

imaging

+foto contact

11/2000

DM 6,50 ISSN 1430 - 1121

28. Jahrgang G 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Farbiger Start im Fotohandel:

Vista

Testfilm-Aktion von Agfa



Agfa unterstützt Fotohandel
bei der Einführung der
neuen Filmgeneration mit
umfangreichem PoS-Material

Alle reden von digital wir haben die Lösung !



Von analog zu digital
die IMAGE CD

“Echt-Fotos” von allen
digitalen Datenträgern

“Echt-Fotos” vom
DIGITAL TERMINAL

“Echt-Fotos”
via INTERNET

...neugierig !



Ihre Möglichkeit für
“grenzenlosen Erfolg”

www.photouniverse.de

- Händler Layout
- Händler Shop
- Händler Börse

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

V-DIA Heidelberg
Rhein-Main Color
ELB-Color
PrintPartner
Spree Color

• Dischingerstr. 8
• Gräsiger Weg 7
• Zaschendorfer Straße 83
• Langenscheidtstraße 7
• Nalepastraße 208

• 69123 Heidelberg
• 65719 Wallau
• 01662 Meißen
• 99867 Gotha
• 12459 Berlin

• Tel.: 06221/77 31 29
• Tel.: 06122/80 27 45
• Tel.: 03521/75 99 10
• Tel.: 03621/30 50 0
• Tel.: 030/53 89 66 27



UNTERNEHMENSGRUPPE

FÜR UNS ZÄHLT IHR ERFOLG.



Zum Titelbild: Agfa unterstützt den Handel bei der Einführung der Vista-Filmgeneration

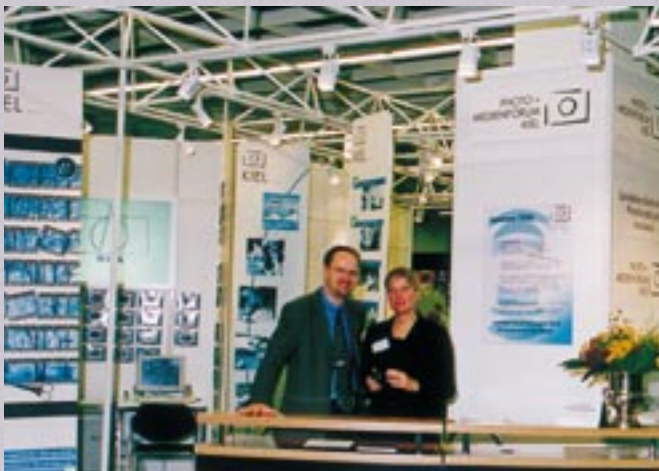
Zur Markteinführung der neuen Vista Filmgeneration startet Agfa eine umfangreiche Testfilm-Aktion. Dabei stehen die Empfindlichkeiten ISO 200 und ISO 800 dem Fotohandel in Sonderlängen als Aktionsware zur Verfügung. Mit den Testfilmen will Agfa-Gevaert den Kunden des Fotohandels einen guten Grund geben, in der nachfrageschwachen Zeit zwischen der Urlaubssaison und dem Weihnachtsgeschäft zu einem neuen Film zu greifen. Dabei bietet besonders der Vista 800 in der lichtarmen Jahreszeit die Gelegenheit für



ein völlig neues Fotografierlebnis. Zusätzlich zu den normalen Konfektionierungen der gesamten Vista Filmpalette vom 100er bis zum 800er stehen die Empfindlichkeiten ISO 200 und ISO 800 in einer Sonderlänge von 20 Aufnahmen zur Verfügung. Der günstige empfohlene Verkaufspreis von DM 3,99 für den 200er und DM 4,99 für den 800er soll dabei Impulskäufe auslösen. **Seite 34**

photokina 2000: Kölner Superlative

Die Jubiläumsveranstaltung zum 50jährigen Bestehen war die größte aller Zeiten: 1.663 Aussteller aus 45 Ländern stellten auf der photokina 2000 vom 20. bis 25. September die Weichen auf die Zukunft des Bildes. Neben der Digitalfotografie regten neue Verfahren wie trockene Prozesse zur Filmentwicklung und der Digitaldruck fürs Großlabor die Phantasie an. Der Fotohandel kann sich zudem über attraktive Kameramodelle zum Weihnachtsgeschäft freuen. Trotz des publikumswirksamen Auftritts der Digitaltechnik brauchte sich auch die analoge Fotografie nicht zu verstecken. Preiswerte Scanner für zu Hause, schnelle für das Großlabor, digitale Minilabs und die wie Pilze aus dem Boden sprießenden Internet-Dienstleistungen eröffnen den analogen Bildern auf einfache Weise den Weg in die digitale Welt. Umgekehrt zeigt sich im Umfeld der Digitalkameras der Trend zum ausgedruckten Bild in Fotoqualität. **Seite 10**



profi-contact

77-82

Editorial
Seite 2

Leserbrief
Seite 3

photokina
News
Seite 4

News/
Impressum
Seite 6



Neue Bilderdienste im Fotomarkt Internet

Die Online-Bilderdienste häufen sich. Archivierung, Verwaltung und Auftragsabwicklung von digitalen Fotos im Internet gehörten zu den zentralen Themen auf der photokina. Auch Fujifilm und Kodak stellten in Zusammenarbeit mit ihren Großlabors neue Services in Sachen digitale Bildbearbeitung vor; Agfa arbeitet bei seinem Agfanet mit zahlreichen Partnern zusammen. Und inzwischen haben sich auch viele Start-up-Unternehmen auf Bilddienstleistungen im World Wide Web spezialisiert. Während einige Anbieter den Weg über den Fotohandel umgehen, zeichnen sich – wenn auch noch nicht ganz ausgefeilt – Tendenzen zu Kooperationen ab. Welche Vertriebswege sich durchsetzen werden, bleibt abzuwarten. imaging+foto-contact hat sich auf der Weltmesse des Bildes nach aktuellen Angeboten umgesehen. **Seite 46**



Photo+Medienforum Kiel auf der photokina

Die Fachschule des Deutschen Fotohandels ist tot – es lebe das Photo+Medienforum Kiel: Seit der photokina 2000 trägt die bekannte Einrichtung auch offiziell ihren neuen Namen. Die Umbenennung und das neue Logo sollen das veränderte Selbstverständnis der Institution nach außen dokumentieren. Längst identifiziert sich das Kieler Forum nicht mehr mit dem altbackenen und angestaubten Begriff Schule. Vielmehr verstehen sich die Kieler als moderne Aus- und Weiterbildungsstätte, in der die Begriffe Qualifikation, Training und Kommunikation in den Mittelpunkt gerückt wurden. Dank der Unterstützung der KölnMesse konnte das Photo+Medienforum Kiel seinen neuen Auftritt auf einem Gemeinschaftsstand mit dem Bundesverband des Deutschen Foto-Fachhandels (BV Foto) in Halle 3.1 präsentieren. **Seite 74**



Zum Titelbild

Agfa unterstützt den Fotohandel bei der Einführung der neuen Vista Filmgeneration 34

Editorial

Nach der photokina:
Die Zukunft kommt bestimmt 5

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Nimmt der Preistreiber Staat vielen Bürgern die freie Einkommensspitze für ihr (Foto!)-Vergnügen? 36

Industrie

Kodak unterstützt Deutsches Centrum für Fotografie in Berlin 38

Internationale Messen

photokina 2000: Kölner Superlative 10
Innovation@Polaroid 40
Canon Video Round Table-Gespräch 62

Labor

CeWe Color feiert in Belgien das 25jährige 50

Handel

Kooperationen sind auf der photokina aktiv 70
Jetzt auch offiziell: Photo+Medienforum Kiel 74
H. D. Lehmann: Zeitenwende 88

Nachrichten 6, 8, 43, 76, 85, 89

imaging+foto-contact-Interviews

Dieter Werkhausen, Kodak Vorstand und Chef Consumer Imaging: Erwartungen übertroffen 28
Wout van der Kooij, Vorstandsmitglied der Agfa-Gevaert Gruppe:
Bilder auch im digitalen Zeitalter 32

Zwei neue Digitalkameras von Pentax

Pentax feierte auf der photokina Premiere von zwei neuen Digitalkamera-Modellen. Die EL-200 ist ein kleines, kompaktes Einsteigermodell, die EL-2000 ist eine leistungsstarke Digitalkamera, die auf klassischer Spiegelreflex-Technologie basiert. Fotografieren in einer multimedialen Dimension ermöglicht die digitale Spiegelreflexkamera EL-2000 von Pentax.



Neben klassischen SLR-Features wie TTL-Messung mit drei verschiedenen Belichtungsmeßarten bietet sie hochwertige elektronische Leistungsdaten. Für die Auflösung steht ein 2/3 Inch großer CCD Chip mit Frame Transfer zur Verfügung, der eine Auflösung von 2,24 Millionen Pixeln bietet. **Seite 56**

Ricoh Digitalkamera RDC-i700

„Image Capturing Device“ ist der Konzeptname für Ricohs neue Ausrichtung auf die multimediale, vernetzte Welt. Hinter diesem Konzept steht der Gedanke, daß eine Digitalkamera angesichts der neuen Kommunikationstechniken und -möglichkeiten mehr sein muß, als ein Produkt, das lediglich den chemischen Film durch einen elektronischen Speicher ersetzt hat. Das erste Ergebnis dieser Ausrichtung ist die internet-taugliche, multimedia-fähige Digitalkamera RDC-i700, die auf der photokina in Köln vorgestellt wurde. **Seite 59**



Gary DiCamillo, Präsident/CEO der Polaroid Corporation: Mit unseren Ideen wollen wir neue Zielgruppen für Foto und Imaging begeistern 40

profi-contact

Offizielles Organ
deutscher Berufsfotografen-Verbände 77

Digital Imaging

Phogenix Imaging plant marktreife Minilabs 26
Fotomarkt Internet 46
Multifunktionale Digitalkamera von Panasonic 52
Neuheiten Digital Imaging 53, 58
Agfa macht Bilder mobil 54
Pentax bietet Digitales für jeden Anspruch 56
Ricoh stellt die Digitalkamera RDC-i700 vor 59
Medi@bild bietet Internet-gestütztes
Bildmanagement für Europa 64

Video

U. Vielmuth: Camcorder mit Leica-Objektiv 84

Neuheiten

Analoge Kameras beleben das
Herbst- und Weihnachtsgeschäft 66
Meßsucherkamera Bronica RF645 69
Leica Kameras für verschiedene Systeme 72

Point of Sale

Agfa unterstützt den Fotohandel bei der Einführung der neuen Vista Filmgeneration 34

Rechtstips 90

Fotoliteratur 86

Leserbriefe 43

Inserenten-Verzeichnis 85

Klein- und Personalanzeigen 91

Impressum 95

Es war eine tolle „Weltmesse des Bildes“ in Köln, und zwar nicht nur, weil die photokina im 50. Jahr ihres Bestehens die größte aller Zeiten war. Eine solche Aufbruchstimmung über alle Bereiche der Foto- und Imagingbranche hinweg hat es eigentlich noch nie gegeben. Zwar weiß noch niemand genau, wie die Zukunft des Bildes aussieht, aber eines scheint festzustehen: Sie birgt immense Wachstumschancen.

Natürlich ist dafür die Digitaltechnik verantwortlich, mit der die Anwendungsmöglichkeiten von Bildern dra-

wollte. Dan Carp natürlich keine Renaissance der unmöglichen Nimslo-Kameras seligen Angedenkens einleiten, sondern auf die Möglichkeit aufmerksam machen, aus einigen Fotos auf elektronischem Wege eine dreidimensionale Darstellung eines Objektes zu erzeugen – für Handelshäuser, die im Internet verkaufen, sicher eine interessante Warenpräsentation.

Das fünfte Weltwunder nach Carp ist die Möglichkeit, Bilder mit anderen Inhalten interaktiv zu ergänzen – dazu gehören der Originalton bei der

machen. Es ginge, so betonte der Kodak Chef damals, schließlich darum, solchen Leuten Spaß an Bildern zu vermitteln, die sich für Technologie überhaupt nicht interessieren. Dazu allerdings, so lautet der raffinierte Umkehrschluß, bietet gerade die Digitaltechnik hervorragende Möglichkeiten. Was bedeutet das ganze für den Fotohandel? Zunächst einmal, daß die Silberfotografie mit Filmen und Kameras uns noch lange erhalten bleibt – wenn wir Glück haben, sogar mit APS. Sie ist aber spätestens seit der photokina wirklich nur noch ein Teil der ganzen Fotowelt. Der andere Teil besteht aus Digitalkameras, hybriden Dienstleistungen, dem Internet und in Zu-

Nach der photokina:

matisch erweitert werden. Dafür sorgt nicht nur die Digitalfotografie, sondern auch die Netzwerke der digitalen Kommunikation, sei es im Internet oder in Zukunft auch im Mobilfunk – UMTS läßt grüßen.

Dan Carp, Präsident/CEO der Eastman Kodak Company, erinnerte in einem Vortrag auf der photokina an die Prognosen, das Internet sei der Motor der sogenannten „New Economy“. Der Treibstoff für diesen Motor, so fuhr Carp fort, seien Bilder. Und dann entwarf der Kodak Chef ein spannendes Bild der „Sieben Weltwunder der Bilderwelt“. Natürlich sind sie alle digital. Das erste ist die Möglichkeit, Bilder mit Daten zu kombinieren. Das erleichtert die Archivierung und ermöglicht auch wesentliche Qualitätsverbesserungen: Die Labormaschine oder der Drucker kann aus den Bilddaten in Zukunft erkennen, unter welchen Umständen, Lichtverhältnissen und mit welchem Gerät das Bild gemacht wurde.

