neigung garantiert hohe Stabilität und sichert die Kamera millimetergenau in der eingestellten Position. Auch die horizontalen Schwenks um 360° können gradgenau arretiert werden. Die Kugelköpfe sind mit einem hochwertigen gummierten Wechselteller für Kameras mit 1/4"- und 3/8"-Anschlußgewinde ausgestattet und können mit einem Schnellkupplungssystem nachgerüstet werden. Das Topmodell verfügt über ein justierbares Schnellkupplungssystem mit Gewichtsausgleichsplatte, zwei eingebauten Wasserwaagen und einer Schnellwechselplatte mit 1/4"- und 3/8"-Kameraschraube sowie Videopin für verdreh-sicheres Arbeiten mit Camcordern.

Samsung Digimax L85 jetzt mit HDMI-Kit

Samsung Opto-Electronics liefert die Digitalkamera Digimax L85 ab sofort zusammen mit einem HDMI-Kit aus. Es besteht aus einer Basisstation, einem HDMI-Kabel und einer Fernbedienung und macht es möglich, die Kamera mit einem HD-Fernseher zu verbinden. HDMI-Schnittstellen machen die Übertragung der mit der Digitalkamera aufgenommenen Bilder und Videos auf den Fernseher sozusagen ohne Datenverlust möglich. Im Gegensatz zu konventionellen Schnittstellen muss das digitale Signal nämlich nicht zunächst wieder in ein analoges umgewandelt werden, das anschließend im Fernseher wieder digitalisiert wird. Dieser Schritt wird mit HDMI überflüssig. Zusätzlich hat die Digitalkamera auf der Basisstation immer einen festen Platz. Mit Hilfe der Fernbedienung können die aufgenommenen Fotos sofort auf dem TV-Bildschirm angesehen werden – das ist schneller und bequemer, als die Bilddaten erst auf den PC zu überspielen.

1100 mAh NiMH-Micro-Akku von tecxus

Ob Schnurlos-Telefon, MP3-Player oder Taschenlampe: NiMH-Akkus in der Größe Micro (AAA) sind aus unserem Alltag kaum noch wegzudenken. Mit einer neuen Kapazität von 1100 mAh beweist tecxus auch in diesem Format einmal mehr, zu den Besten zu zählen. tecxus präsentiert den starken Winzling erstmals auf der photokina in Halle 7, Stand D047. Der Micro NiMH-Akku mit 1100 mAh Kapazität wird ab Oktober im Handel erhältlich sein. Er eignet sich für sämtliches elektronisches Zubehör, das für Akkus in Micro-Größe (AAA) konzipiert ist. Die Einsatzgebiete sind vielfältig: Neben Schnurlos-Telefonen, MP3-Playern und Taschenlampen gehören dazu auch sonstiges Audio-Zubehör und elektronisches Spielzeug, aber auch die Fahrradbeleuchtung sowie Funkmaus und Tastatur.



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!



**USB Sticks
in edlem Lederdesign –
verschiedene Designs erhältlich
in 512MB und 1GB**

Sakar Germany GmbH

Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany

Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

Die neuen Cullmann Magnesit Fluid Drei-Wege-Neiger sind Präzisionswerkzeuge für viele Einsatzbereiche. Sie eignen sich beispielsweise für die Tierfotografie, für Hochformataufnahmen und Motive mit exakter Positionierung. Die Magnesit Fluid Drei-Wege-Neiger zeichnen sich durch hohe Stabilität und perfekte Kamerasteuerung aus, die durch die geringe Bauhöhe erreicht werden. Die leichtgängigen Drei-Wege-Neiger sind mit ergonomisch geformten Gummigriffen an den Schwenkhebeln ausgestattet und können präzise in drei Richtungen positioniert werden. Das Topmodell ist mit einem Schnellkupplungssystem mit innovativer Springkupplung für schnelles Abnehmen der Kamera ausgestattet. Ein Sicherheitsverriegelung verhindert, daß sich die Kameraplate ungewollt löst. Drei integrierte Wasserwaagen sorgen für exaktes Ausrichten der Kameraposition.



Für das schnelle Aufsetzen und Abnehmen der Kamera sowie für den Einsatz verschiedener Kameras und Geräte erleichtern Schnellkupplungen den Umgang mit dem Stativ. Die Cullmann Magnesit Serie umfaßt verschiedene Größen an Schnellkupplungssystemen und Schnellwechselplatten für analoge und digitale Kameras sowie für Camcorder.



Ulrich Vielmuth

IFA 2006: Wandel in Berlin

Eines ist mir nach dem Messerundgang aufgefallen: „Funkausstellung, wie haste dir verändert“ könnte man prägnant im volkstümlichen Berliner Idiom behaupten. Einst große Namen wie Grundig und Telefunken, eine kleine Ewigkeit lang leuchtendes Synonym für Funk und Fernseh-technik vom Feinsten, sind bescheiden präsent, einst kleine

Marken jedoch füllen ganze Hallen. Samsung mag stellvertretend eindrucksvoller Beleg für diesen Wandel sein, hat man doch wie in den vergangenen Jahren die komplette Halle 20 in Beschlag genommen.

Außerdem: Wo sind die Horden jugendlicher Prospektsammler geblieben, die traditionell immer am ersten Wochenende die großen Aussteller unterm Funkturm nach kostenlosen „Give aways“ für die Daheimgebliebenen abgrasten? Überhaupt ist vom altgewohnten Messerummel nicht mehr viel zu spüren, selbst am ersten Messe-Samstag haben die Besucher nirgendwo ein großes Gedränge über sich ergehen lassen müssen. Mitte der 1990er Jahre war dies noch der Preis für mannigfache Eindrücke für Auge (Bild) und Ohr (HiFi), in Gesellschaft von einer halben Million Messebesucher.

Von HiFi war auch nicht mehr viel zu sehen, pardon, zu hören. Selbst die für die Funkausstellung typische Jahrmarktstimmung bei traditionell herrlichem Spätsommerwetter ist in diesem Jahr am Eröffnungstag fürs Publikum im monsunartigen Regenguß ertrunken. Das waren noch Zeiten, als Thomas Gottschalk und Günther Jauch im Sommergarten täglich für die Daheimgebliebenen stundenlanges Unterhaltungsprogramm von der Messe sendeten.

Obwohl der neue jährliche Ausstellungsrhythmus nicht bei allen Ausstellern spontane Begeisterung ausgelöst hatte und einige der marktbeeinflussenden ganz großen Anbieter wie Sony, Canon und Panasonic fehlten, nutzten einige jedoch die Gunst der Stunde und präsentierten ihre Weltneuheiten.

Hitachi powert

Japanisches Flair in Rot und Schwarz zauberte Hitachi in Halle 23. Ich fühlte mich bei diesem Anblick erinnert an das erste „Holzmodell“ eines DVD-Camcorders auf der IFA 1999 (siehe auch ifc 10/99). Seitdem gilt Hitachi als Erfinder des DVD-Camcorders und hat nun in Berlin nach sieben DVD-Generationen seine neueste Variante vorgestellt.

Hitachi zeigte stolz eine Weltneuheit: die beiden ersten Hybrid-DVD/Festplatten-Camcorder. Im Gegensatz zu damals konnte ich jetzt die neuen Camcorder in die Hand nehmen und einen ersten Eindruck gewinnen. Sie sind handlich und wiegen betriebsbereit nur knapp ein halbes Kilo. Dadurch lassen sie sich problemlos überall mit hinnehmen, um vielleicht aus beruflichen Gründen etwas zu dokumentieren.

Die Japaner sind der Meinung, daß die Zeit reif ist für eine ganz neue Art von Camcorder. Die neuartigen Hybrid-Camcorder-Modelle DZ-HS301 und -HS303 kombinieren

zwei digitale Aufnahmemedien miteinander: Eine 8-GB-Festplatte und ein Multi+ DVD-Laufwerk. So können Videos aufgezeichnet, bearbeitet und gebrannt werden, ohne einen PC zu nutzen.

Die Festplatte ist nur 25 mm klein, federleicht und so im handlichen Camcorder verpackt, daß sie auch bei heftigem Rütteln oder gar Sturz keinen Schaden nimmt und es nicht zu einem Datenverlust kommen kann. Verantwortlich dafür ist die Extra-Sensory-Protection-Technologie (ESP). Die kleine Festplatte ist mittels Stoßdämpfern flexibel gelagert. Die integrierte Hitachi-Festplatte erlaubt dem Filmern die Benutzung des Camcorders auch dann, wenn er einmal keine DVD zur Hand hat. Die 8 GB entsprechen einer Aufnahmezeit von etwa 6 Stunden im Standard-Modus.

Wie die aktuelle Reihe an DVD-Camcordern von Hitachi, verfügen auch die neuen Hybrid-Camcorder-Modelle über Hitachis eigenes Super Multi Drive, das alle im Handel erhältlichen 8 cm-DVDs liest und auch beschreibt. Also DVD-R, DVD-RW, DVD+RW und DVD-RAM. Je nach Speicherkapazität der gewählten Scheibe finden bis zu 120 Minuten Film darauf Platz.

2 in 1

Hitachis Philosophie bei der Entwicklung dieses neuen Konzepts ist, die Stärken beider Speicherformate in einem Gerät zu vereinen. Die integrierte Festplatte steigert die Aufnahmekapazität auf bis zu acht Stunden und damit um das 6fache gegenüber den normalen DVD-Camcordern und gestattet flexibles Aufzeichnen, Auffinden und Löschen von Dateien. Gleichzeitig können die Aufzeichnungen ohne Umweg über den PC direkt im Camcorder auf DVD gebrannt werden. Dies soll recht einfach mit der Dubbing-Funktion gehen, mit der man ganze Filme oder manuell ausgewählte Szenen per Knopfdruck auf DVD kopiert.

16:9

Die neuen Camcorder zeichnen im echten 16:9-Format auf und zeigen das Bild auf dem 2,7 Zoll großen, ausklappbaren und farbigen LCD-Monitor im Breitformat an. Das heißt also, die Videoaufzeichnungen werden bei der Wiedergabe auf modernen LC- oder Plasma-Displays nicht beschnitten oder verzerrt, sondern in voller Größe dargestellt.

Bemerkenswert ist jedoch die Preisentwicklung. Ist in meinem damaligen Messebericht über den ersten DVD-Camcorder noch von einem Preis in der „konkurrenzfähigen“ Größenordnung von 3500,- Mark die Rede, werden jetzt von Hitachi für das Spitzenmodell DZ-HS303 nur noch 999,- Euro als UVP verlangt.