Das zweite Weltwunder sind die elektronischen Möglichkeiten der Motiv-Erkennung. Sie dienen der leichten Archivierung und machen es möglich, in elektronischen Netzwerken wie dem Internet mit einem einzigen Suchbegriff eine große Anzahl von Bildern mit passenden Motiven zu finden. Daß dabei Urheberrechte verletzt werden, soll das dritte Weltwunder verhindern: das digitale Wasserzeichen für Bilddateien. Es kann selbst in Fragmenten verfremdeter Bilder immer noch sichtbar gemacht werden und gibt einen eindeutigen Hinweis auf den Urheber.

Das vierte Weltwunder heißt 3D. Damit

Die Zukunft kommt bestimmt

Aufnahme ebenso wie Mischformen zwischen Digitalfoto und Video oder die elektronische Bildpostkarte mit aufgesprochenem, verbalem Gruß, die sich natürlich nicht nur von PC zu PC über das Internet, sondern auch aus Mobiltelefon oder dem Organizer übertragen läßt.

Das sechste Weltwunder ist der individuelle Digitaldruck ohne Fotochemie direkt aus dem Internet – nämlich da, wo das Bild gebraucht wird. Und das siebente und letzte Weltwunder? Der Kodak Kanal – keine Angst, das ist kein neuer Fernsehsender, hat aber trotzdem etwas mit dem TV zu tun. Denn das populäre Pantoffelkino soll über Kabelnetzwerke das Internet ins Wohnzimmer bringen – und damit den Zugang zu Bilddienstleistungen aller Art möglich machen. Die Digitalkamera ist ja im Zweifelsfalle schnell angekabelt, solange noch keine drahtlose Übertragung mit neuen Standards wie Bluetooth zur Verfügung steht. Das wird aber auch bald kommen.

Ist angesichts so vieler digitaler Wunder die Silberfotografie tot? Keinesfalls. Derselbe Dan Carp hat vor einigen Monaten dankenswerterweise darauf hingewiesen, daß wir aufhören müssen, Werbung für die Digitalfotografie zu

kunft mobilen Netzwerken aller Art. Dafür wird es ohne Zweifel Vertriebswege geben – im Fotohandel, im Internet und bei neuen Anbietern.

Die Industrie weiß, daß man gerade für die neuen Technologien kompetente Absatzmittler braucht. Hier liegt die Chance für den Fotohandel, auch im Internet. Industrieunternehmen wie Agfa, Fuji und Kodak bieten – ebenso wie die unabhängigen Großlabors Ce-We Color oder V-Dia – ihren Handelspartnern den Einstieg ins E-Commerce mit Bildern und mit Hardware an – zu überschaubaren Kosten. Wenn sie dabei nicht auf Resonanz stoßen, werden sie sich andere Vertriebswege suchen. In einer Zeit, in der Großindustrie-Unternehmen ihren Mitarbeitern kostenlos PCs zur Verfügung stellen, damit diese sich privat im Nutzen des Internets üben, wird sich keiner leisten können, auf diesen Vertriebsweg zu verzichten. Sie auch nicht! Steigen Sie darum ein, wenn Sie noch nicht „drin“ sind. Dann können Sie Ihre Anfängerfehler noch jetzt machen, da das Geschäftsvolumen noch nicht überlebenswichtig ist. Wer draußen bleibt, wird in Zukunft mit Sicherheit auch noch Wunder erleben – aber möglicherweise blaue ... Th. Blömer

Agfa ruft Netzteil für die Digitalkamera ePhoto CL 30 zurück

Agfa-Gevaert hat eine Rückrufaktion für das Netzteil der Digitalkamera „Agfa ePhoto CL 30“ gestartet. Das Netzteil wurde auf Wunsch als Zubehör zu der Kamera geliefert. Wird es benutzt, während sich gleichzeitig Batterien in der Kamera befinden, können sich diese überhitzen. Als Folge davon kann es zum Austritt von Säure und zur Explosion der Batterien kommen.

Der Rückruf betrifft nicht die Kamera selbst. Nach Angaben von Agfa ist deren Benutzung entweder nur mit Batterien oder nur mit dem Netzteil bei herausgenommenen Batterien unbedenklich.

Alle Besitzer eines derartigen Netzteils können dieses zum kostenlosen Umtausch an Agfa zurückgeben. Informationen über den Austausch sind unter der Servicenummer 0221-5717-257 erhältlich. Der Rückruf gilt nicht für das Netzteil für die Digitalkamera „Agfa ePhoto CL 30 klik!“

CeWe Color übernimmt Ulmcolor

Das Fotolabor Ulmcolor, das Ende Juli dieses Jahres ein Insolvenzverfahren be-

antragt hat, wird in die CeWe Color Gruppe integriert. Das Oldenburger Unternehmen hat rückwirkend zum 1. Oktober 2000 die wesentlichen Aktiva, den Kundenbestand und das Personal von Ulmcolor übernommen, jedoch nicht die Verbindlichkeiten der Vergangenheit.

Ulmcolor hat im vergangenen Jahr in dem 2.000 qm großen Betrieb in Neu-Ulm einen Umsatz von 10 bis 11 Millionen DM erzielt. Alle 45 Mitarbeiter des Unternehmens werden bei CeWe Color ihre Arbeitsplätze zu gleichen Bedingungen behalten, betonte Hubert Rothärmel, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Gruppe, in einer Pressemitteilung.

Der Betrieb in Neu-Ulm wird von dem bisherigen Geschäftsführer Volker Frenzel weiter geführt. Der andere Ulmcolor Geschäftsführer, Wolf-Dieter Frenzel, wird sich um die Leitung der Frenzel Fotogeschäfte in Ulm und Neu-Ulm kümmern, die von dem Insolvenzverfahren nicht betroffen sind.

Insolvenz bei Carl Braun

Die Carl Braun Camera-Werk GmbH, Nürnberg, hat am 13. Oktober beim Amtsgericht Nürnberg Insolvenz-Antrag gestellt. Zum vorläufigen Insolvenz-Verwalter des traditionsreichen

Pentax ohne Timm-Stöffhaas

Die Pentax GmbH hat sich mit sofortiger Wirkung im gegenseitigen Einvernehmen von Andreas Timm-Stöffhaas, Direktor des Bereichs Foto/Optik und Mitglied der Geschäftsleitung, getrennt. Die Funktionen von Timm-Stöffhaas als Leiter Marketing und Verkauf Foto/Optik nimmt kommis-



sarisch Stefan Thode wahr, der bisher der Pentax GmbH als Bereichsleiter Sicherheits- und Vermessungstechnik und Key Account Manager Foto/Optik angehörte.

PMA plant Tagungen in Europa

Die Photo Marketing Association International (PMA) hat angekündigt, ihre Dienstleistungen für europäische Mitglieder zu erweitern. Im Rahmen dieses Konzeptes sollen sechs ganztägige Veranstaltungen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien und Rußland an die Stelle der bisherigen PMA Europe in London treten.

Bei den Tagungen will die PMA ihren europäischen Mitgliedern vor allem Veranstaltungen zur Weiterbildung in der jeweiligen Landessprache anbieten. Dabei werden die Neuentwicklungen im digitalen Bereich ebenso zum Thema werden wie konventionelle Fotografie, Marketing für Einzelhändler und Labors und Podiumsdiskussionen mit profilierten Persönlichkeiten aus der Industrie. Hersteller haben dabei die Möglichkeit, an Informationsständen Material über ihre Produkte und Dienstleistungen anzubieten.

Mit dem neuen Konzept trägt die PMA der Tatsache Rechnung, daß 50% der Mitglieder dieses Verbandes inzwischen außerhalb der Vereinigten Staaten angesiedelt sind. Für die Finanzierung der Tagungen hat die PMA führende Fotohersteller als Sponsoren gewinnen können.

deutschen Herstellers wurde Rechtsanwalt Dr. Werner Pöhlmann bestellt.

Zur Produktpalette von Braun gehören neben Projektoren aus eigener Fertigung preisgünstige 35 mm- und APS-Kameras, die aus Fernost importiert werden.

Das im Jahre 1915 gegründete Unternehmen setzte im vergangenen Jahr fast 40 Millionen DM um und beschäftigt 130 Mitarbeiter.

Über die Abwicklung bestehender Aufträge, eventuelle Weiterführung des Verkaufs und die Versorgung mit Ersatzteilen gab es bis zum 23. Oktober noch keine offiziellen Informationen. Sobald Einzelheiten bekannt werden, informieren wir unsere Leser auf unserer Internetseite www.foto-contact.de.

OLYMPUS

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

Mit Profis arbeiten

CAMEDIA E-10

Der sensationelle Durchbruch!

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



CAMEDIA E-100RS

Die Schnellste ihrer Klasse

- 1,5 Mio. Pixel CCD
- 10fach Ultrazoom
- 16 Bilder/sec.
- Optischer Bildstabilisator

CAMEDIA P-400

Top Fotoprints in kürzester Zeit

- Thermosublimationsdrucker
- Mehrfachdruck in A4 und A5
- Zwei Speicherkartenslots
- Druckgeschwindigkeit 90 Sek.



MM11

Service-Partner:

Bremaphot

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

28087 Bremen • Postfach 11 07 51 • ☎ (04 21) 46 89 89 • Fax (04 21) 4 68 98 33 • E-Mail: bremaphot@t-online.de

... mit einem Verkaufsbüro auch in Ihrer Nähe!

Agfa gewinnt neue Partner für AGFAnet

Die Agfa-Gevaert Gruppe hat Vereinbarungen mit sechs Unternehmen bzw. Organisationen unterzeichnet, um die weitere Verbreitung der AGFAnet Print-Dienstleistungen zu unterstützen. So wird das Software-Unternehmen Corel die AGFAnet Client-Software in seine in Kürze erscheinende CorelDRAW 10 Graphics Suite für Windows aufnehmen. Zusätzlich steht die Software auch

auf der Designer-Website von Corel zum Download bereit.

Mit inChorus.com ist Agfa eine wechselseitige Beziehung eingegangen: Während inChorus.com die Client-Software für AGFAnet in seinen VoiceLink E-Mail-Paketen anbieten wird, packt Agfa den weltweit verkauften Scannern und digitalen Kameras die inChorus-Software VoiceLink Basic bei.

Der Computer-Hersteller Packard Bell NEC Europe hat Agfa als alleinigen Anbieter für Inhalte rund um das Thema

Fotografie ausgewählt. Dazu gehört ein aktiver Link zum AGFAnet Print Service. Die entsprechenden Client-Soft-

ware soll in Zukunft auf jedem Computer vorinstalliert werden, den Packard Bell in Europa verkauft.

Mit Ulead hat Agfa die Vereinbarung getroffen, die Online-Photosharing-Website www.imira.com von Ulead mit dem Agfa Printservice zu verbinden, um den Mitgliedern der Fototauschgemeinschaft iMira die Möglichkeit von Online-Labordiensten zu bieten. Ein ähnliches Abkommen wurde zwischen Agfa und dem Internet-Unternehmen ShareAPhoto geschlossen.

Auch auf der Internetseite des beliebten deutschen Pop- und Rocksenders www.radioiens.de wird es in Zukunft den AGFAnet Printservice geben. Zudem wird die Radiostation in ihren Sendungen für die Internet-Dienstleistungen von Agfa werben.

Ritter+Wirsching

Fotovertrieb GmbH

 Mozartstraße 13/1
72829 Engstingen

 Tel. 07129-33 44
Fax 07129-70 10

- sicher
- schnell
- zuverlässig

Bildverpackung, Laborzubehör
Präsentationsmittel und
Ideen für mehr Erfolg

Wir arbeiten für Ihren Erfolg - fordern Sie noch heute Unterlagen bei uns an!
www.ritter-wirsching.de eMail: info@ritter-wirsching.de

FHGV und IPG luden Partner, Kunden und Mitglieder nach Goslar



47 der wichtigsten Industriepartner beteiligten sich an der 11. FHGV-Hausmesse in Goslar.

Wenige Tage nach der photokina haben Foto-Harder und die Imaging Photo Group (IPG) Partner, Kunden und Mitglieder nach Goslar eingeladen. Auf dem Programm standen dort die 11. FHGV-Hausmesse und die jährliche Vollversammlung der Händlerkooperation.

Mit 47 ausstellenden Industriepartnern wurde ein neues Rekordergebnis erzielt, das die steigende Bedeutung dieses Branchentreffs im Harz unterstreicht. Wie bereits auf der Weltmesse des Bildes in Köln rückten auch die zahlreichen Besucher der Hausmesse vor allem das Angebot an Digitalkameras und digitalen Bilddienstleistungen in den Mittelpunkt ihres Interesses. Ebenfalls stark besucht wurden die Stände, auf denen die neuesten digitalen Paßbild- und Porträtsysteme zu sehen waren. Neben der reinen Technik konnten die Besucher hier auch einen Blick in die Praxis werfen, denn die Fotografin Carin Lange-Hahn aus Ahrensburg führte Hochzeitsfotografie live vor. Weiterhin

gab es Informationen zu den Leistungen des Fotogroßlabors Stoppel, des Profi Portrait-Clubs (PPC) und des Imaging Service-Clubs (ISC). Der traditionelle Schnäppchenmarkt, der wie immer auf positive Resonanz stieß, rundete die Veranstaltung ab.

Auf der Vollversammlung der Imaging Photo Group hörten die Mitglieder vor allem Informatives über das neue IPG E-Commerce-Angebot, das Anfang November freigeschaltet wird und allen IPG-Händlern die Möglichkeit für einen Internet-Auftritt und den Zugriff auf ein vereinfachtes Bestellwesen gewährleisten soll. Bei den turnusgemäßen Wahlen wurde Hans-Joachim Goethe aus Cottbus als Stellvertreter in den Händlerbeirat gewählt. Er löste Ulrich Raab ab, der aus Altersgründen auf eine erneute Kandidatur verzichtete. In ihren Ämtern bestätigt wurden Rainer Frohloff (Berlin) als Vorsitzender und Irmchen Würfel (Stuttgart) als weitere Stellvertreterin.



Rainer Frohloff (r.), Irmchen Würfel und Hans-Joachim Goethe haben den Vorsitz des Händlerbeirats der Imaging Photo Group inne.



Cyber-shot
digital camera

Sonys kleinste digitale Kamera mit 3.34 Megapixel.