Außerdem finde ich es sowohl bemerkens- als auch bewundernswert, in welcher Weise Hitachi schon frühzeitig einen Trend aufgespürt und mit den ersten DVD-Camcordern forciert hat. Ein Trend, der heute gute Umsätze zu Lasten der bandgestützten Mini-DV-Camcorder erbringt. Das Erfolg selbstbewusst macht ist keine so neue Erkenntnis. Augenfällig war dies jedoch auf dem edel ausgestatteten Hitachi-Stand zu spüren.

CF Studioblitz-Koffersets

Die neuen Studioblitz-Sets von CF Photo + Video Technik zeichnen sich durch ein günstiges Preis-/Leistungsverhältnis und eine gute Ausstattung aus. Die Leistung von 150 Ws ist ausreichend für Portraits, Paßbilder und Sachaufnahmen. Die Blitzenergie kann in vier Stufen von 1/8 bis 1/1 geregelt werden.



den. Zur Beurteilung der Ausleuchtung steht ein getrennt zuschaltbares 50 Watt Halogen-Einstelllicht zur Verfügung. Das Kofferset mit zwei Blitzgeräten, zwei Lampenstativen, Reflektorschirm, Softbox und Transportkoffer kostet 260 Euro, das Set mit drei Blitzgeräten und Zubehör 350 Euro.

Neues Modell in Epsons PictureMate-Range

Epson erweitert seine PictureMate-Range um ein weiteres mobiles Gerät. Wie seine Vorgänger verfügt der Neue über ein 2,5-Zoll-LC-Display, um die Bilder vor dem Drucken ansehen und bearbeiten zu können; er druckt die Bilder im Format 10 x 15 cm allerdings schneller. Das hochauflösende Display zeigt jeden Arbeitsgang Schritt für Schritt und bedienerfreundlich an. Die Fotos können in Schwarz-weiß, Farbe oder einer Sepia-Tönung gedruckt werden. Wer es kreativ mag, kann seine Bilder mit Rahmen versehen, Bildausschnitte auswählen oder Clip Arts einfügen. Selbst einzelne Ausschnitte lassen sich vergrößern und dann drucken. Eine automatische Bildoptimierung erfolgt je nach Bildinhalt direkt per Epson Photo-Enhance-Technologie. Gedruckt wird mit vier Farben und Epsons MicroPiezo-Tintenstrahl Drucktechnologie. Dabei wird mit Variable-sized Droplet-Drucktechnologie mit bis zu



5.760 x 1.440 dpi gearbeitet. Die Tröpfchengröße wird genauestens den jeweiligen Druckbedingungen angepaßt: Kleinste Tröpfchen bei feinen Details und entsprechend größere Tröpfchen bei umfangreicheren Farbflächen. Die optimierte Druckkopftechnologie platziert die winzig kleinen Tintentröpfchen präzise auf dem Papier und minimiert die Druckdurchläufe und Verarbeitungszeit. Das Ergebnis sind lebendige und naturgetreue Bilder in Laborqualität, an denen man lange viel Freude hat. Dank eines optional erhält-



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

**CH-1872
preiswertes Übernacht-
Steckerladegerät in Kartonbox
inkl. 4x 2300mAh AA Akkus**

Sakar Germany GmbH

Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany

Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

lichen Akkus kann der Drucker auch unabhängig vom Stromnetz betrieben werden. Auch für dieses Modell gibt es PicturePacks mit passender Tinte und Fotopapier. Der Stückpreis pro Bild beträgt 29 Cent. Der neue PictureMate PM240 hat ein kubisches Format.

Exilim Card EX-S770 mit WideScreen-Display

Casio bringt die neue Exilim Card EX-S770 auf den Markt. Das neueste Modell der Serie integriert innovative Fotoeigenschaften und zusätzliche leistungsstarke Funktionen für einen erweiterten Einsatz. Die 7,2-Megapixel-Kamera EX-S770 im extrem schlanken Card-Format ist mit einem extrem hellen 7,1 cm WideScreen TFT-Farbdisplay (230.400 Pixel) ausgestattet. Bei einer maximalen Helligkeit von 1.100 cd/m² ist ein Betrachten des Displays auch an sonnigen Tagen gut möglich. Außerdem ist das Wide Screen TFT-Farbdisplay optimal auf die neuen Zusatzfunktionen der EX-S770 abgestimmt. Das hochwertige Edelstahlgehäuse ist in den drei Farbvarianten „Premium Silver“, „Blazing Red“ und „Graphite Blue“ zu haben. Die Datenspeicher-Funktion ermöglicht die Übertragung von Computerdaten – einschließlich Geschäftsdokumenten, E-Mails und Webseiten – und deren automatische Umwandlung in JPEG-Dateien. Informationen wie Touristenattraktionen oder Karten stellt die EX-S770 präzise auf dem TFT-Farbdisplay dar. Zusätzlich unterstützt die neue Photo Transport-Funktion die Übertragung gespeicherter Fotos vom PC auf die Kamera. Neben Movies im MPEG-4 Format mit VGA-Auflösung zeichnet die EX-S770 Filme im Wide Screen-Format 16:9 auf. Das ist ideal für moderne LCD- und Plasma-Fernsehgeräte, für die dieses Format optimiert wurde.



Urlaubsgeld

...ist eigentlich eine freiwillige Leistung des Arbeitgebers – es sei denn, es ist tarifvertraglich geregelt. Verweist ein Formulararbeitsvertrag für den Urlaub auf „die Geltung tariflicher Regelungen“, ist damit der ganze Komplex „Urlaub“ gemeint. Dazu gehört dann auch ein zusätzliches tarifliches Urlaubsgeld (BAG – Urteil vom 17.1.2006 – 9 AZR 41/05). Wer das als Arbeitgeber anders will, muß es im Vertrag deutlich machen. Die Unklarheiten-Regel des BGB greift leider nicht zu seinen Gunsten.

Kostenvoranschläge

...sind für den Kunden ein wichtiges Hilfsmittel bei der Entscheidung pro oder contra Reparatur. Natürlich kostet ein Kostenvoranschlag. Gerade bei umfangreichen oder schwierigen Maßnahmen geht die Vorleistung des Händlers ins Geld. Trotzdem sagt § 632 Abs. 3 BGB: „Ein Kostenanschlag ist im Zweifel nicht zu vergüten.“ Eine formularmäßig bestimmte Vergütungspflicht für diese Leistung widerspricht § 632 Abs. 3 BGB. Sie ist unwirksam (OLG Karlsruhe – Urteil vom 29.12.2005 – 19 U 57/05).

Betriebsübergänge

...führen von Rechts wegen dazu, daß der neue Arbeitgeber in die Rechte und Pflichten bestehender Arbeitsverhältnisse eintritt. Das ist in vielen Fällen nicht gewünscht – läßt sich aber kaum vermeiden. Hat der alte Arbeitgeber wirksam gekündigt und mit seinem Mitarbeiter vor Gericht einen Beendigungsvergleich geschlossen, gilt dieser Vergleich auch für den neuen Arbeitgeber. Er braucht den Gekündigten nicht weiter zu beschäftigen (BAG – Urteil vom 24.8.2006 – 8 AZR 574/05).

Kautionen

...sind auch bei Vermietern von Gewerbeflächen ein beliebtes Mittel zur Sicherung von Ansprüchen. Während das BGB für das Wohnraummietrecht eine strikte Trennung von Kaution und übrigen Vermietervermögen vorschreibt, fehlt eine entsprechende Regelung im Gewerbemietrecht. Trotzdem muß der Vermieter für eine korrekte Trennung sorgen, sagt das OLG Nürnberg (Urteil vom 23.2.2006 – 13 U 9 AZR 554/02). Tut er das nicht, darf der Mieter eine noch offene Restkaution zurückhalten.

Im Focus: Wenn's wieder gräßlich ausschaut...

Der **Mensch** ist Teil der Natur und nicht jeder ein Brad Pitt oder eine Angelina Jolie. Die wenigsten sind mit ihrem Aussehen zufrieden. Das führt dazu, daß in Auftrag gegebene Fotos besonders kritisch unter die Lupe genommen werden.

Die **Kunst des Fotografen** liegt häufig darin, die Realität auszublenden. Das Resultat ist nicht immer zufriedenstellend. Der Kunde wundert sich: „Was? Das soll ich sein? Ich seh' ja aus wie'n Zombie!“ „Genau!“, wäre jetzt die verkehrte Antwort. Aber auch ein entschuldigendes Lächeln hilft oft nicht. Schicksal?

Das **Abbild** der Wahrheit ist vielen unangenehm. Der Trend geht in Richtung Schönheit. Das heißt: Ärger ist vorprogrammiert. Was muß ein Fotograf machen, wenn das Objekt mit seiner Leistung unzufrieden ist? Bestimmte Ereignisse sind nicht wiederholbar, die Magie des Augenblicks ist vergänglich. Dann bleibt eben alles so, wie es ist, ist auch keine Lösung – also: Zeit fürs Recht.

Der **Vertrag des Fotografen** kann ein Dienst- oder Werkvertrag sein. Die Art der geschuldeten Leistung entscheidet. Das kann einmal die bloße Tätigkeit Fotografieren, ein andermal ein bestimmter Erfolg, z. B. ein Paßbild sein. Im letzten Fall handelt es sich um einen Werkvertrag, an dessen Ende das gewünschte Ergebnis steht. Soll der Fotograf nur fotografieren, ist seine Leistung zeitbestimmt. Dann kommt es nicht auf den Erfolg seiner Arbeit an, sondern auf die Dauer.

Die **Unterschiede** der einzelnen Vertragsarten führen im Ergebnis zu unterschiedlichen Ansprüchen. Das Recht der Dienstleistungsverträge ist dabei besonders interessant. Der Vertragspartner schuldet keine Spitzenleistung. Es gibt kein Gewährleistungsrecht für schlechte Dienste. Der Fotograf schuldet bei Schlechtleistung allenfalls Schadensersatz. Dieser Schadensersatz kann dann so aussehen, daß er seine Dienste erneut leisten muß. Was aber nur geht, wenn das Ereignis, für das er engagiert wurde, wiederholbar ist – sonst gibt's „nur“ Euro und Cent.

Das **Los des Fotografen** ist ein schweres, wenn sein Vertrag ein Werkvertrag ist. Der Kunde hat dann Gewährleistungsansprüche: Das kann eine Nacherfüllung sein – er kann den Mangel aber auch selbst beseitigen und Ersatz der erforderlichen Aufwendungen fordern, vom Vertrag zurücktreten, die Vergütung mindern, Schadensersatz wollen oder Ersatz vergeblicher Aufwendungen verlangen. Das ganze System ineinandergreifender oder sich ausschließender Gewährleistungsansprüche kann hier aus Platzgründen nicht dargestellt werden. Eins aber ist sicher: Man will zufriedene Kunden. Und weil die Nacherfüllung ohnehin vorrangig ist, bittet man den Kunden um ein breites „Cheeeeee!“ und ein glückliches Gesicht – geht doch!

Teilzeitarbeitsverhältnisse

...werden flexibel auf die Anforderungen des Arbeitsmarkts zugeschnitten. Dabei kann es passieren, daß aus den vereinbarten 25 Stunden Teilzeit plötzlich 38,5 Stunden Vollzeit werden. Setzt der Arbeitgeber seinen Mitarbeiter regelmäßig und auf Dauer mit mehr Stunden ein als vereinbart, führt das zu einer stillschweigenden Änderung des Arbeitsvertrags. Folge: Es gibt kein Teilzeitarbeitsverhältnis mehr, sondern eins mit voller Stundenzahl (LAG Hamm – Urteil vom 4.5.2006 – 8 Sa 2046/05).

Nutzungsentschädigung

...bei Ersatzlieferung? Diese Frage mußte der BGH für die Nacherfüllung bei einem Kaufvertrag beantworten. In seinem Fall ging es zwar um einen Herd – aber wer eine hochwertige Kamera eineinhalb Jahre nutzt und dann wegen eines irreparablen Fehlers eine neue möchte, steht vor der gleichen Frage. Nach dem deutschen BGB spreche einiges für ein Ja, sagte der BGH. EU-rechtlich müsse man das vielleicht relativieren. Deswegen: Vorlage an den EuGH (Urteil vom 16.8.2006 – VIII ZR 200/05).

**Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt
Fachanwalt für Arbeitsrecht**

Epson stattet neue Sechs-Farb-Drucker mit neuester Fototechnologie aus

Die neue Generation der Epson-Fotodrucker mit Sechs-Farb-Tintensystem gehört zu den Ersten, die mit der neuesten Epson-Fototechnologie ausgestattet wurden: Claria-Photographic-Ink, eine innovative Dyetinte, und PhotoEnhance, dem Fotoexperten für den Drucker sowie



die Epson Advanced Variable-sized Droplet-Technologie für sanfte Halbtöne und hohe Druckgeschwindigkeiten. Die Epson Claria Photographic Ink komplettiert das bestehende Tinten-Sortiment. Sie ist eine Dyetinte, die speziell für den Druck von

qualitativ hochwertigen Fotos konzipiert wurde. Als Ergänzung zu dieser Tintentechnologie hat Epson die Bildoptimierungssoftware PhotoEnhance für exzellente Bildeinstellungen geschaffen. Die fortschrittliche Variable-sized Droplet-Technologie steht mit ihren unterschiedlichen Tropfengrößen für hohe Druckgeschwindigkeiten und feine Details. Der Begriff „Claria“ leitet sich von dem englischen Wort Clarity (Klarheit) ab und bezeichnet eine spezielle Familie von Tinten. Mit diesem Namen sollen die hohe Bildschärfe und ausgezeichnete Haltbarkeit der Claria-Ausdrucke zum

Ausdruck gebracht werden. In Kombination mit dem Epson Glossy Photo Paper ermöglicht die Epson Claria Photographic Ink nach Herstellerangaben Fotos in höchster Qualität und Haltbarkeit. Zum Sechs-Farbensystem gehören die Farben Cyan, Magenta, Gelb, Schwarz, Hellcyan und Hellmagenta. Die Haltbarkeit der Drucke wird mit bis zu 200 Jahren angegeben. Claria Photographic Ink ist in Einzelpatronen zu einem Preis von je 9,99 Euro erhältlich und ermöglicht kostengünstige Fotodrucke.



Fragen Sie nach unseren aktuellen Angeboten!

Digitale Bilderrahmen

Bildwiedergabe: JPEG

Audiowiedergabe: MP3 / WMA

Videowiedergabe MPEG1, MPEG2, MPEG 4, DIVX

Speicherformate: SD/MMC/CF/MS/SM

Audioausgabe: 2 Lautsprecher

Sakar Germany GmbH

Frankfurter Straße 95 · D-65479 Raunheim/Frankfurt · Germany

Tel. (49) 61 42-21 01 87 70 · Fax (49) 61 42-21 01 87 91 · E-Mail: info@sakar-germany.de · www.sakar-germany.de

In Verbindung mit der Claria Photographic Ink hat Epson auch die PhotoEnhance-Technologie entwickelt. Die PhotoEnhance-Technologie erkennt intuitiv Bildinhalte wie Gesichter oder Landschaften und paßt automatisch Farbbalance, Helligkeit und Kontrast des Bildes an. Außerdem kann sie bei dunkleren Aufnahmen Schattenbereiche deutlicher nuancieren und somit auch kritische Stellen brillant wiedergeben.

SanDisk's neuer V-Mate überspielt Videofilme auf Flash-Speicherkarten

SanDisk hat mit dem V-Mate einen Video-Speicherkartenrekorder vorgestellt, mit dem der Nutzer Videos von unterschiedlichen Quellen wie beispielsweise Fernsehern (Kabel, Satellit), DVD-Playern, Persönlichen Videorekordern (PVRs) wie TiVo und herkömmlichen Videorekordern direkt auf Flash-Speicherkarten übertragen kann. Die Speicherkarte läßt sich problemlos aus dem V-Mate entnehmen und kann auf Handys, PDAs, tragbaren Spielkonsolen wie der Sony PlayStation Portable, Videomusikplayern oder auch Notebooks zum Abspielen der Videos genutzt werden.

Mit dem SanDisk V-Mate können pro Gigabyte bis zu 3,5 Stunden qualitativ hochwertiger Videos in den branchenüblichen Videoformaten aufgezeichnet werden. Folgende Speicherkarten können eingesetzt werden: SD, MMC, MMCplus, MMCmobile, SDHC, MiniSDHC, MicroSDHC, Memory Stick PRO, Memory Stick Duo und Memory Stick PRO Duo.

Mit einer maximalen Aufnahmeauflösung von 640 x 480 Pixel kann der V-Mate auch Aufnahmedateien zur Wiedergabe auf größeren Bildschirmen, wie zum Beispiel Fernsehgeräte oder auf Notebooks, erzeugen. Halbleiterspeicher (Flash-Karten) verbrauchen weniger Strom als Festplatten oder CD/DVD-Laufwerke bei mobilen Unterhaltungsmedien und ermöglichen somit eine längere Spieldauer.



Hohe Benutzerfreundlichkeit ist ein wichtiges Merkmal des V-Mates, der an analoge Audio-/Videoausgänge von Decodern, DVD-Playern, PVR oder Videorekordern und an die analogen Audio-/Videoeingänge eines Fernsehgeräts angeschlossen werden kann. Über die Fernbedienung und die TV-basierte, graphische

Benutzeroberfläche lassen sich Funktionen, Aufnahme- und Zugriffsinhalte steuern. Der Kanal, das Datum und Aufnahmebeginn und -ende lassen sich über die unterschiedlichen Programmierfunktionen einstellen. Dabei wählt der Nutzer vorab das gewünschte Wiedergabegerät aus, d. h. das „Profil“ (etwa Mobiltelefon oder tragbare Spielkonsole), um sicherzustellen, daß die Aufnahmen auch im richtigen

Format abgespielt werden. Das Gerät ist außerdem mit einem Infrarotsender ausgestattet, mit dem die TV-Empfänger (Kabel/Satellit/terrestrische Empfänger oder Videorekorder) automatisch aktiviert und der passende Kanal eingestellt wird. Der V-Mate besitzt außerdem einen Mini-USB-Anschluß und -Kabel und kann damit mit einem Computer verbunden werden.

Mit Abmessungen von 13 x 7 x 2 cm sollte der V-Mate neben jedes handelsübliche Fernsehgerät plaziert werden können. Der V-Mate wird voraussichtlich ab Oktober für 115 Euro (UVP ohne MwSt.) erhältlich sein.

Kodak stellt neue Portra-Filmgeneration vor

Kodak stellt auf der photokina in Köln eine neue Portra-Filmgeneration vor. Die Kodak Professional Portra-Filme zählen nach eigenen Angaben des Herstellers seit Jahren zu den vielseitigsten und beliebtesten Filmen im Kodak Portfolio – und wurden nun weiter verbessert. Die neuen Kodak Professional Portra 160 VC-, 160 NC-, 400 VC- und 400 NC-Filme zeichnen sich vor allem durch noch feineres Korn und deutlich verbesserte Scan-Eigenschaften aus. Neben der ausgezeichneten und natürlichen Farbwiedergabe bieten sie professionellen Fotografen damit einen noch größeren Spielraum für ihre Kreativität. Die Filmtypen Portra 160 VC und Portra 400 VC kombinieren darüber hinaus eine höhere Farbsättigung mit einem sehr ausgewogenen Kontrastverhältnis für ein optimales Erscheinungsbild.

Die Eigenschaften der neuen Portra-Filme gibt Kodak folgendermaßen an:

- Extrem feines Korn: Dank neuer T-Grain Emulsion (Micro-Structure Optimized T-Grain) zeigen die Filme der Portra-Familie selbst feinste Motivdetails und eignen sich hervorragend für (Groß-)Vergrößerungen.
- Herausragende Scan-Eigenschaften: Das noch feinere Korn und eine speziell beschichtete Oberfläche ermöglichen hervorragende Scan-Ergebnisse für die weitere Verarbeitung sowie für die Erstellung hochwertiger Prints.
- Ausgezeichnete Hauttonwiedergabe: Die neuen Portra-Filme überzeugen durch natürliche Hauttöne und einen lebendigen Farbeindruck.
- Exzellente Farbwiedergabe, auch unter schwierigen Lichtbedingungen: Die neuen Filme der Portra-Familie zeichnen sich durch konstant gute Farbwiedergabe und eine ideale Farbsättigung aus, die vor allem bei kritischen Lichtverhältnissen und bei Mischlicht deutlich werden.
- Hoher Belichtungsspielraum: Der Belichtungsspielraum beträgt -2 bis +3 Blenden. Das bietet auch bei schwierigen Lichtbedingungen Sicherheit und bildet Hintergrunddetails selbst bei schwacher Beleuchtung ab.
- Tatsächliche ISO-Angaben erfordern keine Belichtungsreihen.