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



MEMORY STICK

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

www.sony.de



go create
SONY

photokina 2000: Aufbruch in die neue Bilderwelt

KÖLNER
SUPERLATIVE

 photokina
Köln 2000
20.-25. Sept.

Trotz des publikumswirksamen Auftritts der Digitaltechnik brauchte sich auch die analoge Fotografie nicht zu verstecken. Attraktive neue Kameramodelle, besonders für APS und im Spiegelreflex-Sektor, und neue Filmgenerationen zeigten die ungebrochene Attraktivität des klassi-

Die Jubiläumsveranstaltung zum 50jährigen Bestehen war die größte aller Zeiten: 1.663 Aussteller aus 45 Ländern stellten auf der photokina 2000 vom 20. bis 25. September die Weichen auf die Zukunft des Bildes. Neben der Digitalfotografie regten neue Verfahren wie trockene Prozesse zur Filmentwicklung und der Digitaldruck fürs Großlabor die Phantasie an. Der Fotohandel kann sich zudem über attraktive Kameramodelle zum Weihnachtsgeschäft freuen.

zeigt sich im Umfeld der Digitalkameras der Trend zum ausgedruckten Bild in Fotoqualität.

Ende der Pixelschlacht?

Trotz neuer Superlative bei der Auflösung von Digitalkameras verstärkte die photokina den Eindruck, daß die Zahl der Pixel als entscheidendes Verkaufsargument ein wenig in den

Hintergrund tritt. Im professionellen Bereich präsentierte Kodak ein Single-Shot-Rückteil mit 16-Millionen-Pixel Chip als neue Bestmarke. Auch der amerikanische Hersteller Foveon zeigte einen Chip (mit CMOS-Technologie) gleicher Auflösung.

Durchaus überraschend war die Ankündigung einer 6-Millionen-Pixel-Digital-SLR von Pentax. Das Gerät ist



Bereits zur Eröffnung der photokina betonte Agfa Vorstandsmitglied Friedrich Hujer, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, „den gelungenen Aufbruch in eine Epoche der Fotografie“.

schen Fotos. Preiswerte Scanner für zu Hause, schnelle für das Großlabor, digitale Minilabs und die wie Pilze aus dem Boden sprießenden Internet-Dienstleistungen eröffnen den analogen Bildern auf einfache Weise den Weg in die digitale Welt. Umgekehrt



Die gute Stimmung bei der photokina-Eröffnung demonstrieren hier (von rechts) Dr. Klaus Seeger, Vorstandsvorsitzender der Agfa-Gevaert Gruppe, CeWe Color Vorstandsvorsitzender Hubert Rothärmel und Agfa Vorstandsmitglied Friedrich Hujer.

mit dem Pentax KAF2 Bajonett ausgestattet, so daß eine große Zahl von Objektiven zur Verfügung steht. Da der 6-Millionen-Pixel-CCD exakt das Format eines 35 mm Negativs hat, ergibt sich keine Veränderung der effektiven Brennweite. Zusätzlich können mit einem Adapter auch Objektive des Pentax 645 und 67 Systems verwendet werden.

Die digitale Pentax SLR, über deren Liefertermin und Preis noch keine verbindlichen Aussagen gemacht wurden, speichert die Bilder auf Compact Flash Karten Typ II bzw. PC Karten Typ II und bietet die Dateiformate TIFF,



Die gelungenen Bildergebnisse aus der Kombination von Kodak Digitalkameras und den in Zusammenarbeit mit Lexmark entwickelten Kodak Picture Maker Druckern, die ohne Computer direkt Bilder vom Speichermedium ausgeben, zeigt hier Karsten Eggert, Leiter des Bereichs Digital & Applied Imaging bei der Kodak AG.

JPEG und RAW. Eine IEEE 1394 FireWire Schnittstelle sorgt für die schnelle Übertragung der Bilddaten zum PC. Bei der Entwicklung des Chips und des Signalprozessors arbeitet der japanische Hersteller mit Philips zusammen. In der Amateurklasse, wo Pentax mit einem Spiegelreflex- und einem Suchermodell einstieg (siehe Bericht in diesem Heft), kooperiert Pentax, wie berichtet, mit Hewlett-Packard.

Bei den Amateur-Digitalkameras liegt der Schwerpunkt zur Zeit zwischen zwei und drei Millionen Pixeln, ohne daß weitere Höhenflüge angekündigt wurden. Die Olympus E-10 mit 3,9 Millionen Pixeln und Spiegelreflextechnik richtet sich ja eher an Semi-Profis und



Martin Hubert, Leiter Marketing und Vertrieb Consumer Produkte bei Olympus, präsentiert die Camedia E10, mit der der Digitalkameramarktführer in ein professionelles Qualitätsniveau vorstößt.



Gute Stimmung bei der fröhlichen Eröffnungsparty zum Start der photokina, von links: Horst Schiller, ehemaliger Präsident von Canon Euro-Photo, imaging+foto-contact Verleger Joseph Blömer und Foto Quelle Geschäftsführer Dr. Gerhard Loos.

Portraitfotografen. Für den normalen Amateur ist eine Auflösung von zwei bis drei Millionen Pixeln mehr als ausreichend – davon lassen sich hervorragende Ausdrücke bzw. Bilder auf Fotopapier herstellen.

Dabei gibt es 2-Millionen-Pixel Digitalkameras bereits deutlich unter 1.000,- DM. Alle etablierten Kamerahersteller sind spätestens

wickelte C-211 Zoom fürs normale Sofortbildformat. Sony beeindruckte mit der ultra-kompakten DSC-P1,

Fortsetzung auf Seite 12



Eine durchaus unerwartete photokina-Innovation: die digitale Spiegelreflexkamera von Pentax mit einem 6-Millionen-Pixel-Chip im Format eines 35 mm Negativs.

Fortsetzung von Seite 11

in der 3,3 Millionen Pixel und ein 3-fach Zoomobjektiv stecken.

Quicklebendige Silberfotografie

Eine große Zahl von Neuheiten im analogen Bereich spiegelte die ungebrochene Wachstumskraft des traditionellen Marktsegmentes wider. Agfa brachte mit Vista eine komplett neue Farbfilmgeneration auf den Markt. Fujifilm stieß in der New Superia Familie in den superempfindlichen ISO 1600-Bereich vor und brachte zudem mit dem Nexia 800 einen höchstempfindlichen APS-Film. Mit einer neuen Filmgeneration zeigte Ferrania unter eigener Marke Flagge und wird sicher bei den zahlreichen Hausmarken-Kunden auf Zustimmung stoßen. Kodak

präsentierte die APS-Palette unter dem neuen Namen „APS-Erlebnis“ und will damit an den „Farbwelt“-Erfolg im 35 mm Segment anknüpfen. Konica erweiterte die Centuria Filmfamilie um die Empfindlichkeiten 400 und 800 und war zudem mutig genug, auch für das kleinere APS-Format einen 800er Film vorzustellen. Neben verbesserten Farben und feinerem Korn betont Konica bei den neuen Filmen besonders den großen Belichtungsspielraum.



Setzen auf Wachstum, besonders in den Bereichen Digitale Camcorder und Digitalkameras: Thomas Karsten, Vice President von Canon Euro-Photo (links), und Divisional Director Marketing Rainer Führes.



Neue Digitalkameras gab es bei Samsung, darunter ein preisgünstiges Modell mit eingebautem MP3-Player für eine junge Zielgruppe. Dazu erklärte Bell Park, Geschäftsführer der Optics & Digital Imaging Division der Samsung Techwin Co. Ltd., dem imaging+foto-contact: „Es ist uns gelungen, innerhalb weniger Jahre zu einem der großen Anbieter von 35 mm Kameras aufzusteigen. Im digitalen Segment werden wir uns auf populäre Produkte für den Massenmarkt konzentrieren, die den Verbrauchern Freude machen.“

APS-Kameras: Design, Design ...

Die Zahl attraktiver APS-Modelle hat sich auch auf der photokina 2000 wieder vergrößert. Sarkastischerweise könnte man anmerken, daß die Produktpalette langsam so auszusehen anfängt, wie wir sie uns von Anfang an gewünscht hätten. Angesichts abnehmender Marktanteile für das neue System ist das auch dringend notwendig.

Unter dem Namen Ixus-Concept setzte Canon die von Anfang an eingeschlagene Design- und Kultphilosophie mit attraktiven Modellen in limitierter Auflage fort. Fujifilm stellte drei neue Nexia Modelle vor, darunter mit der 4100IXZ die kleinste und leichteste Kamera der Welt mit 4fach-Zoomobjektiv.

Bei Kodak stand neben den Advantix Modellen C750 Zoom und T700 Zoom die Advantix Preview im Mittelpunkt. Sie ermöglicht die sofortige Be-

trachtung des Bildergebnisses nach der Aufnahme auf dem eingebauten LC-Display. Diese pfiffige Funktion wird durch die Möglichkeit, die gewünschte Zahl der Abzüge (zwischen 0



Durch steigende Verkäufe von Digitalkameras werden Speichermedien immer wichtiger. John Reimer, President & CEO von Lexar Media, zeigt hier das besonders schnelle Produkt seines Unternehmens mit eingebautem USB-Controller. Es wird in Deutschland von Jobo vertrieben.

und 9) auf der Magnetschicht des APS-Films abzuspeichern, ergänzt. Konica brachte mit der Revio II ein kompaktes 2,2fach-Zoom-Modell mit interessantem Aluminiumgehäuse auf den Markt. Nikon setzte dagegen bei der Nuvis V auf eine gelungene Kombination aus schwarz und rot. Mit 3fach-



Amit Shvartz, Marketing Vice President der CreoScitex Corporation, Israel, zeigte stolz am Stand von Leaf Products das neue Digitalkamera-Rückteil „Leaf C-Most“, das mit dem zum Patent angemeldeten 6,6-Megapixel-Sensor Leaf C-Most ausgestattet ist.



Kieser stellte auf der photokina neue Lösungen für die Verpackung von Fotofinishing-Aufträgen vor. Geschäftsführer Gerhard Kieser zeigt hier eine besonders einfach zu handhabende APS-Verpackung. Auch für digitale Bilddienstleistungen hat das Augsburger Unternehmen entsprechende Verpackungsmaterialien, zum Beispiel für CD-ROMs, im Programm.

Zoomobjektiv, Breitfeld-Autofocus und der Möglichkeit zum Wechseln teilbelichteter Filme ist sie sehr gut ausgestattet.

Spiegelreflex-Renaissance

Die ungebrochene Dynamik der Silberfotografie wurde auch durch die für manchen überraschende Präsenz anspruchsvoller neuer Spiegelreflex-Modelle unterstrichen. Offensichtlich sieht die Kameraindustrie gute Gründe,



Ixus Concept: Mit den neuen Ixus Concept Kameras setzt Canon bei APS weiterhin auf Design und Kult.



weiter in die aufwendige Königsklasse zu investieren. Der Schwerpunkt lag dabei in Köln auf dem mittleren und oberen Marktsegment. Mit der EOS 30 macht Canon viel von der Technik der Spitzenmodelle EOS-1V und EOS-3 in



Großer Andrang am ersten Messetag

einem günstigeren Preissegment zugänglich – zudem wurde die Palette der EF-Objektive um vier interessante Modelle erweitert. Die Contax TN1 mit Autofocus stieß bei Liebhabern auf enthusiastische Reaktionen – wegen der großen Nachfrage kommt das Modell einige Wochen später als geplant im November auf den Markt. In der oberen Amateurlasse will auch Minolta mit der Dynax 7 wieder ein gewichtiges Wort mitreden. Dabei soll ein neues Bedienungskonzept mit Navigationsdisplay die Ausstattungsvielfalt der Kamera, zu der es umfangreiches Zubehör gibt, beherrschbar machen. Nikon will dagegen mit der F-65 vorwiegend Einsteiger in die Spiegelreflex-Fotografie ansprechen. Für eine weitere Überraschung sorgte Pentax mit der Ankündigung einer Spiegelreflexkamera der Oberklasse, die einfache Bedienung per Einstellrad mit umfangreicher Ausstattung in einem robusten Gehäuse aus einer Magnesiumlegierung vereinigt.

Auch für Kamerafetischisten mit großem und kleinerem Geldbeutel hatte die photokina einiges zu bieten. Neue Objektive für die Konica Hexar und die Voigtländer Bessa gehören ebenso dazu wie die wieder aufgelegte Ur-Leica. Persönlicher Favorit des

Chronisten ist indessen die Miniatur-Version der Leica III F, die Minox in Köln vorstellte. Wer die nur 66 x 41 x 38 mm kleine Kamera sieht, mag gar nicht glauben, daß man damit Bilder machen kann. Aber genau dies ist mit Minox-

Filmen möglich und bei einem empfohlenen Verkaufspreis von 798,- DM auch noch zu bezahlen.



Erstmals in neuer Funktion auf der photokina: Gerd Schneider, seit Anfang September Leiter Consumer Imaging bei Agfa Deutschland. Er war zuvor in verantwortlichen Positionen in verschiedenen Agfa-Auslandsgesellschaften tätig.

Neue Dienstleistungen

Bilder in Netzwerken waren ein großes Thema auf dieser photokina. Das Internet ist dabei nicht nur als Vehikel interessant, digitale Bilder rund um

Fortsetzung auf Seite 16

QSS-2611



Digital
Imaging
Analog



AKTION

Gültig bis
31.12.2000

- ▶ **QSS-2611 / 8 (Mainbody)**
inkl.:
 - ▶ Digitalstation zur Verarbeitung aller analogen und digitalen Daten auf Fotopapier
 - ▶ APS Auto Negativ-Mask

- ▶ **Wir finanzieren**
Full-Service-Leasing
 - ▶ Anzahlung
Ihr 'altes' MiniLab
oder ca. 20 % des Kaufpreises
 - ▶ Laufzeit 48 Monate
 - ▶ Winter-Rate
ca. DM 2.862,25 (November - April)
 - ▶ Sommer-Rate
ca. DM 4.342,45 (Mai - Oktober)

- ▶ **4 Jahre Garantie**
lt. Service Vertrag
ohne Verbrauchsmaterial

- ▶ **Wir nehmen Ihr
'altes' MiniLab in Zahlung**

Noritsu MiniLabs
Weltweit die Nr.1

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

Fortsetzung von Seite 13

die Welt zu versenden oder auf Internetseiten unterzubringen, sondern wird von zahlreichen Anbietern als Eingangsportal für neue Formen des



Norbert Keller, Vertriebsdirektor der Minolta GmbH, war sehr zufrieden mit der positiven Resonanz der Besucher auf die neue Spiegelreflex-Kamera Dynax 7.