Taschen aus strapazierfähiger Lkw-Plane bei Hama

Robust, abwaschbar, schrill und kultig! So präsentieren sich immer mehr Taschen aus strapazierfähiger Lkw-Plane und sind damit aus der Modeszene nicht mehr wegzudenken. Auch Kamerataschen müssen nicht zwangsweise altbacken sein, wie Hama mit den Modellen „Kentucky“ beweist. Zur photokina werden trendige Modelle aus bedrucktem Planenmaterial vorgestellt, die das Zeug zum Kult haben. Erhältlich in sieben Größen und vier Farbkombinationen kann sich die neue Serie auch in Sachen Ausstattung sehen lassen. Ein Karabinerhaken dient zur schnellen und universellen Befestigung, eine Gürtelschleife hält die Hände frei, der Umschlagdeckel mit Klettverschluss erlaubt schnellen Zugriff, und das flache Reißverschlussfach auf der Rückseite und ein kleines Fach unter dem Deckel bieten zusätzlichen Stauraum. Die etwas größeren Modelle sind zudem mit einem längenverstellbaren Umhängegurt ausgestattet. Für rund zehn bis 18 Euro sind für den Endkunden ab sofort Schick, Robustheit, durchdachte Details und zehn Jahre Garantie erhältlich.

- Mit der innovativen Einkanal-Print-technologie erzielen Fotografen gleichmäßige Ergebnisse – unabhängig von Filmformat und Empfindlichkeit.

Sets für selbstgemachte Tintenstrahlalben neu im Hama-Sortiment

Hama bringt mit den Fotoalben „Inkjet“ mit den Abmessungen 7 x 10 cm und 14 x 21 cm zwei Sets auf den Markt, mit denen das Fotoalbum komplett selbst hergestellt wird – vom Bild aussuchen bis zur Bindung. Jedes Set enthält zwölf beziehungsweise 18 Druckbögen aus schnelltrocknendem Hochglanz-Fotopapier für 24 oder 36 Albumseiten, fünf beziehungsweise drei verchromte Bänder sowie einen halbtransparenten Einband mit durchsichtigem Quadrat auf dem Cover als Blickfang. Zum Erstellen des Albums am Computer steht auf www.hama.de/Service/Download/Photoalbum Inkjet die dazu passende

Software zum kostenlosen Download bereit. Selbsterklärend und übersichtlich verhilft sie in deutscher oder englischer Sprache mit mehreren Layout- und Farbvarianten bei der Kreation individueller Kunstwerke. Binnen



weniger Minuten kann aus den Digitalfotos in der Software ein Fotoalbum entworfen, gedruckt, gebunden und zum Vorzeigen bei Freunden, Verwandten und Bekannten mitgenommen werden.

**Horst Dieter Lehmann**

Wer die photokina aus den ersten Jahren ihres Bestehens her kennt und ihre Entwicklung bis zum heutigen Tage verfolgt hat, der weiß, was Fortschritt bedeutet.

Selbstverständlich stehen die Neuheiten im Vordergrund. Da kann sich der eine oder andere

schon leise fragen, ob der Name „photokina“ noch zutreffend ist, denn gerade ältere Fotoschaffende fragen sich, was vom Foto noch übrig geblieben ist. Vielleicht nur er, als einer, der einige Epochen in der Fotografie miterleben durfte, der den Weg vom Lehrling und Gesellen bis hin zum Fotografenmeister oder gar Meisterfotografen machen konnte.

Fotografenmeister sind weniger geworden, und Meisterfotografen? Sie sind in der Menge der Fotodesigner und Digitalisten nach und nach untergegangen.

Kaum einer weint ihnen nach, aber die Namen der Pioniere in der Fotografie sowie ihre Werke werden nach wie vor in Ehren gehalten. Dafür sorgte unter anderem auch die photokina.

Was heute alles mit und um die Fotografie geschehen ist, hätte vor vielen Jahren noch niemand für möglich gehalten. Als die Fotografie in Schwarzweiß und Farbe eigentlich auf dem beinahe technisch höchsten Stand war, kam Digital Imaging und damit ein völlig neues Zeitalter in der Fotografie.

Dachte man sonst bei dem Wort „Kiosk“ nur an die Bude oder das Lädchen an der Ecke, wo es noch zu später Stunde Zeitschriften, Zigaretten, Spirituosen und alles mögliche gab, ist dieser Begriff auch in die Fotografie eingezogen, jedoch in einem völlig anderen Sinne. Foto-Kiosk und Home Printing haben heute einen hohen Stellenwert, obwohl im Preis und auch in der Qualität mitunter nicht alles zur vollen Zufriedenheit verläuft.

Tinte ist teuer, das beste Papier auch. Will man mit den analogen, bestmöglich verarbeiteten Endresultaten mithalten, empfiehlt sich der Gang zum Fachmann. Aus unserer Sicht gesehen also zum Fotohändler; andere sehen das anders.

Zum Thema „teure Tinte“ kann sich der ältere Fotograf oder Fotohändler vielleicht noch an seinen Umgang mit der blauen Tinte in der Schule erinnern. Dann kamen der Kugelschreiber, die neuen Schreibformen und später die diversen Schreibreformen. Wer kennt sich da noch aus? Schönschrift hat Seltenheitswert, dafür gibt es den Computer, und den Rest erledigt das Handy, das „Allround-Genie“.

Die Karte aus dem Urlaub, mit der obligatorischen Mitteilung, daß Wetter und Essen gut sind, enthält meistens nur zwei bis drei Standardmeldungen, hingekritzelt.

Leider in den Hintergrund gerückt ist doch da der handgeschriebene Brief, eventuell sogar mit ein paar Bildchen darin.

Neues und Altes

Wie das Wort, so auch das Bild, lassen sich diese Informationen natürlich auch – zeitgemäß und umgehend – nicht durch den Briefkasten, sondern über den Äther vermitteln. Das ist heute normal, aber dem Empfänger oft egal. Was über das Ohr in den Kopf geht, ist auch schnell wieder draußen. Handgeschrieben und bebildert ist die persönlichste Art, einem Menschen, der einem etwas bedeutet und wert ist, zu zeigen, daß man ihm seine Zeit und Gedanken widmet.

Nun gibt es ja noch Fotohändler, die sich Zeit nehmen, mit Kunden, die vielleicht Stammkunden werden könnten, ein Gespräch zu führen. Time is money, stimmt. Aber nicht immer!

Speziell für den Fotohändler ist es ja wichtig, daß er möglichst viele Kunden für sich gewinnt und Werbung für das Bild macht. Das Bild war immer der Mittelpunkt für den Profi und den Amateur! Nur mit ihm und all dem, was sich darum dreht, konnten wir auf zwei Beinen stehen.

quickpoint

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

47638 Strahlen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die Sorge dürfte berechtigt sein, daß in unserer Wegwerfgesellschaft das Bild noch mehr an Wert verliert und nur noch die Technik eine Rolle spielt. Dabei ist auch die wenig aufwendige Bedienung einer Digitalkamera gemeint.

Immer schon gab es zwei Sorten von Profis und Amateuren. Die einen waren verliebt in die Fototechnik und ihre Ausrüstung, die anderen machten gute ist sehr gute Bilder. Einige wenige verstanden aber auch beides, Technik und Bilder.

Was wir derzeit erleben, ist ein so einschneidender Prozeß in der Fotografie – der nicht nur mit dem Wandel von Analog zu Digital zusammenhängt –, daß mit „alten“ Vorstellungen wenig zu machen ist. Wir dürfen und sollten die Vergangenheit in dem doch recht kurzen Bestehen der Fotografie nicht vergessen. Aber was (über)lebenswichtig ist, muß Vorrang haben.

Die photokina hat sich im Laufe der Jahrzehnte, entsprechend den Veränderungen der Fototechnik, stark gewandelt.

Abzuwarten bleibt, ob der Begriff „Foto“ bald durch ein anderes Wort ersetzt wird. Mit „Imaging“ wurde es ja schon fast gefunden. Nicht jeder findet diesen Begriff gut. Die Entwicklung vom Fotografen und Meisterfotografen zum „Digitaldesigner“ wohl auch nicht. Aber die Bezeichnung „Atelierhändler“ war auch nicht so ideal, hielt sich aber lange.

Wie lange aber halten sich noch die Fotografen, die Händler und die Atelierhändler? Warten wir es ab.

[illegible]

passendes Zubehör und vergleichbare Produkte finden. Die Produktinformationen lassen sich mit dem eigenen Verkaufspreis des Händlers auszeichnen und für den Kunden ganz einfach ausdrucken.

Seit Jahrzehnten ist der Serviceteil ein fester Bestandteil im grossen fotokatalog. Hier finden sich auch ohne PC

Jeder Printausgabe liegt eine CD mit der Produktdatenbank und dem oben erwähnten Serviceteil bei. In der Produktdatenbank lassen sich mit wenigen Klicks technische Einzelheiten und UVPs zu zahlreichen Foto- und Imaging-Produkten aufrufen sowie

der
grosse
foto
katalog



UNY: 6,29,00 BILIR

Testosterone Therapy

Größenklasse	14,5-Zoll (Zeichengrößenverfahren)
Video-System	Interlaced
Audio-System	PCM Digital Stereo
Speichermedien	Mini und 3,5-Karten
Auflösung (Video)	1.200 x 900 Pixel (1,23 Millionen)
LC-Display	2,9 Zoll (123.000 Pixel)
Buchsen	0,33 Zoll Farbe (113.000 Pixel)
Objektiv	1,8 x 28,4 - 91,7 mm
Nahbereich	12 mm
Verschlusszeiten	1/2 s - 1/2.000 s
Batterietyp	Lithium-Ionen-Akku (NB 20) in Leihumfang
Maße (Breite)	72,2 x 78,0 x 191,0 mm
Gewicht	500 Gramm

Psychiatric and Neurology

Kompakter Camcorder mit DVAC-DV-Processor und vielen modernen Features.