Bildergeschäftes betrachtet. Dabei gibt es eine große Zahl von Optionen, wie die Bilder erst einmal in die Netzwerke hineinkommen – und eine ebenso große Anzahl von Verfahren, wie man sie hinterher wieder auf Papier ausdruckt.

Die Wichtigkeit dieses Segmentes wurde dadurch unterstrichen, daß Agfa, Fuji und Kodak in trauter Einigkeit ihre Online-Dienstleistungen neu aufstellen. Erweiterte Möglichkeiten im AGFAnet (in Zusammenarbeit mit Partnerlabors – wobei CeWe Color eine besonders herausgehobene Rolle spielt), Print@fujifilm (in Deutschland zunächst unter eurocolors Ordernet-Flagge segelnd) und Print@Kodak sollen dabei in Zusammenarbeit mit dem Fotohandel weiterentwickelt werden. Das gilt auch für Angebote von Großlabors wie CeWe Color und V-Dia. Nicht vergessen werden dürfen natürlich auch die Internet-Firmen, die sich wie PixelNet expressis verbis gegen den Fotohandel als reiner Online-Anbieter aufstellen (siehe ausführlichen Bericht in dieser Ausgabe).



Die ultra-kompakte Nuvis V von Nikon soll mit 3fach-Zoomobjektiv und attraktivem Design in Schwarz und Rot Impulse für den APS-Markt setzen.

Das digitale Labor

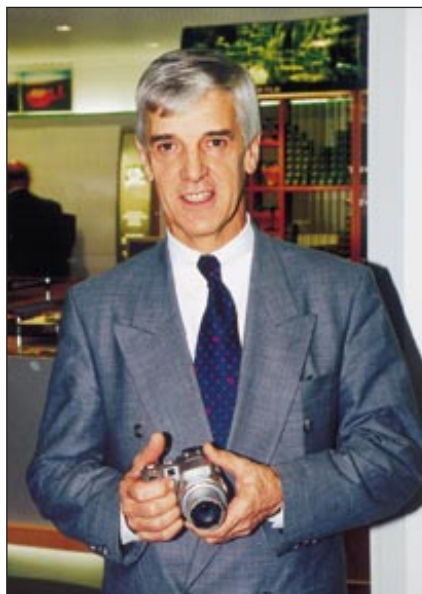
Dem steigenden Angebot digitaler Print-Dienstleistungen entsprechend steigt auch die Zahl der Geräte und Verfahren zur Produktion digitaler Bilder. Das fängt schon beim Heimanwender an, der für den Fotodruck zu Hause preisgünstige und von der Qualität her außerordentlich gute Inkjet-Drucker, zum Beispiel von Epson und Hewlett-Packard, für relativ kleines Geld erwerben kann. Auch Kodak setzt beim Homeprinting in Zusammenarbeit mit Lexmark auf den Tintenstrahl Druck. Fujifilm preferiert das selbst entwickelte Thermo-Autochrome-Verfahren, und Kamerahersteller wie Olympus bleiben



Hohen Bedienungskomfort bietet die neue Minolta Dynax 7 für die gehobene Amateurlasse.

Digitale Minilabs

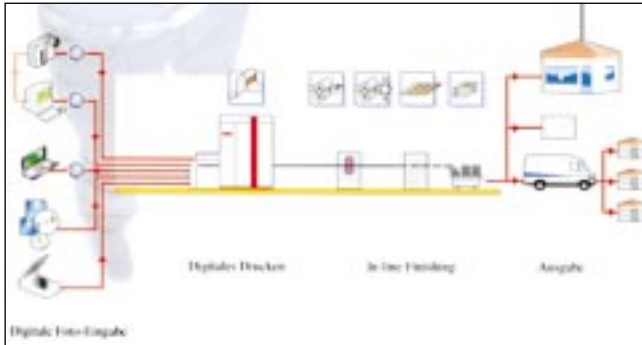
Wenn es um die Dienstleistung für digitale Bilder geht, scheint sich eine Neuauflage des Wettbewerbs zwischen Minilabs, also kleinen Lösungen für das schnelle Bild vor Ort, und der Großlabortechnik anzubahnen. Dabei muß man zugeben, daß digitale Bilder, die ihren Reiz ja auch dadurch beziehen, daß man sie sofort sehen kann, für den schnellen Ausdruck im Fotogeschäft besonders geeignet sind. Starten kann man dabei im Grunde mit jedem guten Inkjet-Drucker. Für größere Kapazitäten sind in Kürze digitale Minilabs mit Inkjet-Technologie zu erwarten, und zwar nicht nur von dem Kodak/Hewlett-Packard Joint-venture Photogenix, sondern auch von Gretag. Der Schweizer Laborgeräte-Spezialist hat sich mit Epson zusammengetan, um



Rundum mit dem Ergebnis der photokina zufrieden war Helmut Rupsch, Geschäftsleiter Deutschland der Fuji Photo Film Europe GmbH.

ein Kiosk-ähnliches Inkjet-Minilab zu entwickeln, dessen Prototyp in Köln gezeigt wurde. photohub 208 bietet eine Kapazität von 150 bis 200 Bildern pro Stunde und printet von allen gängigen Datenträgern wie Smart Media, Compact Flash, PCMCIA, Memory Stick, CD-ROM und Floppy Disk. Zudem ist das Gerät mit einem Flachbettscanner ausgestattet, so daß auch von herkömmlichen Fotos Kopien

*Digitaler Hochgeschwindigkeitsprinter
Cyra von Gretag.
Er belichtet bis
zu 10.000 10 x 15 cm
Bilder pro Stunde.*



So stellt sich Xeikon den zukünftigen Arbeitsablauf bei der Herstellung von Fotos im Digitaldruck vor.

angefertigt werden können. Die volle Netzwerkfähigkeit mit Anbindung an Internet-Dienstleistungen der Gretag Tochtergesellschaft Telepix ermöglicht zudem das sofortige Verwenden der Bilddateien im Internet. Für die Dienstleistungen mit dem photohub 208 hat Gretag die Marke Print & Go entwickelt.

erweitert, das eine Kapazität von bis zu 1.800 Prints im Format 10 x 15 cm bietet. Digitale Minilabs, die gleichermaßen für die Bearbeitung herkömmlicher Filme als auch digitaler Dateien geeignet sind, wurden auf der photokina von allen großen Minilab-Her-

stellern gezeigt. Agfa setzt beim d-lab.3 auf die Laserbelichtung und bietet zudem seine analogen MSCs in einer d Version mit der HIT LED

Das Gerät soll im kommenden Jahr verfügbar sein. Auf Laserbelichtung setzt auch Fujifilm bei den Frontier Digital-labs. Zur photokina wurde die Palette um das Modell 390



Benny Landa, Vorstandsvorsitzender von Indigo, freut sich über riesiges Interesse für das Digitaldruckverfahren des Unternehmens bei den Fotofinishern.



Eine neue Messe auf der Messe: Auf einer Pressekonferenz während der photokina kündigte die Köln-Messe die Heiva als neue Spezial-Veranstaltung für Home Cinema Produkte an. Sie soll vom 9. bis 11. Februar 2001 ein breites Publikum über die neuen Möglichkeiten rund um das Thema Heimkino informieren. Durch Innovationen wie Rückprojektions-TVs, Flachbildschirme und die DVD-Technik gehört dieser Bereich zur Zeit zu den dynamischsten Segmenten der Unterhaltungselektronik. Den engen Schulterschuß mit der Industrie demonstriert hier Bernd Aufderheide, Mitglied der Geschäftsführung der KölnMesse, mit Ralf Hansen, Vertriebsleiter Consumer Electronics Deutschland bei Panasonic.

Belichtungseinheit an. Gretag Imaging setzt beim Masterflex Digital auf den DLP-Prozeß, bei dem 1,3 Millionen winzige, bewegliche Spiegel das Licht einer Halogenlampe durch Farbfilter aufs Fotopapier lenken. Der Vorteil dieser Technologie liegt in ihrer Geschwindigkeit bei guter Qualität: 1.000 10 x 15 cm Bilder pro Stunde schafft das Gretag Masterflex Digital.

Ebenfalls mit DLP arbeiten die QSS 2801/2802 Digitalabors von Noritsu – und zwar mit atemberaubender Geschwindigkeit: 1.632 10 x 15 cm

photokina
Köln 2000
20.-25. Sept.

Fortsetzung auf Seite 22

Applied Science Fiction und Digital Now!

Filmentwicklung

Neue Verfahren zur schnellen Filmentwicklung ohne Chemikalien, bei der die Bildinformationen des Films sofort in digitale Dateien umgesetzt werden, machten auf der photokina von sich reden. Das amerikanische Unternehmen Applied Science Fiction stellte sein bereits auf der PMA angekündigtes System als funktionierenden Prototypen vor. Überraschenderweise kündigte Digital Now!, ein bisher als Anbieter von Systemen zur Digitalisierung analoger Bilder und ihre Bereitstellung im Internet bekannt gewordenes amerikanisches Unternehmen, ein ähnliches Verfahren an. Während bei Applied Science Fiction die Originalnegative zerstört werden, können sie bei Digital Now! auf Wunsch erhalten bleiben.

Die trockenen Filmentwicklungsverfahren setzen das latente Bild einer normalen Colornegativ-Emulsion sofort in digitale Daten um. Bei Applied Science Fiction geschieht das dadurch, daß der Film in ein Gerät eingelegt wird, indem er mit einem speziellen Wirkstoff besprüht wird. Die dabei entstehende Bildinformation in den einzelnen

Schichten wird mit hoher Auflösung gescannt. Dabei macht man sich offensichtlich den physikalischen Sachverhalt zunutze, daß die Flüssigkeit von oben nach unten in die Emulsion eindringt, so daß die einzelnen Schichten in einer bestimmten Zeitfolge reagieren und so nacheinander gescannt werden können. Das Originalnegativ wird bei diesem Verfahren zerstört. Es entsteht eine Datei mit einer Größe von 20 MB pro Bild, die auf einer CD gespeichert wird, welche sozusagen die Rolle des Negativs übernimmt. Nach dem wenige Minuten dauernden Entwicklungsprozeß stehen die Bilddaten des kompletten Films für alle möglichen Anwendungen in der digitalen Welt und natürlich für den Ausdruck zur Verfügung.

Dieses Verfahren hat vor allem in Verbindung mit den neuen „trockenen“ Printverfahren, zum Beispiel in Inkjet-Minilabs, einen enormen Charme. Fotofinishing-Dienstleister könnten das Problem der Entsorgung mehr oder weniger umweltbelastender Flüssigkeiten ebenso vergessen wie Probleme mit dem Mixen und Stabilhalten

von Chemikalien. „Wir öffnen neuen Anbietern den Weg ins Bildergeschäft“, betonte Dan Sullivan, Präsident und CEO von Applied Science Fiction, in einem Gespräch mit imaging+foto-contact. „Unser Prozeß ist vollautomatisch, braucht weder Wasseranschluß noch Entsorgung und ermöglicht so das Angebot von Fotos an Standorten, die dafür bisher nicht geeignet waren.“

Applied Science Fiction verfügt über großes Software-Know-how, um gute Bilderergebnisse sicherzustellen. So ist das Unternehmen Erfinder der Software Digital ICE, mit der sich Kratzer und Staub von gescannten Bildern automatisch entfernen lassen. Diese Software wird in Scannern bekannter Marken und in digitalen Minilabs von Agfa, Gretag und Noritsu eingesetzt. Mit der Farbrestaurierungs-Software ROC hat Applied Science Fiction zudem profunde Kompetenz im Farbmanagement. ROC ermöglicht die Wiederherstellung ausgeblanchener alter Farbbilder auf elektronischem Wege durch ausgefeilte Algorithmen, die die originalen Farbtöne wiederherstellen können. Beide Technologien wurden auch in einem digitalen Bilderkiosk eingesetzt, der auf der photokina als Prototyp gezeigt wurde. Das Gerät, das möglicherweise für die Selbstbedienung geeignet ist, entwickelt 35 mm und APS-Filme nach dem oben beschriebenen Verfahren, speichert sie auf CD, gibt auf Wunsch Bilder (mit eingebautem Inkjet-Drucker) aus, stellt die Bilddaten auf Wunsch ins Internet oder versendet sie per E-Mail. Anstatt die Kiosks selber zu vertreiben, kann sich Dan Sullivan gut vorstellen, die Technik Minilab-Herstellern oder Anbietern von Photo Kiosks zugänglich zu machen. Die ICE und ROC Software des Unter-



Dan Sullivan, Präsident/CEO des amerikanischen Unternehmens Applied Science Fiction, mit dem Prototypen einer Kioskstation, die innerhalb weniger Minuten einen kompletten Satz Bilder vom 35 mm oder APS-Film ohne den Einsatz von Fotochemie liefert.

mit neuen Technologien auf der photokina „extra dry“

nehmens wird beispielsweise bereits in den digitalen Stationen des amerikanischen Anbieters PixelMagic eingesetzt.

Dan Sullivan nahm gegenüber imaging+foto-contact auch Stellung zu den Gründen für den in diesem Jahr verschobenen Börsengang des Unternehmens, der kurzfristig, besonders in den Vereinigten Staaten, für Gerüchte gesorgt hat. Neben der zur Zeit für junge Unternehmen nicht besonders erfreulichen Situation an den internationalen Aktienmärkten hat die Verschiebung vor allem strategische Gründe. „Wir haben zwar ein revolutionäres Produkt, brauchen aber keine Revolution, um es auf den Markt zu bringen“, erläuterte Dan Sullivan. „Allerdings können wir es tatsächlich Wettbewerbern etablierter Fotounternehmen ermöglichen, auch ohne Kompetenz in der Fotochemie in den Bildermarkt einzudringen. Ein Börsengang würde uns zu einem leichten Übernahmekandidaten für

Grossmann, dessen Firma Labo Control vor einigen Monaten von Digital Now! übernommen wurde. Grossmann entwickelte eine spezielle Entwicklerpaste, die hauchdünn auf den belichteten Film aufgebracht wird und dann ein Scannen der einzelnen Farbschichten ermöglicht. Im Unterschied zum Verfahren von Applied Science Fiction können hier die Negativfilme auf Wunsch erhalten bleiben. Digital Now! demonstrierte zwar nicht das Filmentwicklungsverfahren selbst auf der photokina, wohl aber das Scannen der mit diesem Prozeß gewonnenen Negative. Es kann problemlos auf den Hochgeschwindigkeitsscannern von Digital Now! vorge-



Der Schweizer Fotofinishing-Experte Dr. Walter Grossmann hat für Digital Now! das trockene Filmentwicklungsverfahren entwickelt.

Überraschung bei Digital Now!

Unternehmen machen, die dies verhindern wollen.“ Während die Demonstration des trockenen Filmentwicklungsprozesses bei Applied Science Fiction nach dem PMA Auftritt des Unternehmens nicht unerwartet kam, war die Ankündigung eines ähnlichen Prozesses bei Digital Now! schon eine kleine Sensation. Entstanden ist sie im Labor des Schweizer Fotofinishing-Experten Dr. Walter

nommen werden, die dazu nur mit einer stärkeren Lampe modifiziert werden müssen. Denn die ungebleichten Negative verfügen über eine viel höhere Dichte als solche aus der Naßentwicklung und brauchen daher beim Scannen mehr Licht. Beide Prozesse wird man für die Zukunft ernstnehmen müssen, auch wenn sie zur Zeit noch im Experimentier- bzw. Prototyp-Stadium sind. Sie bieten sozusagen die perfekte Ergänzung für das

„trockene“ Printen mit Inkjet-Minilabs oder auch beim Digitaldruck. Um hier die trockene Fotorevolution einzuleiten, haben die Entwickler noch ein wenig Zeit. Dazu abschließend Dan Sullivan: „Trockene Printverfahren sind zwar angekündigt, aber ebenfalls noch nicht marktreif. Wenn in etwa 18 Monaten die ersten Serienmodelle von Inkjet-Minilabs zu erwarten sind, werden wir auch fertig sein.“

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



Kodak

KODAK FARBWELT FILME

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

Willkommen in der farbigen Welt von Kodak



Testergebnis
fotoMAGAZIN 4/2000



Testergebnis
fotoMAGAZIN 4/2000



Fortsetzung von Seite 17



Mit Chemie in Granulatform will Tetenal Geschäftsführer Matthias Hübener Minilabbesitzern das Leben leichter machen. Nach dem Einsetzen der handlichen Container ins Minilab geschieht das Ansetzen der Flüssigkeiten mit Leitungswasser automatisch innerhalb weniger Sekunden. Das von Tetenal S-Eco genannte Konzept bietet wichtige Vorteile durch Zeitersparnis, Verfahrenssicherheit, Logistik und geringeren Aufwand für Lagerung und Transport. Es wurde in Kooperation mit Gretag entwickelt. Der Schweizer Hersteller hat alle neuen Minilabs der Master Flex und Master Nova Produktfamilie auf die neue Tetenal Chemie abgestimmt.

Bilder schafft das QSS-2801, das Modell 2802 bringt es sogar auf 2.314 Bilder. Unter dem Namen QSS-2811 DLS und QSS-2812 DLS sollen später noch Geräte mit Flachbettscanner und Kodak DLS Software folgen. Sie bieten erweiterte Möglichkeiten, die digitalen Bilder sowohl automatisch, z. B. Korrektur roter Augen, als auch manuell zu verbessern. Mit dem QSS-2901 zeigte Noritsu zudem ein weiteres Digitallab, das mit der MLVA Lichtventil-Technik ausgestattet ist und Bilddaten in einer Auflösung von 400 dpi auf Fotopapier belichtet. Auch von diesem Gerät wird es eine DLS-Version geben.

Digitale Minilabs bieten den Vorteil, sowohl analoge als auch digitale Aufträge auf einem Gerät herstellen und durch die Netzwerkfähigkeit dieser Geräte auch eine komplette Palette von Internet-Dienstleistungen anbieten zu können.

Digitale Revolution im Großlabor?

Seit der photokina ist auch der vollständig digitale Arbeitsablauf im Großlabor keine Utopie mehr. Gretag (mit dem CYRA System) und Kodak (mit dem I.Lab) setzen auf die Hochgeschwindigkeitsbelichtung digitaler Daten auf Fotopapier. Dabei arbeitet das Gretag CYRA System mit der oben erwähnten DLP-Technologie, während Kodak einen RGB-Laser einsetzt. Beide Systeme verfügen über Hochgeschwindigkeitsscanner, die bis zu 10.000 (Gretag) bzw. 7.200 (Kodak) Kleinbildaufnahmen pro Stunde verarbeiten



Koji Imoto, Geschäftsführer der Noritsu Deutschland GmbH, zeigt die beeindruckend guten Bilderergebnisse der digitalen Minilabs des Unternehmens, die auf der photokina auf großes Interesse stießen.

können. Kodak hat allerdings bereits weitere Ausbaustufen für höhere Kapazitäten angekündigt. Der Vorteil solcher digitaler Fotofinishing-Systeme liegt nicht nur darin, daß digitale Printaufträge problemlos im selben Arbeitsablauf wie analoge Bilder hergestellt werden können. Vielmehr machen die digitalen Großlaborgeräte durch die Tatsache, daß alle Negative in hoher Auflösung gescannt werden, jedes analoge Bild für Internet-Anwendungen und digitale Dienstleistungen nutzbar. Darin steckt nach Ansicht der großen Fotohersteller ein enormes Potential.

Digitaldruck statt Fotopapier?

In diesem Zusammenhang zeigte sich auf der photokina bei der Hochge-

schwindigkeitsproduktion von Bildern erstmals eine mögliche Alternative zum Fotopapier. Die neue Technologie kommt aus dem Digitaldruck und kombiniert elektrofotografische Verfahren, die man vor allem aus



Aus Anlaß des 50jährigen Jubiläums der photokina wurde der frühere langjährige Vorsitzende des Photoindustrie-Verbandes, Dr. Hans Kindermann, von KölnMesse Geschäftsführer Hans Wilke auf der Eröffnungsveranstaltung der photokina mit einem goldenen Obelisk geehrt.

Kopierern kennt, mit dem klassischen Offset-Druck. Der israelische Hersteller Indigo, über dessen System wir bereits in der vorherigen Ausgabe berichteten, setzt dabei auf einen flüssigen Toner in bis zu sechs Farben, der auf einer elektrisch aufgeladenen „Druckplatte“ haftet. Von dort wird er auf einen Zwischenträger übertragen und dann auf das Papier gedruckt. Der optische und haptische Fotoeindruck entsteht durch eine (relativ aufwendige) Laminierung der Vor- und Rückseite des Bildes. Dabei erfolgt die Herstellung der Fotos bis zum Schneiden in einem Arbeitsgang. Indigo stellte verschiedene Printer mit dieser Technologie auf der photokina vor und hat Geräte mit einer Kapazität von über 20.000 Bildern in der Stunde angekündigt. Die Bilderergebnisse, die auf der photokina zu sehen waren, zeichneten sich durch eine bestechende, geradezu medizinisch genaue Schärfe aus. Ähnliches gilt für die digitalen Fotofinishing-Geräte des belgischen Digitaldruck-Spezialisten Xeikon. Sie arbeiten mit vierfarbigem Toner in Pulverform, der indessen so fein ist, daß er sich eher wie eine Flüssigkeit verhält.

Fortsetzung auf Seite 24

photokina
Köln 2000
20.-25. Sept.

Neu
Die präzisesten
Agfa Farben.

VISTA



AGFA 

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

Fortsetzung von Seite 22



Gute Stimmung am Stand des C.A.T.-Verlages, wo Bremaphot Geschäftsführer Bernd Haderer (2. von rechts) sich im Team der C.A.T.-Mitarbeiter offensichtlich wohlfühlte.

Bildern. Indigo will schon in wenigen Monaten die ersten Testgeräte in Großlabors aufstellen. Es wird sich zeigen, wie die neuen Verfahren unter den Praxisbedingungen einer Bilderfabrik funktionieren. Daß die Bilder dabei nicht teurer werden dürfen als herkömmliche Fotos, ist selbstverständlich. Allerdings dürfte schon allein die Vision, in einem Großlabor auf die gesamte raum-, zeit- und materialintensive Papierentwicklung verzichten zu können, einige Großfinisher ins Grübeln bringen.

Auch hier erfolgt die Bildherstellung über eine elektrisch aufgeladene „Druckplatte“ (und einen Zwischenträger). Xeikon verwendet allerdings ein fotoähnliches Papier und setzt zur Herstellung des fotoähnlichen Eindrucks eine mehrfach wiederverwendbare Folie ein, die zunächst wie beim Laminieren auf das Papier „gebügelt“, aber anschließend wieder abgezogen wird. Beeindruckend am Xeikon-Stand war neben dem Prototypen eines Hochgeschwindigkeitsprinters mit einer Kapazität von 8.600 Bildern ein Posterdrucker, der bis zu 860 Bilder im Format 50 x 70 cm pro Stunde herstellt und die Produktion von Bildern sozusagen unbegrenzter Länge ermöglicht. Beim Posterdrucker entsteht der Fotoeindruck durch Laminierung.

Auch in diesem photokina-Jahr war die Photo Marketing Association (PMA) am Stand des C.A.T.-Verlages vertreten. Von links: Hostess Veronique Lama Gonzales und Elisabeth Scherer, die deutschsprachige Ansprechpartnerin für PMA-Mitglieder in der Zentrale der Organisation in Michigan.



Gemeinsam haben die digitalen Druckverfahren die einfache Kombination variabler Texte, Grafikelemente, Logos, Rahmen oder Hintergründe mit den

Spannende neue Bilderwelt

Die photokina 2000 hat bewiesen: Der Fotomarkt ist in Bewegung wie noch nie in der Geschichte. Aus dem fast unüberschaubaren Markt der Möglichkeiten werden sich in den nächsten Jahren die wirklich vielversprechenden Anwendungen und Technologien erst herauskristallisieren müssen. Bei diesem Prozeß kommt einer Weltmesse wie der photokina eine Schlüsselrolle zu. Von den 162.000 Besuchern aus 144 Ländern dürfte kaum einer sein Kommen bereut haben. Die hohe Internationalität der Weltmesse des Bildes spiegelt sich auch in der Aussteller-Struktur wider. 535 Aussteller und 138 zusätzlich vertretene Firmen aus Deutschland standen 786 Ausstellern und 204 zusätzlich vertretenen Unternehmen aus dem Ausland gegenüber. Bereits heute steht fest: Die nächste photokina in Köln vom 25. bis 30. September 2002 wird außerordentlich spannend – dann wird voraussichtlich auch die mobile Telekommunikation ihren Einzug in die Welt des Bildes halten.



Zahlreiche Aussteller wurden anlässlich des 50jährigen Jubiläums der photokina für ihre Beteiligung an der „Weltmesse des Bildes“ von Anfang an geehrt. Wir zeigen hier stellvertretend für alle die Übergabe des goldenen Obelisks an Hajo Ernst, Geschäftsführender Gesellschafter von Liesegang (2. von links), der auf der photokina zusätzlich sein eigenes 50jähriges Berufsjubiläum feiern konnte. Er wurde von (von rechts) Jochen Witt, Vorsitzender der Geschäftsführung der KölnMesse, Photoindustrie-Verbands Geschäftsführer Rainer Schmidt und KölnMesse Geschäftsführer Hans Wilke geehrt.

Hier können Sie Ihr Abo PoS-MAIL bestellen!



Digitale Technologien schaffen neue Märkte

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

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

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



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

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

• aktuell • praxisnah • verständlich

Abonnieren Sie PoS-MAIL jetzt!

Bitte senden an:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Vertrieb PoS-MAIL
Postfach 1229,
D-40832 Ratingen
Oder per Fax:
0 21 02 / 20 27 90

Memo: Ich habe PoS-MAIL am abonniert. Die Zeitschrift kommt jeden Monat pünktlich per Post ins Haus. Die Zustellung ist im Preis enthalten. Innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der ersten Ausgabe kann ich das Abonnement mit einer kurzen Mitteilung an den C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Vertriebsabteilung PoS-MAIL, Postf. 12 29, D-40832 Ratingen, widerrufen.