- Elektronischer Bildstabilisator
- PictBridge-kompatibel und PrintShare-Tools für Ausdrücke ohne PC
- Digitalkamera-Funktion
- Hochauflösender 16:9-Modus
- Leichter als ein 15-Megapixel-Kompaktkamera

Ausgangspunkt:

[illegible]

Copyright © A.T. Welford Plaster GmbH, 48376 Ratingen

Katalog 2006/2007 zweite Runde

Im Internet

- Hersteller • Clip
- PDF-Prospekt
- PDF-Handbuch
- **www-Preisvergleich**

Neu auf der CD ist in diesem Zusammenhang die Funktion „www-Preisvergleich“, mit der man mit nur einem Mausklick zu fünf wichtigen Webseiten von Froogle, eBay, guentstiger.de, Preis-suchmaschine und billiger.de gelangt, auf denen die Preise verschiedener Online-Shops verglichen werden können. Die Seiten öffnen sich per Mausklick automatisch und zeigen das in der Datenbank aktuell aufgerufene Produkt. Selbstverständlich lassen sich auf den jeweiligen Seiten auch eigene Suchbegriffe eingeben, um beispielsweise vergleichbare Produkte zu finden oder um die Schreibweise der Firmen- bzw. Produktnamen zu ändern, die eventuell von der Schreibweise in der Datenbank des grossen foto-katalogs abweichen.

Die Funktion „www-Preisvergleich“ steht nur dem Fotohandel auf der CD zur Verfügung.

An gleicher Stelle unter der Rubrik „Im Internet“ lassen sich auch PDF-Prospekte und Handbücher respektive Bedienungsanleitungen (sofern verfügbar) aus dem Internet herunterladen. Diese Dateien können mit dem Adobe-Reader gelesen und ausgedruckt werden. Außerdem gelangt

man mit einem Klick auf „Hersteller“ direkt zur Internetseite des entsprechenden Herstellers. Alle Funktionen unter der Rubrik „Im Internet“ funktionieren jedoch nur, wenn der PC über einen aktiven Internetzugang verfügt.

Die Funktion „Clip“, unter der Produktdemos der Hersteller ablaufen, steht nur im Internet zur Verfügung und ist nur dann aktiviert, wenn ein Clip hinterlegt wurde. Bei der Benutzung der CD bitte folgendes beachten: Der Ordner „foto-katalog“ muß unbedingt auf die Festplatte kopiert werden! Mit einem Doppelklick auf den Start-Button (im Ordner „foto-katalog“) öffnet sich die Produktdatenbank automatisch.

Immer auf dem neuesten Stand

Die CD wird mehrmals im Jahr mit dem jeweils aktuellen Produktangebot neu aufgelegt. Der soeben erschiene Printausgabe liegt nicht nur die derzeit aktuelle CD bei, sondern auch ein Bestellschein, mit dem sich der Fotohändler schon jetzt seine Aktualisierungs-CD sichern kann. Die erste aktualisierte CD mit vielen neuen Produkten erscheint rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft Mitte November. Jeder Fotohändler, der den Bestellschein bis zum 16. Oktober 2006 per Fax oder Post an den C.A.T.-Verlag sendet, bekommt die aktualisierte CD



kostenlos zugeschickt. Mit diesem Bestellschein kann auch der kostenlose imaging-foto-contact online NEWSLETTER angefordert werden, mit dem der Handel nicht nur schnell über neue Produkte informiert wird, die im grossen foto-katalog aufgenommen wurden, sondern auch über aktuelle Neuheiten und Nachrichten der Imaging- und Fotobranche.

Registrierung:

- **Bestellen Sie hier image+fotocontact als kostenlosen Newsletter**

Zur Bestellung des NEWSLETTERS kann allerdings auch die CD respektive der Online-Zugang genutzt werden. Unter „Registrierung“ gelangt man direkt ins Mail-Programm. Dort findet sich ein vorbereitetes Formular, das mit den Kontaktdaten ausgefüllt und ganz bequem per E-Mail abgeschickt wird. Selbstverständlich kann der NEWSLETTER jederzeit wieder abbestellt werden.

Umfassende Informationen mit wenigen Klicks

Um den Zugriff auf die Produktinformationen schnell und einfach zu gestalten, bietet die Datenbank des grossen foto-katalogs verschiedene Zugriffsmöglichkeiten. So kann neben dem Zugriff über Sortimentsbereiche, Produktkategorien und Produktgruppen auch nach Produkten und Herstellern gesucht werden. Darüber hinaus besteht Zugriff auf umfangreiche Bestückungslisten und Informationen über Zubehör. Diese Informationen stehen sowohl im Internet als auch auf der CD zur Verfügung. Die Bedienung ist in beiden Fällen identisch.

Sortimentsbereiche wählen:

- Kameras
- Objektive/Filter
- Blitz/Leuchten/Licht
- Präsentation
- Verbrauchsmaterial
- Zubehör
- Sonstiges

Unter der Rubrik „Sortimentsbereiche wählen“ besteht die Möglichkeit, Produktinformationen nach der Sortimentsgliederung aufzurufen. So erscheinen zum Beispiel nach dem Klick auf den Sortimentsbereich Kameras darunter die Kategorien: Camcorder, Fachkameras, SLR-analog, SLR-digital, Sucher-analog, Sucher-digital und Zubehör.

Einige Produktkategorien sind zusätzlich in Produktgruppen unterteilt; so kann die Auswahl der Produkte noch verfeinert werden. Zum Beispiel erscheinen nach dem Klick auf die Produktkategorie „Sucher-digital“ die Produktgruppen:

bis 5 Mio. Pixel, bis 6 Mio. Pixel, bis 7 Mio. Pixel, bis 8 Mio. Pixel, bis 9 Mio. Pixel und über 9 Mio. Pixel.

Kamera	Sucher-digital
Camcorder	bis 5 Mio. Pixel
Fachkameras	bis 6 Mio. Pixel
SLR-analog	bis 7 Mio. Pixel
SLR-digital	bis 8 Mio. Pixel
Sucher-analog	bis 9 Mio. Pixel
Sucher-digital	über 9 Mio. Pixel
Zubehör	

Wird beispielsweise nur die Produktgruppe „Sucher-digital“ angeklickt, werden alle digitalen Sucherkameras angezeigt. Bei einem zusätzlichen Klick auf z. B. „über 9 Mio. Pixel“ werden nur die Modelle dieser Kategorie angezeigt.

Bei der Suche über den Produktnamen lassen sich beliebige Zeichen- und Zahlenfolgen eingeben. Es werden dann alle Produkte, in deren Namen diese Zeichenfolge enthalten ist, angezeigt. Wird beispielsweise der Name eines Herstellers eingegeben, wird dessen verfügbares Sortiment angezeigt. Wenn rechts im grünen Bereich z. B. „Canon“ eingetragen und die Suche mit einem Klick auf OK gestartet wird, werden alle verfügbaren Canon-Produkte gefunden, von denen die ersten 16 Produkte im orange/roten Feld erscheinen. Durch Klick auf den jeweiligen Produktnamen wird das entsprechende Produkt angezeigt. Mit Hilfe der Pfeile lässt sich wiederum innerhalb der angezeigten Anzahl von Produkten vor- und zurückblättern.

Suche Produktnamen...

OK

9 Produkte gefunden!

Canon EOS 1Ds Mark II

Canon EOS 350D

Canon EOS IV

Canon EOS 30V Date

Canon EOS 3000V

Canon EOS 300X

Canon EOS 5D

Canon EOS 1D Mark II N

Canon EOS 30D

Sinnvoller ist es jedoch, die Suche einzuschränken. Wird beispielsweise „Canon EOS“ oder „EOS“ eingegeben, erscheint nur die EOS-Kamerafamilie in der Auflistung. Ist die Produktbezeichnung oder ein Teil davon bekannt, wird dieses Produkt sofort angezeigt. Beispiel: Mit „z7590“ wird die Kodak EasyShare Z7590 gefunden.

Ist das gesuchte Produkt gefunden, sind im Textteil die wichtigsten Produkt-Highlights und Ausstattungsmerkmale zusammengefasst.

Die Tabelle unter dem Produktfoto enthält die wichtigsten technischen Spezifikationen des jeweiligen Produktes. Durch einen Klick auf „vergrößern“ (bei Benutzung der CD) bzw. auf „alles



zeigen“ (im Internet) werden diese Informationen übersichtlich und gut lesbar dargestellt.

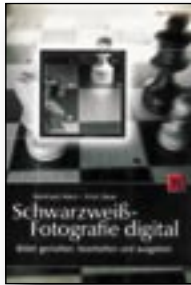
Wo es sinnvoll ist, befinden sich Angaben zum Zubehör und Produktvergleich unterhalb der Produktinformationen. Grundsätzlich können hier die folgenden Angaben gefunden werden: Original-Objektive, Objektive anderer Hersteller, Original-Blitzgeräte, Blitzgeräte anderer Hersteller, passende Taschen, empfohlenes Zubehör, Konverter, Batterien, vergleichbare Produkte und sonstiges Zubehör.

Produkt des Herstellers	Wählen anzeigen	Zubehör wählen
 Canon EF 1.25x Ext. 1.25x	1.25x Extender	Canon
 Canon EF 1.4x Ext. 1.4x	1.4x Extender	Canon
 Canon EF 1.8x Ext. 1.8x	1.8x Extender	Canon
 Canon EF 2.5x Ext. 2.5x	2.5x Extender	Canon
 Canon EF 3.5x Ext. 3.5x	3.5x Extender	Canon
 Canon EF 4.5x Ext. 4.5x	4.5x Extender	Canon
 Canon EF 5.5x Ext. 5.5x	5.5x Extender	Canon
 Canon EF 6.5x Ext. 6.5x	6.5x Extender	Canon
 Canon EF 7.5x Ext. 7.5x	7.5x Extender	Canon
 Canon EF 8.5x Ext. 8.5x	8.5x Extender	Canon
 Canon EF 9.5x Ext. 9.5x	9.5x Extender	Canon
 Canon EF 10.5x Ext. 10.5x	10.5x Extender	Canon
 Canon EF 11.5x Ext. 11.5x	11.5x Extender	Canon
 Canon EF 12.5x Ext. 12.5x	12.5x Extender	Canon
 Canon EF 13.5x Ext. 13.5x	13.5x Extender	Canon
 Canon EF 14.5x Ext. 14.5x	14.5x Extender	Canon
 Canon EF 15.5x Ext. 15.5x	15.5x Extender	Canon
 Canon EF 16.5x Ext. 16.5x	16.5x Extender	Canon
 Canon EF 17.5x Ext. 17.5x	17.5x Extender	Canon
 Canon EF 18.5x Ext. 18.5x	18.5x Extender	Canon
 Canon EF 19.5x Ext. 19.5x	19.5x Extender	Canon
 Canon EF 20.5x Ext. 20.5x	20.5x Extender	Canon
 Canon EF 21.5x Ext. 21.5x	21.5x Extender	Canon
 Canon EF 22.5x Ext. 22.5x	22.5x Extender	Canon
 Canon EF 23.5x Ext. 23.5x	23.5x Extender	Canon
 Canon EF 24.5x Ext. 24.5x	24.5x Extender	Canon
 Canon EF 25.5x Ext. 25.5x	25.5x Extender	Canon
 Canon EF 26.5x Ext. 26.5x	26.5x Extender	Canon
 Canon EF 27.5x Ext. 27.5x	27.5x Extender	Canon
 Canon EF 28.5x Ext. 28.5x	28.5x Extender	Canon
 Canon EF 29.5x Ext. 29.5x	29.5x Extender	Canon
 Canon EF 30.5x Ext. 30.5x	30.5x Extender	Canon
 Canon EF 31.5x Ext. 31.5x	31.5x Extender	Canon
 Canon EF 32.5x Ext. 32.5x	32.5x Extender	Canon
 Canon EF 33.5x Ext. 33.5x	33.5x Extender	Canon
 Canon EF 34.5x Ext. 34.5x	34.5x Extender	Canon
 Canon EF 35.5x Ext. 35.5x	35.5x Extender	Canon
 Canon EF 36.5x Ext. 36.5x	36.5x Extender	Canon
 Canon EF 37.5x Ext. 37.5x	37.5x Extender	Canon
 Canon EF 38.5x Ext. 38.5x	38.5x Extender	Canon
 Canon EF 39.5x Ext. 39.5x	39.5x Extender	Canon
 Canon EF 40.5x Ext. 40.5x	40.5x Extender	Canon
 Canon EF 41.5x Ext. 41.5x	41.5x Extender	Canon
 Canon EF 42.5x Ext. 42.5x	42.5x Extender	Canon
 Canon EF 43.5x Ext. 43.5x	43.5x Extender	Canon
 Canon EF 44.5x Ext. 44.5x	44.5x Extender	Canon
 Canon EF 45.5x Ext. 45.5x	45.5x Extender	Canon
 Canon EF 46.5x Ext. 46.5x	46.5x Extender	Canon
 Canon EF 47.5x Ext. 47.5x	47.5x Extender	Canon
 Canon EF 48.5x Ext. 48.5x	48.5x Extender	Canon
 Canon EF 49.5x Ext. 49.5x	49.5x Extender	Canon
 Canon EF 50.5x Ext. 50.5x	50.5x Extender	Canon
 Canon EF 51.5x Ext. 51.5x	51.5x Extender	Canon
 Canon EF 52.5x Ext. 52.5x	52.5x Extender	Canon
 Canon EF 53.5x Ext. 53.5x	53.5x Extender	Canon
 Canon EF 54.5x Ext. 54.5x	54.5x Extender	Canon
 Canon EF 55.5x Ext. 55.5x	55.5x Extender	Canon
 Canon EF 56.5x Ext. 56.5x	56.5x Extender	Canon
 Canon EF 57.5x Ext. 57.5x	57.5x Extender	Canon
 Canon EF 58.5x Ext. 58.5x	58.5x Extender	Canon
 Canon EF 59.5x Ext. 59.5x	59.5x Extender	Canon
 Canon EF 60.5x Ext. 60.5x	60.5x Extender	Canon
 Canon EF 61.5x Ext. 61.5x	61.5x Extender	Canon
 Canon EF 62.5x Ext. 62.5x	62.5x Extender	Canon
 Canon EF 63.5x Ext. 63.5x	63.5x Extender	Canon
 Canon EF 64.5x Ext. 64.5x	64.5x Extender	Canon
 Canon EF 65.5x Ext. 65.5x	65.5x Extender	Canon
 Canon EF 66.5x Ext. 66.5x	66.5x Extender	Canon
 Canon EF 67.5x Ext. 67.5x	67.5x Extender	Canon
 Canon EF 68.5x Ext. 68.5x	68.5x Extender	Canon
 Canon EF 69.5x Ext. 69.5x	69.5x Extender	Canon
 Canon EF 70.5x Ext. 70.5x	70.5x Extender	Canon
 Canon EF 71.5x Ext. 71.5x	71.5x Extender	Canon
 Canon EF 72.5x Ext. 72.5x	72.5x Extender	Canon
 Canon EF 73.5x Ext. 73.5x	73.5x Extender	Canon
 Canon EF 74.5x Ext. 74.5x	74.5x Extender	Canon
 Canon EF 75.5x Ext. 75.5x	75.5x Extender	Canon
 Canon EF 76.5x Ext. 76.5x	76.5x Extender	Canon
 Canon EF 77.5x Ext. 77.5x	77.5x Extender	Canon
 Canon EF 78.5x Ext. 78.5x	78.5x Extender	Canon
 Canon EF 79.5x Ext. 79.5x	79.5x Extender	Canon
 Canon EF 80.5x Ext. 80.5x	80.5x Extender	Canon
 Canon EF 81.5x Ext. 81.5x	81.5x Extender	Canon
 Canon EF 82.5x Ext. 82.5x	82.5x Extender	Canon
 Canon EF 83.5x Ext. 83.5x	83.5x Extender	Canon
 Canon EF 84.5x Ext. 84.5x	84.5x Extender	Canon
 Canon EF 85.5x Ext. 85.5x	85.5x Extender	Canon
 Canon EF 86.5x Ext. 86.5x	86.5x Extender	Canon
Canon EF 87.5x Ext. 87.5x	87.5x Extender	Canon
Canon EF 88.5x Ext. 88.5x	88.5x Extender	Canon
Canon EF 89.5x Ext. 89.5x	89.5x Extender	Canon
Canon EF 90.5x Ext. 90.5x	90.5x Extender	Canon
Canon EF 91.5x Ext. 91.5x	91.5x Extender	Canon
Canon EF 92.5x Ext. 92.5x	92.5x Extender	Canon
Canon EF 93.5x Ext. 93.5x	93.5x Extender	Canon
Canon EF 94.5x Ext. 94.5x	94.5x Extender	Canon
Canon EF 95.5x Ext. 95.5x	95.5x Extender	Canon
Canon EF 96.5x Ext. 96.5x	96.5x Extender	Canon
Canon EF 97.5x Ext. 97.5x	97.5x Extender	Canon
Canon EF 98.5x Ext. 98.5x	98.5x Extender	Canon
Canon EF 99.5x Ext. 99.5x	99.5x Extender	Canon
Canon EF 100.5x Ext. 100.5x	100.5x Extender	Canon
Canon EF 101.5x Ext. 101.5x	101.5x Extender	Canon
Canon EF 102.5x Ext. 102.5x	102.5x Extender	Canon
Canon EF 103.5x Ext. 103.5x	103.5x Extender	Canon
Canon EF 104.5x Ext. 104.5x	104.5x Extender	Canon
Canon EF 105.5x Ext. 105.5x	105.5x Extender	Canon
Canon EF 106.5x Ext. 106.5x	106.5x Extender	Canon
Canon EF 107.5x Ext. 107.5x	107.5x Extender	Canon
Canon EF 108.5x Ext. 108.5x	108.5x Extender	Canon
Canon EF 109.5x Ext. 109.5x	109.5x Extender	Canon
Canon EF 110.5x Ext. 110.5x	110.5x Extender	Canon
Canon EF 111.5x Ext. 111.5x	111.5x Extender	Canon
Canon EF 112.5x Ext. 112.5x	112.5x Extender	Canon
Canon EF 113.5x Ext. 113.5x	113.5x Extender	Canon
Canon EF 114.5x Ext. 114.5x	114.5x Extender	Canon
Canon EF 115.5x Ext. 115.5x	115.5x Extender	Canon
Canon EF 116.5x Ext. 116.5x	116.5x Extender	Canon
Canon EF 117.5x Ext. 117.5x	117.5x Extender	Canon
Canon EF 118.5x Ext. 118.5x	118.5x Extender	Canon
Canon EF 119.5x Ext. 119.5x	119.5x Extender	Canon
Canon EF 120.5x Ext. 120.5x	120.5x Extender	Canon
Canon EF 121.5x Ext. 121.5x	121.5x Extender	Canon
Canon EF 122.5x Ext. 122.5x	122.5x Extender	Canon
Canon EF 123.5x Ext. 123.5x	123.5x Extender	Canon
Canon EF 124.5x Ext. 124.5x	124.5x Extender	Canon
Canon EF 125.5x Ext. 125.5x	125.5x Extender	Canon
Canon EF 126.5x Ext. 126.5x	126.5x Extender	Canon
Canon EF 127.5x Ext. 127.5x	127.5x Extender	Canon
Canon EF 128.5x Ext. 128.5x	128.5x Extender	Canon
Canon EF 129.5x Ext. 129.5x	129.5x Extender	Canon
Canon EF 130.5x Ext. 130.5x	130.5x Extender	Canon
Canon EF 131.5x Ext. 131.5x	131.5x Extender	Canon
Canon EF 132.5x Ext. 132.5x	132.5x Extender	Canon
Canon EF 133.5x Ext. 133.5x	133.5x Extender	Canon
Canon EF 134.5x Ext. 134.5x	134.5x Extender	Canon
Canon EF 135.5x Ext. 135.5x	135.5x Extender	Canon
Canon EF 136.5x Ext. 136.5x	136.5x Extender	Canon
Canon EF 137.5x Ext. 137.5x	137.5x Extender	Canon
Canon EF 138.5x Ext. 138.5x	138.5x Extender	Canon
Canon EF 139.5x Ext. 139.5x	139.5x Extender	Canon
Canon EF 140.5x Ext. 140.5x	140.5x Extender	Canon
Canon EF 141.5x Ext. 141.5x	141.5x Extender	Canon
Canon EF 142.5x Ext. 142.5x	142.5x Extender	Canon
Canon EF 143.5x Ext. 143.5x	143.5x Extender	Canon
Canon EF 144.5x Ext. 144.5x	144.5x Extender	Canon
Canon EF 145.5x Ext. 145.5x	145.5x Extender	Canon
Canon EF 146.5x Ext. 146.5x	146.5x Extender	Canon
Canon EF 147.5x Ext. 147.5x	147.5x Extender	Canon
Canon EF 148.5x Ext. 148.5x	148.5x Extender	Canon
Canon EF 149.5x Ext. 149.5x	149.5x Extender	Canon
Canon EF 150.5x Ext. 150.5x	150.5x Extender	Canon
Canon EF 151.5x Ext. 151.5x	151.5x Extender	Canon
Canon EF 152.5x Ext. 152.5x	152.5x Extender	Canon
Canon EF 153.5x Ext. 153.5x	153.5x Extender	Canon
Canon EF 154.5x Ext. 154.5x	154.5x Extender	Canon
Canon EF 155.5x Ext. 155.5x	155.5x Extender	Canon
Canon EF 156.5x Ext. 156.5x	156.5x Extender	Canon

Reinhard Merz • Erich Baier:

Schwarzweiß-Fotografie digital

Schwarzweiß-Bilder vermitteln ihre Wirkung durch den Kontrast. Es sind ungewohnte, aber typisch fotografische Bilder. Dabei ist es vor allem die Beherrschung dieses Kontrasts, die sowohl im technischen wie im gestalterischen Sinn Allerweltsaufnahmen von Spitzenfotos unterscheidet.