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

Coupon

☐ Ja, senden Sie mir ab sofort ein Jahresabonnement der Zeitschrift PoS-MAIL gegen Rechnung zum Preis von 117,35 DM/60,-€ (Ausland 156,47 DM/80,- €). Ich erhalte 12 Ausgaben pro Jahr jeweils monatlich per Post direkt ins Haus. Die Zustellung ist im Preis enthalten. Lieferung und Rechnung an folgende Anschrift:

Name _____

Vorname _____

Straße/Haus-Nr. _____

PLZ/Wohnort _____

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

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

Datum _____

Unterschrift _____

Ich kann diese Vereinbarung innerhalb von zwei Wochen widerrufen bei:

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

Datum _____ Unterschrift _____

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

Einzelhandel:

- | | |
|--|---|
| ☐ Consumer Electronics-Fachhandel | ☐ Telekom-Fachhandel |
| ☐ PC + Peripherie-Fachhandel | ☐ Foto-Fachhandel |
| ☐ Kaufhaus | ☐ Versender |
| ☐ Großfläche | ☐ E-Commerce |
| ☐ Fachmarkt | |

Dienstleister:

- | | |
|--|--|
| ☐ Netzbetreiber | ☐ TK-Provider |
| ☐ Distributor | ☐ Foto- und Imaging Service |

Lieferanten:

- | | |
|--|---|
| ☐ Hersteller | ☐ Distributor/Großhandel |
| ☐ Kooperationen | |
| ☐ sonstige (Schulen, Verbände etc.) | |

Phogenix Imaging plant marktreife Inkjet Minilabs für 2002

Neue Kategorie

Mit ersten Bildergebnissen, die auf Prototypen des geplanten Inkjet Minilabs produziert wurden, präsentierte sich Phogenix Imaging auf der photokina. Das Unternehmen – ein Joint-venture zwischen Kodak und Hewlett-Packard – will mit innovativen Inkjet-Printstationen die Infrastruktur zur flächendeckenden Verfügbarkeit digitaler Bild-dienstleistungen gestalten.

„Mit unseren digitalen Inkjet Minilabs werden wir eine völlig neue Kategorie im Bildergeschäft schaffen“, erklärte Frederick R. Heigold, Chief Executive Officer der Phogenix Imaging, im Gespräch mit imaging+foto-contact. „Die steigende Popularität digitaler Kameras erfordert eine Infrastruktur, die den Konsumenten die Möglichkeit bietet, an vielen Orten Fotos von digitalen Aufnahmen zu erhalten.“

Zu diesem Zweck plant Phogenix eine neue Geräteklasse, die mehr kann als Fotos herzustellen, die mit analogen Bildern in Qualität und Preis vergleichbar sind. Die neuen Minilabs sollen voll netzwerkfähig sein und alle Möglichkeiten der Bildanwendung über das Internet erschließen. So können Bilder aus Digitalkameras, aber auch von normalen 35-mm- und APS-Filmen auf Webseiten geladen, per E-Mail verschickt oder auf CD-ROM abgespeichert werden.

„Die Digitaltechnik ermöglicht dabei eine deutliche Verbesserung der Bildqualität“, betonte Heigold. Phogenix wird dabei auf die Kodak DLS Software zurückgreifen, die bei digitalen Minilabs des Herstellers Noritsu bereits jetzt elektronische Bildverbesserungen, z. B. die

weitgehende automatische Entfernung roter Augen bei Blitzaufnahmen ermöglicht.

Echte Fotoqualität

Die moderne Inkjet Technologie sei durchaus in der Lage, Bilder hoher und höchster Qualität zu erzeugen, erläuterte Dr. David L. Clark, Chief Technical Officer von Phogenix Imaging. Dabei käme dem Unternehmen das kombinierte Know-how von Kodak und Hewlett-Packard zugute. Ein hohes Qualitätsniveau ließe sich nur erreichen, wenn Software, Druckköpfe, Tinte, Papier und die Nachbearbeitung perfekt aufeinander abgestimmt würden.

Die Kapazität der digitalen Inkjet Minilabs soll bei etwa 500 Bildern in der Stunde liegen, bei ausgesprochenen Einstiegermodellen vielleicht auch darunter. Dabei wird ein modulares Gerätekonzept angestrebt, bei dem sich die Druckgeschwindigkeit durch das Hinzufügen weiterer Druckwerke relativ einfach steigern läßt, ohne daß das gesamte Gerät ausgetauscht werden muß. Bereits im kommenden Jahr will Phogenix Imaging erste Testgeräte an ausgewählten Standorten aufstellen. Die Einführung marktreifer Produkte ist für das Jahr 2002 geplant. Zu voraussichtlichen Gerätepreisen gab es noch

keine Stellungnahmen. Die Gesamtkosten des Systems sollen sich aber, so Frederick Heigold, unter denen digitaler Minilabs bewegen. Dabei sei auf jeden Fall ein wettbewerbsfähiger Bilderpreis möglich.

Junges Unternehmen

Beim Aufbau von Phogenix Imaging hatten die beiden CEOs, Frederick R. Heigold, der von Kodak zu Phogenix stieß, und William J. Lloyd, der von Hewlett-Packard kam, echte Pionierarbeit zu leisten. Nach der Ankündigung des Joint-ventures auf der PMA dieses Jahres erfolgte die juristische Gründung am 28. April. „Damals waren Bill und ich die einzigen Mitarbeiter“, erklärte Heigold. Inzwischen beschäftigt Phogenix Imaging in der Zentrale in San Diego 40 Mitarbeiter, die meisten davon nahezu ausschließlich in Forschung und Entwicklung. „Es war viel Arbeit, in so kurzer Zeit ein funktionierendes Unternehmen auf die Beine zu stellen“, erläuterte Fred Heigold. „Wir haben im wahrsten Sinne des Wortes mit einem weißen Blatt Papier angefangen und mußten nicht nur unsere Aktivitäten ins Rollen bringen, sondern auch die Voraussetzungen für einen funktionierenden Geschäftsbetrieb schaffen – vom Telefonanschluß über die Beschaffung von Schreibtischen und Computern bis hin zu Briefbögen und Visitenkarten.“ Die Weiterentwicklung von Phogenix Imaging soll mit echtem Unternehmergeist in hoher Geschwindigkeit vorangetrieben werden. Beim Vertrieb der digitalen Minilabs will das junge Unternehmen vorwiegend auf die Vertriebskanäle von Kodak zurückgreifen.

Fred Heigold, CEO von Phogenix Imaging (rechts), und Chief Technical Officer Dr. David Clark präsentierten auf der photokina erste Bilder, die auf Prototypen der geplanten Inkjet Minilabs hergestellt wurden.



CeWe Color – Ideen für den Fotofachhandel

DIGITALPHOTO – voller Erfolg auf digitaler Linie!



PhotoTerminal

Phototasche

OnlinePrintService

Bestellung von DIGITALPHOTOS über das Internet



DIGITALPHOTO

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

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


cewe color

D-51173 Düsseldorf
Rheinweg 31/37
Tel. (0210) 11 11 11
Fax (0210) 11 11 11

D-42699 Solingen (Wülfrath)
Dokumente-Werkstatt
Tel. (0212) 84307-0
Fax (0212) 84307-30

D-47547 Worms
Niedelheimer Straße 26
Tel. (02624) 3006-0
Fax (02624) 3006-40

D-41238 Wülfersbach
Erdstraße 40
Tel. (02146) 853-0
Fax (02146) 853-109

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

D-99817 Eisenach
Am Goldberg 7
Tel. (03691) 671-270
Fax (03691) 671-273

D-23611 Bad Schwartau
Gartenstraße 1
Tel. (0451) 2960-0
Fax (0451) 2960-983

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

D-90513 Zirkhof
Vogelweidenstraße 46
Tel. (0911) 40002-0
Fax (0911) 40002-55

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

Mit der Einführung der Farbwelt-Filmfamilie hat Kodak im Frühjahr für Aufsehen gesorgt. Wie unsere Gespräche auf der photokina und die jüngsten Marktdaten zeigen, wird Kodak in diesem Jahr einen unerwartet großen Erfolg der ersten Filmserie verkünden können, die exklusiv für Deutschland und Österreich entwickelt wurde. Jetzt soll das gleiche Konzept mit den Erlebnis-Filmen auch dem APS-Markt Impulse geben. **imaging+foto-contact** hat mit Dieter Werkhausen, Kodak Vorstand und Chef von Consumer Imaging, über die Strategie auf dem Filmmarkt und die Ergebnisse der photokina gesprochen.



Kodak will Farbwelt-Erfolg auf APS übertragen

„Erwartungen übertroffen“

Interview mit Kodak Vorstand Dieter Werkhausen

Kodak Vorstand
Dieter Werkhausen:
„Das war für Kodak
die erfolgreichste
photokina aller Zeiten.“

Resonanz und Akzeptanz, die wir mit den Farbwelt-Filmen beim Verbraucher erzielten, sind wir natürlich besonders erfreut, da wir ja stets betonten, daß wir das Farbwelt-Konzept auf die Verbraucherwünsche und die spezielle Zielgruppe in Deutschland und Österreich maßgeschneidert haben.

imaging+foto-contact: Herr Werkhausen, in einem Gespräch vor der photokina wollten Sie sich über den Farbwelt-Erfolg noch nicht im Detail äußern! Können Sie uns heute weitere Fakten und Zahlen nennen?

Dieter Werkhausen: Wir rechnen damit, daß wir mit dem Farbwelt-Konzept unsere selbstgesteckten Ziele weit übertreffen. Ich möchte mich heute noch nicht zu weit aus dem Fenster lehnen, aber die Zahlen des ersten Halbjahres sprechen für den Erfolg. Hier die Fakten: Wir konnten bei Farbnegativfilmen durch Farbwelt einen Marktanteilsgewinn von rund 2 Prozentpunkten erzielen. Besonders erfreulich ist die Tatsache, daß wir

zum ersten Mal im Farbnegativmarkt die Führungsrolle in den neuen Bundesländern übernommen haben. Dieser Erfolg erfüllt uns natürlich mit Stolz!

imaging+foto-contact: Und worauf führen Sie diesen Erfolg in erster Linie zurück? Wie haben die Verbraucher und der Fotohandel reagiert?

Dieter Werkhausen: Der Handel hat von Beginn an mitgezogen. Selbstverständlich gab es Handelskollegen, die sofort durchstarteten und es gab Händler, die erst einmal abwarteten. Doch mit dem Start unserer massiven TV- und Print-Kampagne und der Großplakatwerbung kam der Verbraucher ins Spiel, und so rollte das Sommergeschäft an. Über die hohe

Farbwelt erreicht Bekanntheitsgrad von 48 Prozent

imaging+foto-contact: Haben Sie Ihre Ziele in Bezug auf den Bekanntheitsgrad der neuen Filmmarke Farbwelt erreicht?

Dieter Werkhausen: Wir wollten, daß die Kodak Farbwelt-Filme in relativ kurzer Zeit einen hohen Bekanntheitsgrad erreichen und ein besseres Ergebnis erzielen als Kodak Gold. Schon nach zwei Monaten hat unsere Marktforschung festgestellt, daß jeder dritte Fotoamateur den Kodak Farbwelt-Film kannte und daß jeder achte Fotoamateur den Film bereits ausprobiert

hat. Damit hatten wir innerhalb von zwei Monaten bereits unser gestecktes Ziel übertroffen. Die 48 Prozent Bekanntheitsgrad von Kodak Farbwelt, die wir inzwischen erreicht haben, können wir somit wirklich als Riesenerfolg – ich möchte sagen als Volltreffer – werten.

imaging+foto-contact: Bei der Einführung von Farbwelt konnte man den Eindruck gewinnen, daß der Bekanntheitsgrad des Produktnamens Kodak Gold kaum steigerungsfähig war. Gibt es hierzu einen Vergleich? Weiß man, warum der Name Kodak Farbwelt beim Verbraucher so gut ankommt?

Dieter Werkhausen: Ja, die Aussagen sind eindeutig! Die von uns in Auftrag gegebenen Untersuchungen zeigen, daß die Verbraucher den Namen Kodak Farbwelt im Vergleich zu Kodak Gold als 20 Jahre jünger, modern, aufgeschlossen, selbsterklärend und passend zur Fotografie einstufen. Damit sind wir in unserer Strategie bestätigt, mit der Einführung der Kodak Farbwelt-Filme die richtige Entscheidung getroffen zu haben.

imaging+foto-contact: Haben neben dem Namen auch Qualitätskriterien zu dem Erfolg beigetragen?

Dieter Werkhausen: Diejenigen, die mit dem Film fotografierten, waren von der Filmqualität generell, vor allem aber von den Farben und der Schärfe begeistert. Die Schärfe der Farbwelt-Filme wurde übrigens von Stiftung Warentest in Heft 10/2000 bestätigt.



Mit den APS-Erlebnisfilmen will Kodak für frischen Wind beim Advanced Photo System sorgen.

imaging+foto-contact: Das kommt Ihnen sicherlich gelegen, denn in Stiftung Warentest im Juni waren die Farbwelt-Filme ja nicht vertreten!

Dieter Werkhausen: Das wäre für unser Sommergeschäft natürlich sehr gut gewesen. Ich finde es aber fair, daß man die Farbwelt-Filme in einer eigenen

Farbwelt 400 Film wird mit der Note 1,8 eingestuft, und die Stiftung Warentest schreibt dazu, ich zitiere: „Damit übertreibt er klar die Kleinbild-Konkurrenten gleicher Empfindlichkeitsklasse...“

imaging+foto-contact: Kommen wir von der Farbwelt-Story zur APS-Story. Zur photokina kündigten Sie an, den Farbwelt-

Kodak rechnet mit APS-Wachstum – große Werbekampagne



Mit den Farbwelt-Filmen konnte Kodak im ersten Halbjahr seinen Marktanteil um zwei Prozentpunkte steigern.

Rubrik nachgetestet hat – und das mit durchweg besten Ergebnissen: vor allem in puncto Schärfe. Der

Erfolg mit den neuen APS Erlebnisfilmen wiederholen zu wollen.

Dieter Werkhausen: Ja, wir wollen diese Erfolgsstory mit der Einführung der Marke Kodak APS-Erlebnis in Deutschland und Österreich auf das APS-Geschäft übertragen und dem Advanced Photo System damit einen wichtigen Impuls geben.

imaging+foto-contact: Das hat APS bezüglich der Kameraverkaufszahlen ja wohl auch bitter nötig?