Früher mußte man Schwarzweiß sehen lernen, um ein Motiv durch die richtige Auswahl von Filmen und Filtern optimal abzubilden. Heute verfügen wir dank digitaler Workflows über exzellentes Rohmaterial, das wir anschließend fast nach Belieben verändern können. Das Autoren-Team Reinhard Merz und Erich Baier schlägt den Bogen von der Aufnahme – ob mit Film und anschließendem Scannen oder mit der Digitalkamera – über die

Bildbearbeitung zur Ausgabe und zur Präsentation der Bilder.

Dabei ist analog oder digital keine Glaubensfrage, ausschließlich die mit vertretbaren Mitteln erreichbare Qualität bestimmt den Weg. So werden, falls dies sinnvoll erscheint, neben dem digitalen Workflow auch analoge Verfahren aus dem klassischen Labor und Hybridprozesse für maximale Qualität vorgestellt.

Das Buch gibt dem digitalen Schwarzweiß-Einsteiger ein solides Wissen an die Hand und zeigt dem erfahrenen Fotografen, der seine besten Dias und Negative jetzt ausdrucksstark umsetzen möchte, den Weg durch den Photoshop-Dschungel, denn noch nie war es so einfach, professionelle Schwarzweiß-Bilder zu machen.

Reinhard Merz/Erich Baier: Schwarzweiß-Fotografie digital. Bilder gestalten, bearbeiten und ausgeben, 225 Seiten, Festeinband, dpunkt.verlag GmbH, Heidelberg 2006, ISBN 3-89864-403-0, 39,- Euro.

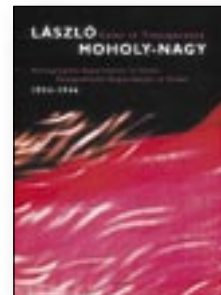
László Moholy-Nagy:

Color in Transparency

László Moholy-Nagy gilt als einer der bedeutendsten Avantgardisten des jungen 20. Jahrhunderts, als Visionär des sogenannten „Neuen Sehens“. So

gelang es ihm, Licht- und Raumdimensionen von einem Medium ins andere zu übersetzen. Als sich in den frühen dreißiger Jahren die ersten Farbfilmverfahren durchsetzten, wurde Moholy zu einem Pionier der künstlerischen Farbfotografie. Im Exil in Holland und England sowie am New Bauhaus in Chicago wurde sie zu einem der wichtigsten Medien seiner künstlerischen Arbeit. Dennoch ist sein Beitrag zur Farbfotografie mit wenigen Ausnahmen unbekannt geblieben.

Das Buch „Color in Transparency“ schließt diese Lücke: Der Band stellt 100 Arbeiten von Moholy-Nagy aus den Jahren 1934 bis 1946 vor – von den frühesten Experimenten in Farbe über Werbung, Porträts, Stadtlandschaften



bis hin zu Studien aus dem New Bauhaus und abstrakten Kompositionen.

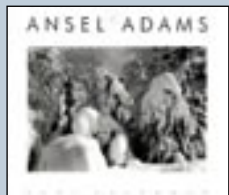
Zur Person: László Moholy-Nagy, geboren 1895 in Südungarn, war 1923–1928 Lehrer am Bauhaus in Dessau und gab mit Walter Gropius die Reihe „Bauhausbücher“ heraus. Seit 1925 beschäftigte sich der in vielen Kunstformen – Malerei, Skulptur, Film, Design – heimische Künstler mit der Fotografie. 1928–1935 hatte er sein Atelier für Design in Berlin. Er emigrierte über Amsterdam und London 1937 nach Chicago und übernahm dort die Leitung des New Bauhaus bzw. der School of Design, die heute Teil des Illinois Institute of Technology ist. Er starb 1946 in Chicago.

László Moholy-Nagy: Color in Transparency. Fotografische Experimente in Farbe 1934–1946. Herausgegeben von Jeannine Fiedler und Hattula Moholy-Nagy. Mit einem Vorwort von Hattula Moholy-Nagy und einem Essay von Jeannine Fiedler. 21 x 30 cm. Leinen-einband mit Schutzumschlag, deutsch/englisch, Steidl Publishers, Göttingen 2006, ISBN 3-86521-293-X, ISBN 13: 978-3-86521-293-1, 49,- Euro.

Ansel-Adams-Kalender 2007

Der absolute Klassiker unter den alljährlichen Fotokalendern ist der Ansel-Adams-Kalender, der seit 1983 ununterbrochen jedes Jahr erscheint.

Die aktuelle Ausgabe zeichnet sich durch großartige Schwarzweiß-Landschaftsfotos aus den Nationalparks der USA aus. Entstanden sind sie in den Jahren zwischen 1936 und 1960 und weisen eine Brillanz auf, die bis heute unübertroffen ist.



Alle Fotografien werden in herausragendem Druck und im Format von circa 33 x 28 cm wiedergegeben, so daß auch feinste Details der Aufnahmen noch zu entdecken sind. Diesen hohen Qualitätsstandard für seine Kalender hat Ansel

Adams noch selbst festgelegt, und dieser gilt auch für den Terminkalender, der neben dem Wochenkalendarium 53 faszinierende Schwarzweißfotografien zeigt. Erhältlich sind die beiden Kalender bei Lindemanns Buchhandlung, Nadlerstr. 10, 70173 Stuttgart, www.lindemanns.de.

Ansel Adams: 2007 Calendar. Monatskalender mit 13 Duoton-Fotos (Januar 2007 bis Januar 2008), Kalenderformat 39,5 x 32 cm, Kalendarium englisch, Spiralheftung, Boston 2006, 17,95 Euro.

Ansel Adams: 2007 Engagement Calendar. 112 Seiten mit 53 ganzseitigen Duoton-Fotos, Wochenkalendarium für Notizen, Text englisch, 24 x 21 cm, Spiralheftung, Boston 2006, 17,95 Euro.



6.744 Abonnenten (IVW 2/2006)

lesen Monat für Monat imaging+foto-contact, die größte Fachzeitschrift der Fotobranche, mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.700 Exemplaren bundesweit (IVW 2/2006). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.700 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 33 v. 01.01.2006) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

**Kleinanzeige 1-spaltig
(40,5 mm breit) zum mm-Preis
von 1,21 € x 27 mm Höhe =
32,67 € zzgl. gesetzl. MwSt.**

Fotofachgeschäft

in einer westdeutschen Stadt
mit 80.000 Einwohnern, große
Industrieansiedlung, gute Lage,
aus persönlichen Gründen zu
verkaufen.

Tel. 0 00/00 00 00

Wir sind ein gut eingeführtes und erfolgreiches Paß- und Portrait-
studio mit Fotofachgeschäft in der City von Bilderberg.
Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir zum nächstmög-
lichen Termin eine/n

Fotografen/-in

Wenn Sie erfolgsorientiertes Arbeiten gewohnt sind und neben dem
kreativen Aspekt auch kaufmännische Belange in Ihre Arbeit einbeziehen
können, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Arbeitsproben an

Foto Studio • Mustermannstr. 86 • 01000 Bilderberg

**Kleinanzeige 2-spaltig (87 mm breit) zum mm-Preis von
2,42 € x 36 mm Höhe = 87,12 € zzgl. gesetzl. MwSt.**

**1/9 Seite
Kleinanzeige
(56 x 85 mm)**

zum

mm-Preis von

1,61 € x 85 mm hoch =

136,85 €

zzgl. gesetzl. MwSt.



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)

☐ unter Chiffre (Gebühr: 5,20 €) Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

i+fc 10/2006

Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungs-
betrag 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

Ihr Reparatur-Service
für Foto, Film, Video,
AV und Hightech
sämtlicher Hersteller



FOTO-, VIDEO-, HIFI-
REPARATUREN
HERBERT GEISSLER
Lichtensteinstraße 75
72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN
Telefon 0 70 72/92 97-0
Telefax 0 70 72/20 69
E-mail: Geissler-Reutlingen@t-online.de
www.geissler-service.de

Autorisierte
Vertragswerkstatt

Canon

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Rollei
Kodak



KONICA MINOLTA



reflecta

BRAUN
PHOTO TECHNIK

Saeco
Kaffeautomaten



SOLIGOR

HARMAN/BECKER
AUTOMOTIVE SYSTEMS

DAYLIGHT POWER
DIE ERLEUCHTUNG



Tageslicht Profi-Leuchten.
Große Leistung – kleiner Preis.
800 Watt helles, weißes Licht
durch Metall-Halogenbrenner.
Auch im Profi-Set erhältlich.



Unterlagen und Händlernachweis:
Tel. 0 22 03/162 62, Fax 135 67
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

Gute und preiswerte Color-Chrom- Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK
Einbildkarte nach Dia € 110,-
2-4 Bildkarte nach Dia € 165,-
-incl. Proof-Andruck-

Auflagendruck
1500er Aufl. € 60,- p.1000 St.
3000er Aufl. € 45,- p.1000 St.
5000er Aufl. € 40,- p.1000 St.
10000er Aufl. € 35,- p.1000 St.