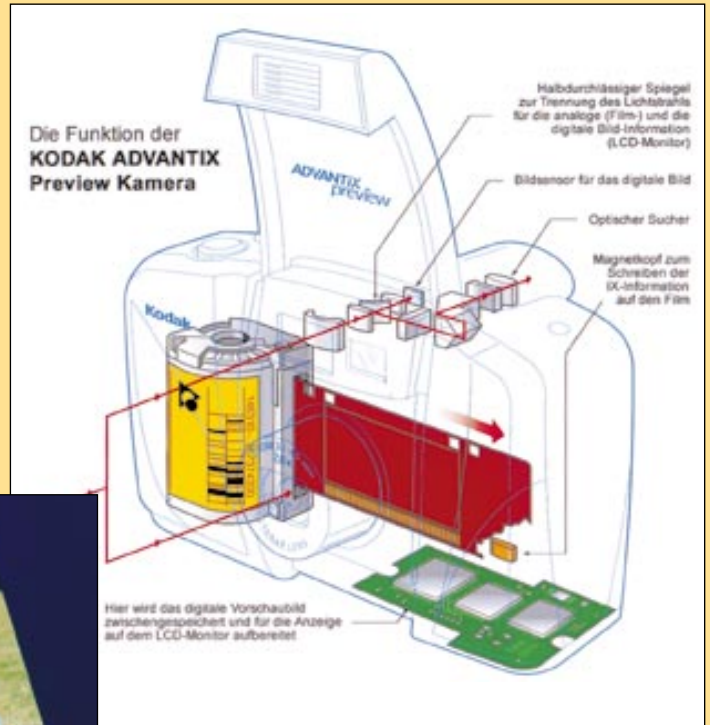
Dieter Werkhausen: Schön, daß Sie mir mit dem Stichwort Kameraverkäufe Gelegenheit geben, einiges klarzustellen: Die GfK-Zahlen, die in der Presse genannt wurden, sind korrekt, was aber nicht

gesagt wurde ist, daß wir als Marktführer im APS-Kameramarkt im Frühsommer Lieferengpässe hatten. Ich möchte hier an dieser Stelle so weit gehen und sagen, daß wir entsprechend der geordneten Stückzahlen sogar mit einem kleinen Wachstum hätten rechnen können.

imaging+foto-contact: Und wie geht es bei APS weiter?

Dieter Werkhausen: Wir haben mit der APS Preview Kamera – so wurden wir von allen Seiten bestätigt – ein wirkliches Highlight im Programm und auch die anderen neu vorgestellten Kodak APS-

Die Advantix Preview Kamera war einer der Hits auf Kodaks photokina-Stand.



Kameras kamen beim Handel gut an. Unsere Vorverkäufe fürs Weihnachtsgeschäft liegen über unseren Erwartungen, und ich denke, mit Hilfe unserer Werbekampagne wird das Weihnachtsgeschäft auch für APS zu einem Erfolg werden.

imaging+foto-contact: Welche Aktionen kann der Handel zum Thema APS erwarten?

werfen. Die KölnMesse spricht von einer der erfolgreichsten Messen überhaupt. Trifft das auch für Kodak zu?

Dieter Werkhausen: Hier sind wir mit der Kölner Messe im Einklang, wir hatten hervorragende Gespräche mit dem Handel und blicken optimistisch auf das Weihnachtsgeschäft. Die Reaktionen von Verbraucher und Handel auf unsere Produkte und

farbigen und sehr nach vorne orientierten Auftritt gesetzt.

Dieter Werkhausen: Die Kommunikation mit dem Verbraucher stand eindeutig im Vordergrund. Mit der Wahl der unterschiedlichen, zum Teil sehr kräftigen Farben wollten wir dem Verbraucher signalisieren, was er in Zukunft von der Fotografie zu erwarten hat, nämlich Farbigkeit, Leichtigkeit, Transparenz und vor allem Spaß. Dank dieses Konzepts ist es uns gelungen, die Fotografie als ein modernes, erfrischendes und innovatives Erlebnis darzustellen.

Wir wollten das Hobby Fotografie oder die Schnappschußfotografie als Bilderspaß darstellen, der keine Grenzen kennt, und wir wollten aufzeigen,

Die erfolgreichste photokina für Kodak

Dieter Werkhausen: Ich möchte hier nicht zu sehr ins Detail gehen. Wir führen auf jeden Fall wieder eine APS Kamera-Tauschaktion durch, und mit unserer APS-Erlebnis Film Kampagne im Fernsehen und in den Printmedien erreichen wir in den nächsten Monaten 200 Millionen Kontakte.

imaging+foto-contact: Lassen Sie uns zum Abschluß einen Rückblick auf die photokina

Dienstleistungen waren sehr positiv, zum Teil sogar euphorisch. Wir hatten aber auch eine hervorragende Presse, vor allem was die TV Medien und die Tagesmedien sowie die Publikums- und Presse angeht. Das ist für die gesamte Branche, für den Handel und für uns wichtig.

imaging+foto-contact: Welche Rolle spielte die Standgestaltung? Sie haben auf einen

daß die Möglichkeiten der Fotografie vielfältig und grenzenlos sind. Das wurde vom Handel, von den Verbrauchern und von den Medien honoriert, und darüber sind wir besonders erfreut. Wir können von der erfolgreichsten photokina für Kodak überhaupt sprechen!

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



GESTOCHEN SCHARF, SLR-TYPISCH, FORMVOLLENDET.

Die neue PENTAX EI-2000 verlegt alle bekannten Funktionen der PENTAX SLR-Systeme in die digitale Dimension. Und besticht zusätzlich mit technischer Brillanz: wie 12 x 3 bit Farbtiefe bei 1600 x 1280 Pixeln für gestochen scharfe Aufnahmen.

Zu neuer Kreativität beflügeln auch der Weissabgleich mit 5500k Normlicht, die automatische Bildumkehr sowie die Makro-Einstellung bis 2cm.

Damit Sie Ihren Motiven noch näher sind.

Der EI-2000 können Sie natürlich auch ganz nah sein – bei Ihrem Fotofachhändler oder bei PENTAX.

Tel.: 040-561920.

www.pentax.de



DIGITAL!

PENTAX
Focus on your feelings.

Agfa setzt auf Wachstum durch neue Technologien

„Bilder auch im digitalen Zeitalter“

Mit zahlreichen Neuheiten, von der neuen Filmgeneration über das digitale Minilab d-lab.3, Lösungen für das Großfinishing bis hin zum Internetauftritt Agfa Net, präsentierte Agfa-Gevaert auf der photokina Innovationen für alle Bereiche rund ums Bild. Für Wout van der Kooij, Vorstandsmitglied der Agfa-Gevaert Gruppe und Sprecher des Bereichs Consumer Imaging, steht die Bedeutung der Digitaltechnik vor allem für Wachstum im Bildermarkt, wobei die Silberfotografie noch lange die Basis bleiben wird.



Wout van der Kooij: „Wir sehen die Digitaltechnik als Wachstumsmotor für den Bildermarkt.“

imaging+foto-contact hat mit dem Agfa-Manager auf der photokina über die Perspektiven für das Unternehmen und den Bildermarkt gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr van der Kooij, die Digitaltechnik macht die größten Schlagzeilen auf dieser photokina. Lohnt es sich eigentlich noch, über analoge Technologien, Filme, Papiere und Laborgeräte zu reden?

Wout van der Kooij: Wir sehen – wie andere Fotounternehmen auch – die Digitaltechnik nicht als Bedrohung für die analoge Fotografie, sondern als Wachstumsmotor für den Bildermarkt. Gerade auf dieser photokina wird deutlich, daß die Elektronik uns zahlreiche neue Anwendungen für Bilder ermöglicht, von der einfachen Kommunikation über Netzwerke bis zu ganz neuen Produkten, von denen auch der Fotohandel profitieren kann. Dazu gehören Digitalkameras, aber auch neue Dienstleistungen, wie z.B. die Herstellung von Bildern aus digitalen Quellen oder das Angebot zusätzlicher Produkte, von der berühmten Tasse mit dem Foto drauf bis zu fertigen Alben oder individuellen Gruß- und Einladungskarten.

imaging+foto-contact: Digitalisierung be-

deutet aber auch neue Printverfahren, zum Beispiel Inkjet- oder Digitaldruck, die dem klassischen Foto Konkurrenz machen könnten.

Wout van der Kooij: Wir sind davon überzeugt, daß auch im digitalen Zeitalter das Bild, also das Foto zum Anfassen, nicht ersetzt wird. Die neuen Verfahren zur Bildproduktion beobachten wir natürlich sehr genau. Das außerordentlich gute Preis-/Leistungsverhältnis der Silberhalogenidfotografie ist allerdings auf dem Massenmarkt zur Zeit noch konkurrenzlos. Für die Massenproduktion hochwertiger Bilder zu günstigen Preisen gibt es zur Zeit keine Alternative zum Fotopapier. Diese Wettbewerbsfähigkeit ist übrigens ganz wesentlich unserem Unternehmen zu verdanken.

imaging+foto-contact: Wie begründen Sie diese Aussage?

Wout van der Kooij: Als Weltmarktführer für Großlaborgeräte hat Agfa-Gevaert die totale Automatisierung der Herstellung von Bildern für den Massenmarkt seit vielen Jahren vorangetrieben. Ohne unsere MSP-Printer und natürlich die letzte Generation, die MSP Dimax Printer mit selektiver Dich-

testeuerung, wäre das augenblickliche Qualitäts- und Produktivitätsniveau in den Großlabors wohl kaum erreicht worden. Der hohe Standard der Bilderherstellung ist einer der Gründe dafür, warum es andere Verfahren schwer haben, zum hervorragenden Preis-/Leistungsverhältnis der Silberfotografie aufzuschließen.

imaging+foto-contact: Bilder werden aber nicht nur in Großlabors hergestellt. Führt die Digitaltechnik nicht zu einer Dezentralisierung im Bildergeschäft?

Wout van der Kooij: Es ist natürlich nicht auszuschließen, daß die Vervielfältigung der Bildanwendungen durch die Digitaltechnik zu einer stärkeren Bedeutung der Herstellung von Bildern vor Ort, z. B. beim Fotohandel, führt. Das ist keine neue Entwicklung, denn Minilabs haben sich ja in vielen Ländern der Welt bereits einen großen Marktanteil erobert. Agfa-Gevaert ist gut darauf vorbereitet, in diesem Markt eine stärkere Rolle zu spielen als bisher. Dabei setzen wir unser Know-how aus der Großlabortechnik ebenso ein, wie unsere Kompetenz im Farbmanagement. Hier greifen wir auf die große Erfahrung unseres Geschäftsbereiches Grafische Systeme zurück, der weltweit zu den

führenden Anbietern in diesem Segment gehört. Das digitale Minilab d-lab.3, das die Verarbeitung analoger und digitaler Bilder auf höchstem Qualitätsniveau ermöglicht, ist dabei nur der Anfang eines stärkeren Engagements von Agfa-Gevaert im Minilabbereich. Die Digitaltechnik führt auch zu neuen Geschäftsfeldern, z. B. Prints aus dem Internet. Mit unserem Know-how werden wir dazu beitragen, diese Aufträge in den normalen Arbeitsablauf zu integrieren. Ein Beispiel dafür ist unsere E-Box, die wir als Annahmestation für digitale Bildaufträge von Minilabs vorgestellt haben.

imaging+foto-contact: **Bleibt denn im Digitalzeitalter die Herstellung von Prints weiterhin Dienstleistern vorbehalten?**

Megapixel. Das bedeutet im Klartext, daß wir im preisgünstigen Bereich hervorragende Produkte anbieten, bei denen wir mit erschwinglicherameratechnologie dank unserer hervorragenden Farbmanagementsysteme und Softwareapplikation zu außerordentlich guten Bildergebnissen kommen. Wir versprechen uns von solchen preisgünstigen Lösungen ein großes Marktvolumen, zumal diese Nische von etablierten Kameraherstellern zur Zeit kaum beachtet wird.

imaging+foto-contact: **Bisher machten Verbrauchsmaterialien wie Film und Fotopapier den Löwenanteil des Umsatzes des Geschäftsbereichs Consumer Imaging bei Agfa aus. Können wir aus dem bisher Gesagten schließen, daß sich die Schwer-**

auch für unseren Bereich Grafische Systeme. Sie wissen, daß wir entsprechende Materialien bereits im Programm haben.

Im Fotobereich ist Inkjet zur Zeit fast ausschließlich im Bereich kleiner und kleinster Stückzahlen, z. B. beim Home-Printing, von Bedeutung. In nicht allzu ferner Zukunft ist mit Sicherheit auch mit dieser Technologie in Minilabumgebungen zu rechnen. Auch Agfa-Gevaert arbeitet daran. Dabei hilft uns zum Beispiel unsere Zusammenarbeit mit Xaar. Dieses Unternehmen verfügt über hervorragende Technologien bei Inkjet-Systemen, die unser eigenes Know-how im Farbmanagement und bei der Materialentwicklung hervorragend ergänzen. Eines möchte ich im Hinblick auf die neuen Druckverfahren allerdings ausdrücklich betonen:

Auch die konventionelle Fototechnik ist noch lange nicht am Ende, sondern bietet sowohl von der Qualität als auch von der Produktivität her noch eine Menge Potential, das wir ebenfalls ausnutzen werden.

imaging+foto-contact: **Wäre es dann nicht ein naheliegender Schritt, auch einen digitalen Großsprinter auf den Markt zu bringen, der mit Fotopapier arbeitet, so wie Ihre Wettbewerber dies auf dieser photokina angekündigt haben?**

Wout van der Kooij: Sie können sicher sein, daß es Agfa als Weltmarktführer für Großlaborgeräte nicht am Know-how fehlt, ein solches Gerät zu entwickeln. Bereits der Erfolg unserer legendären MSP-Printer beruhte auf unserer wegweisenden Technologie, und mit dem MSP Dimax haben wir zur Zeit das führende Produkt im Bereich der Hochgeschwindigkeitsprinter. Ob oder wann wir ein vollständig digitales Gerät vorstellen, ist eine Frage der Marktentwicklung und der Prioritäten. Zur Zeit führt die steigende Bedeutung digitaler Bilder zu einer starken Nachfrage nach Printlösungen in einer Kapazität, die eher für Minilabumgebungen geeignet ist oder zum Teil noch darunter liegt. Darum konzentrieren wir uns zunächst auf dieses Segment. Wenn es im Großlabor einen Bedarf für vollständig digitale Systeme geben sollte, können Sie mit Sicherheit mit uns rechnen.

imaging+foto-contact: **Herr van der Kooij, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.**

Interview mit Agfa-Vorstandsmitglied Wout van der Kooij

punkte verschieben werden? Müssen Sie neue Geschäftsmodelle entwickeln?