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

...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

FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren
Filmabtastung
8 mm Filme auf DVD
Kopien auf Video – CD – DVD
CD / DVD Einzel- u. Serienkopien

alle Formate
8, 9,5, 16 mm Filme
attraktive Festpreise
alle Systeme
schnell und preiswert

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

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

Techn. Positiv-Retusche

helmut.bodenschatz@t-online.de

Ankauf – Verkauf gebrauchter Fotogeräte, Minilabs und Laborgeräte. Fotoservice Jungkunz

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

GAF

Vertragswerkstatt

W W
ürz

FILM-FOTO-VIDEOTECHNIK KÖLN

Service für:

Foto-, Video-, Digitalgeräte
Objektive, Projektoren +
Blitzgeräte aller Systeme
Inh. S. Rottmeter

Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Tel./Fax: 02203-12136
Email: fototechnik-koeln@web.de
www.fototechnik-koeln.de

Foto-Aktienkurse

		15.9.2006	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	5.958	5.482	3.800	5.980
Casio	YEN	2.300	2.192	1.622	2.300
CeWe Color	EUR	30,20	30,19	26,35	51,27
Du Pont	USD	41,43	39,07	37,83	45,71
Eastman Kodak	USD	22,17	19,38	19,09	29,73
Epson	YEN	824	758	596	1.187
Fujifilm	YEN	4.374	3.949	3.610	4.410
Hewlett-Packard	USD	36,25	33,05	26,67	36,92
Hitachi	YEN	706	708	690	886
ICI	GBP	382,25	361,75	277,50	402,25
Imation	USD	41,96	38,37	37,50	48,81
Jenoptik	EUR	7,63	6,74	6,30	8,35
Leica	EUR	7,77	7,05	3,96	11,02
Metro	EUR	43,84	45,89	36,54	47,83
Olympus	YEN	3.350	3.226	2.240	3.550
Samsung	KRW	656.000	605.000	546.000	740.000
Sharp	YEN	2.095	1.984	1.564	2.175
Sony	YEN	4.970	5.193	3.710	6.150
Spector	EUR	1,17	1,16	1,11	4,60
Toshiba	YEN	790	747	465	836
Varta	EUR	8,70	8,95	4,69	10,71

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Inserenten-Verzeichnis

Inserent	Seite	photokina-Stand			
a & o imaging solutions GmbH	21	Halle 10	Oberg.	Gang C	Stand 30
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH	82	Halle 5	Oberg.	Gang E	Stand 31
Canon Deutschland GmbH	6. U.	Halle 3	Oberg.	Gang A/B	Stand 10
CeWe Color AG & Co. OHG	27	Halle 10	Oberg.	Gang A	Stand 70
Casio Europe GmbH	9	Halle 2	Oberg.	Gang C/D	Stand 9
CF Photo+Video Technik GmbH	83	Halle 6	Erdg.	Gang A	Stand 2
David Communication	18				
Dohm GmbH	5. U.	Halle 10	Oberg.	Gang B	Stand 61
Goldbuch Georg Brückner GmbH	23	Halle 7	Erdg.	Gang B/C	Stand 30
Hansephot GmbH	39				
Jobo AG	35, 67	Halle 6	Erdg.	Gang C	Stand 20
Fotoservice Jungkunz	83	Halle 10	Oberg.	Gang B	Stand 17
Kingston Technology GmbH	19	Halle 6	Erdg.	Gang C	Stand 71
Quickpoint Hanns Loersch GmbH & Co.	77				
Noritsu (Deutschland) GmbH	33	Halle 10	Oberg.	Gang F	Stand 10
Panasonic Deutschland GmbH	15	Halle 3	Oberg.	Gang A	Stand 30
Photo+Medienforum Kiel	49	Halle 2	Erdg.	Gang C	Stand 1
Ricoh Europe B.V. Niederlassung Düsseldorf	29	Halle 5	Oberg.	Gang D	Stand 11
Samsung Electronics GmbH	6	Halle 4	Oberg.	Gang E	Stand 30
Sakar Germany GmbH	53, 71, 73, 75	Halle 3	Erdg.	Gang A	Stand 30
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH	17	Halle 4	Oberg.	Gang G	Stand 10
Sony Deutschland GmbH	13	Halle 5	Oberg.	Gang E	Stand 10
Kleinanzeigen	82 – 84				

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studioteknik

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,
Thomas Blömer, Geschäftsführer

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Jürgen Günther

Lidija Mizdrak, M.A.
Dipl. Journ. Herbert Päge
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:

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. 33 v. 1. Januar 2006

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Printpartner Digitaldruck GmbH, Bocholt

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: 39,90 € jährlich
Ausland: 60,00 € jährlich
Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1430-1121



STD 120 | 348



Erleuchtung gefällig?

Na dann aufgewacht: Hier wird mit Fotos so richtig Geld gemacht!

Dazu laden wir Sie ganz herzlich ein.

Ihr DOHM-Team präsentiert Ihnen zur Photokina die neuen, umsatzstarken „DOHM Ertragsbringer“ wie:

- **Digitale Minilabsysteme** mit bester Bildqualität durch neueste LED Technik, Vernetzung via Internet als Citylabkonzept
- **Minilabzubehör** für alle gängigen Maschinen
- **Fototerminal- und Kioskösungen** mit höchster Leistung und genial einfacher Bedienung
- **Foto Drucker** mit der schnellsten/besten Bildqualität
- **Fotobuch- und Softwarelösungen**, superschnelle wie einfach zu bedienende Softwarelösungen mit den dazu passenden Bindsystemen
- **Bildbearbeitungssoftware** der neuesten Generation
- **Fotopapiere und Fotochemie** von bester Qualität
- **Gebrauchsmaschinen** der führenden Hersteller
- **Serviceleistungen** „DOHM-PLUS“ rund um's Bild
- **Digitale Shop Produkte** neu und faszinierend



 **DOHM**[®]
energize your profit

photokina
world of imaging

26.09.06 – 01.10.06

Hier stellen wir für Sie aus:

Halle 10.2, Gang B,
Stand 061 / 065

DOHM GmbH Blumenstraße 31 72127 Mähringen Telefon: +49(0)70 71 / 91 29-0 E-Mail: info@dohm.de www.dohm.de

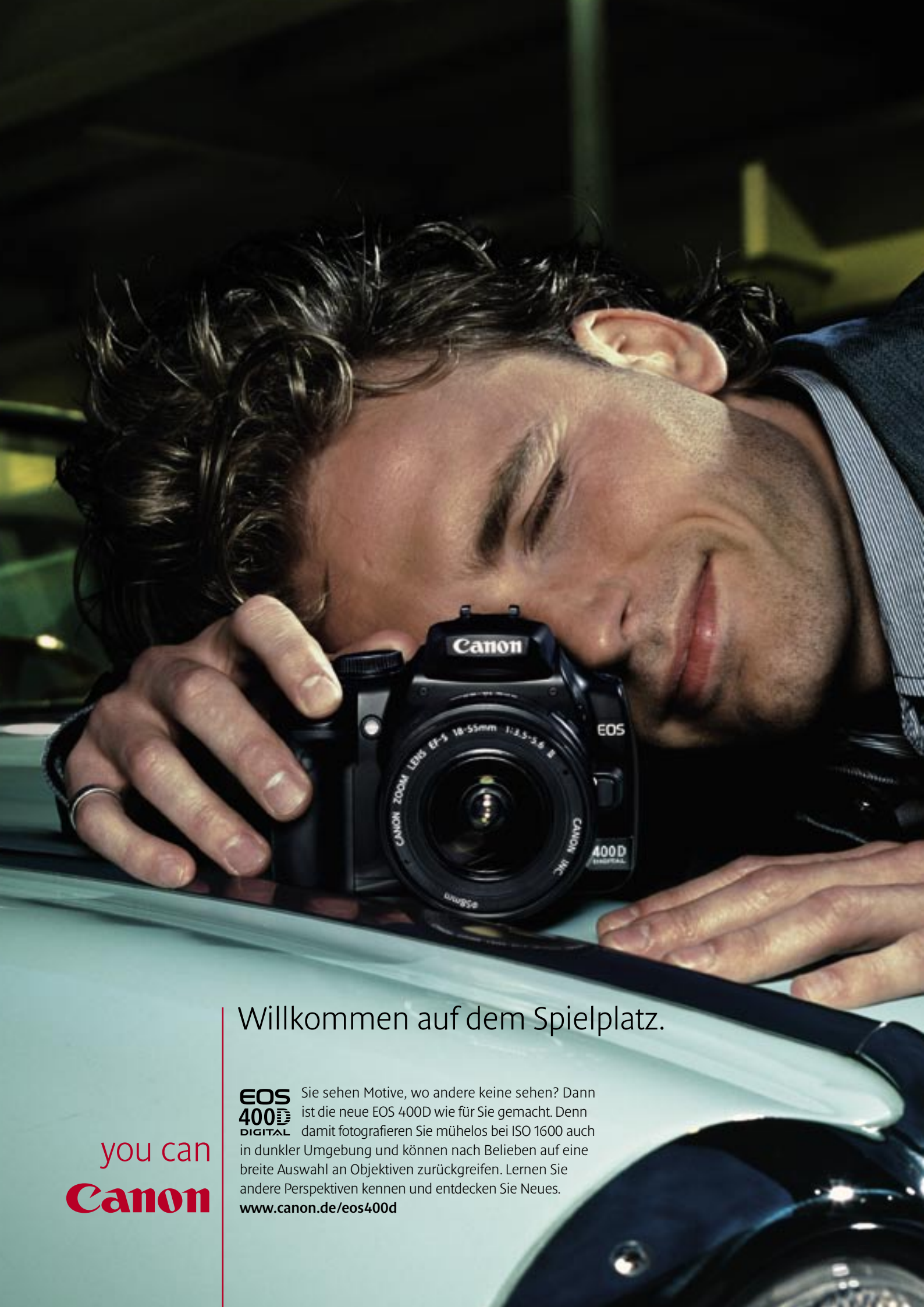
Digital Imaging's
Future

State-of-the-Art
Technologies

Exclusive
Service-Partner

New Generation
Digital Minilabs

Shop Products



Willkommen auf dem Spielplatz.

you can
Canon

EOS
400D
DIGITAL

Sie sehen Motive, wo andere keine sehen? Dann ist die neue EOS 400D wie für Sie gemacht. Denn damit fotografieren Sie mühelos bei ISO 1600 auch in dunkler Umgebung und können nach Belieben auf eine breite Auswahl an Objektiven zurückgreifen. Lernen Sie andere Perspektiven kennen und entdecken Sie Neues.

www.canon.de/eos400d