Wout van der Kooij: Auf dem Massenmarkt wird es in absehbarer Zukunft sicher keine Alternative dazu geben. Zusätzlich gewinnt der Bereich Small-Office-Home-Office, kurz SOHO genannt, auch für uns an Bedeutung. Wir sind bereits jetzt als Lieferant von Scannern die Nummer zwei in Europa und können gerade in diesem Bereich unsere Kompetenz im Farbmanagement, die wir bei grafischen Systemen gewonnen haben, hervorragend einsetzen.

imaging+foto-contact: **Fehlen für dieses Marktsegment nicht die Drucker in Ihrem Sortiment?**

Wout van der Kooij: Sie wissen, daß es in diesem Bereich bereits sehr starke Anbieter gibt. Das schließt allerdings nicht aus, daß wir auch in der Agfa-Gevaert Gruppe über eine Sortimenterweiterung nachdenken, um Lösungen für die gesamte Kette der Bildherstellung anbieten zu können.

imaging+foto-contact: **Gilt das auch für den Wachstumsmarkt Digitalkameras?**

Wout van der Kooij: Hier sind wir, wie Sie wissen, bereits aktiv. Das obere Marktsegment ist dabei eine Domäne der Kamerahersteller. Wir setzen mit unserer Produktphilosophie dagegen auf Bilder statt auf den Wettbewerb um

Wout van der Kooij: Wir sehen uns auch in Zukunft als wichtigen Anbieter von Verbrauchsmaterialien. Sie wissen, daß z. B. unser Geschäft mit Fotopapier ganz wesentlich durch unsere Kompetenz bei den Laborgeräten vorangetrieben wird. Dies sehen wir auch im Minilabbereich als vielversprechendes Geschäftsmodell.



Wout van der Kooij: „Wir setzen mit unserer Produktphilosophie auf Bilder statt auf den Wettbewerb um Megapixel.“

imaging+foto-contact: **Gilt das auch für Inkjet-Verfahren, von denen ja gerade in diesem Bereich viel geredet wird?**

Wout van der Kooij: Inkjet ist eine faszinierende Technologie, übrigens nicht nur für Consumer Imaging, sondern

Agfa unterstützt Fotohandel bei der Einführung der neuen Filmgeneration

**Jetzt vista
testen**



Zur Markteinführung der neuen Vista Colornegativ-Filmgeneration startet Agfa eine umfangreiche Testfilm-Aktion. Dabei stehen die Empfindlichkeiten ISO 200 und ISO 800 dem Fotohandel in Sonderlängen als Aktionsware zur Verfügung.

Mit den Testfilmen gibt Agfa-Gevaert den Kunden des Fotohandels einen guten Grund, in der nachfrageschwachen Zeit zwischen der Urlaubsaison und dem Weihnachtsgeschäft zu einem neuen Film zu greifen. Dabei bietet besonders der Vista 800 in der lichtarmen Jahreszeit die Gelegenheit für ein völlig neues Fotografierlebnis.

Zusätzlich zu den normalen Konfektionierungen der gesamten Vista Filmpalette vom 100er bis zum 800er stehen die Empfindlichkeiten ISO 200 und ISO 800 in einer Sonderlänge von 20 Aufnahmen zur Verfügung. Der günstige empfohlene Verkaufspreis von 3,99 DM für den 200er und 4,99 DM für den 800er soll dabei Impulskäufe auslösen.

„Mit unserer Testfilmaktion sorgen wir nicht nur für einen schnellen Durchverkauf“, erklärte Markus Ludwig, Leiter Retail Marketing Consumer Imaging bei Agfa Deutschland. „Die Sonderlänge mit 20 Aufnahmen gewährleistet auch, daß die Filme schnell zum Fotohändler zurückkommen. 20 Bilder sind an einem Wochenende schnell verschossen – damit setzen wir in der nachfrageschwachen Zeit vor dem Weihnachtsgeschäft auch einen Impuls für Umsatz an der Bildertheke.“

Impulse fürs Bildergeschäft

Mit einer Testaktion zum Start einer neuen Filmgeneration hat Agfa bereits bei der Einführung der HDC-Filme Anfang 1999 gute Erfahrungen gemacht. Auch damals gelang es durch attraktive Angebote von Testfilmen in Sonderlängen, zahlreiche Verbraucher zum Filmkauf in den nachfrageschwachen Monaten Januar und Februar zu motivieren.

Der sichtbare Qualitätsfortschritt durch die neuen Agfa Vista Filme ist eine gute Basis für den Fotohandel, die Testfilme aktiv zu verkaufen. Wichtigstes Merkmal der neuen Agfa Film-



Markus Ludwig,
Leiter Retail
Marketing
Consumer
Imaging bei
Agfa Deutschland:
„Mit unserer
Testaktion setzen
wir in der nach-
frageschwachen
Zeit vor Weih-
nachten nicht nur
einen Impuls fürs
Filmgeschäft,
sondern auch
für die
Bildertheke.“

Wichtiges Verkaufsargument: Exzellente Farben

generation ist die Eye Vision Technologie, mit der die Sensibilisierung der neuen Filme an das Farbpfinden des menschlichen Auges angepaßt wurde. Im Gegensatz zu herkömmlichen Farbnegativ-Filmen hat Agfa die spektrale Empfindlichkeit der rotempfindlichen Schicht bei den Vista Filmen auf genau die Wellenlängen konzentriert, die das

menschliche Auge wahrnimmt. Das führt zu einer besonders naturgetreuen Wiedergabe bestimmter Blautöne, die bei herkömmlicher Emulsionstechnologie durch den Einfluß nicht sichtbarer Wellenlängen im Rotbereich oft violett erscheinen. Zudem ermöglicht die Eye Vision Technologie eine naturgetreue Farbwiedergabe auch bei Bildern, die bei fluoreszierendem Licht aufgenommen werden. Erreicht wird dies durch eine spezielle Sensibilisierung für die roten Anteile dieses Lichtes, die den bekannten Grünstich von Aufnahmen bei Leuchtstofflicht deutlich reduziert.

Markus Ludwig. „Dem Fotohandel bietet sich hier die Möglichkeit, den Verbrauchern deutlich zu machen, daß sie jetzt bei Lichtverhältnissen fotografieren können, wo dies früher nicht oder nur mit Blitzlicht möglich war. Zudem erhöht sich die Reichweite von Blitzgeräten durch die hohe Empfindlichkeit erheblich. Das ist besonders für Besitzer von Kompaktkameras mit relativ schwachen Blitzgeräten ein gutes Verkaufsargument.“

Zur Markteinführung der neuen Agfa Vista Filme steht dem Fotohandel umfangreiches PoS-Material zur Verfügung. Dabei signalisiert das ausdrucks-



Umfangreiches PoS-Material

Neben der Verbesserung der Farbwiedergabe durch die Eye Vision Technologie bieten die neuen Agfa Vista Filme auch eine bessere Ausnutzung des vorhandenen Lichtes durch den Einsatz sogenannter „Surface Extended Multi-structured Chrystals“. Sie zeichnen sich im Vergleich zu herkömmlichen Kristallen durch eine im Verhältnis zu ihrem Volumen deutlich größere Oberfläche aus. Nicht zuletzt durch den Einsatz dieser Kristalle wurde es möglich, ein höchstempfindliches Material wie den Agfa Vista 800 Film auf den Markt zu bringen.

„Gerade der 800er Film ist hervorragend dazu geeignet, die neue Bildqualität zu demonstrieren, die mit unseren Vista Filmen möglich wird“, betonte

starke Key-Visual nicht nur den neuen Produktnamen, sondern ebenso den herausragenden Produktvorteil Eye Vision Technology. Hochwertige Bodendisplays, Schütten und Thekendispenser werden dabei durch ein Sortiment attraktiver Werbemittel wie Poster, Thekenmatten, Tür- und Fensterkleber etc. ergänzt. Dazu Markus Ludwig: „Wir haben sichergestellt, daß die PoS-Werbemittel durch besondere Hochwertigkeit dem Qualitätsniveau unserer neuen Vista Filme entsprechen. Zudem statten wir den Fotohandel mit einer modern gestalteten Broschüre aus, die umfassend über die neuen Agfa Filme informiert, denn wir wissen: Die meisten Kaufentscheidungen werden am PoS getroffen.“

Nimmt der Preistreiber Staat vielen Bürgern die freie Einkommensspitze für ihr (Foto!)-Vergnügen?

Das einzige, was mich an der derzeitigen rot-grünen Regierung erfreut, ist die Tatsache, daß ich sie nicht gewählt habe. Andererseits stelle ich mir vor, daß die Leute, die mit Jubel die CDU/FDP-Koalition verabschiedet haben (mit der ich in vielen Punkten auch nicht einverstanden war), sich heute fragen müssen, ob ihre Entscheidung bei der letzten Bundestagswahl nicht doch falsch war. Ich habe jedenfalls versucht, wie viele andere auch, von drei bis vier Übeln das kleinste zu wählen.

Ich glaube, daß vielen Mitbürgern das Einkaufen zur Weihnachtszeit in diesem Jahre viel schwerer gemacht wird als vor der Schröder-Zeit (die so genüßlich mit dem berühmten Foto und der 52 DM teuren Cohiba-Zigarre begonnen hat). Leider mußte auch der grüne Minister Trittin mit eingekauft werden, der mit dafür gesorgt hat, daß die Benzinpreise innerhalb eines Jahres so kräftig gestiegen sind und der uns ab Januar 2001 sozusagen per grünem Gesetz noch weitere sieben Pfennig auf den hohen Benzinpreis bringt. Am Ende soll der Liter Benzin eben doch fünf Mark kosten, wenn auch heute nicht mehr direkt davon gesprochen wird.

Es sind jedoch nicht die Benzinpreise alleine, die den kleinen Mann treffen, der, wenn er nur bescheidene 12.000 Kilometer im Jahr fährt, davon zum größten Teil zum Arbeitsplatz, immerhin schnell auf zusätzliche Kosten von 30 bis 40 DM im Monat kommt. Wenn also ab Januar noch sieben Pfennig je Liter Benzin zum heutigen Preis kommen, dann sind das weitere sieben DM im Monat, die weg sind, bzw. die dann

Herr Trittin und seine Genossen haben, um weitere Dinge zu subventionieren, die nicht im Sinne des wirtschaftlichen Vorteils der Allgemeinheit liegen. Wenn man dann noch bedenkt, daß alleine das leichte Heizöl innerhalb Jahresfrist um 80 Prozent teurer geworden ist, dann kann sich jeder, der zur Miete wohnt oder ein eigenes Haus hat, ausrechnen, daß ihn die Nebenkosten für eine warme Wohnung in diesem Winter ganz erheblich mehr Geld kosten werden, als im vorigen Jahr.

Da solche roten Genossen wie Trittin und Co. nun auch noch alles daransetzen, daß funktionierende Kraftwerke hierzulande stillgelegt werden, zur Zeit mit dem Argument, es herrsche Überproduktion (was nur heißen kann: billigere Strompreise), wird es also nicht mehr lange dauern, bis wir gezwungen sind, Strom aus dem Ausland zu beziehen. Dabei wird sicher nicht gefragt, wie dieser Strom erzeugt wurde und ob die Kraftwerke, die uns dann warmhalten und Licht geben, auch umweltfreundlich produzieren oder nicht.

So konnte man gerade noch in diesen Tagen, wie zum Beispiel in der Westdeutschen Zeitung am 12. Oktober, die Überschrift lesen: „Strafsteuer für Importstrom?“ Der stellvertretende SPD-Fraktions-Chef Michael Müller hat nämlich gefordert, Stromimporte zusätzlich mit Gebühren zu belegen. Das heißt für mich, daß diese Politiker überhaupt nicht daran denken, daß wir in Zukunft kostengünstigen Strom ins Haus bekommen werden, auch wenn Bundeswirtschaftsminister Werner Müller es bisher ablehnt, ausländischen Strom durch Importbeschrän-

kungen zu verknappen.

Wenn also die allgemeine

Teuerungsrate durch die Verteuerung der Mineralölerzeugnisse im Vergleich mit dem Vorjahr um 2,5 Prozent gestiegen ist, dann darf man wohl sagen, unsere Regierung hat kräftig daran mitgearbeitet. Vielen Leuten steht dadurch für ihren Weihnachtseinkauf weniger

Geld zur Verfügung.

Selbstverständlich weiß ich auch, daß bestimmte internationale Kreise

daran interessiert sind, Ölpreise so hoch wie möglich zu halten und daß der Dollarkurs und der schwache Euro ebenfalls die Kosten nach oben treiben. Aber ich habe bisher kein Argument von Bundeskanzler oder Umweltminister gehört, wie man diese Kostenspirale möglichst weit zurückdrängt.

Durch aktuelle Maßnahmen, wie zum Beispiel die des amerikanischen Präsidenten Bill Clinton, der 30 Millionen Tonnen Öl aus der Reserve auf den Markt geworfen hat, lassen sich die Preise merklich reduzieren. Bei uns heißt es dagegen Kilometerpauschale oder Teuerungsausgleich und gilt nur für bestimmte Gruppen, was ich für ungerecht und unklug halte. Wenn hier jemand die umweltfreundlichste Wärme, nämlich Erdgas, bezieht, dann werden die Gaspreise den teuren Öl- oder Benzinpreisen angepaßt, so daß die Nutzer, die auf diese preiswerte Energie gesetzt haben, nachträglich zur Kasse gebeten werden.

Noch wissen wir nicht, wie uns die Nahost-Krise weiter in ihren Bann ziehen wird. Für mich heißt es erst einmal: Wir müssen mit einer weiteren Steigerung der Preise rechnen, wobei es mir wirklich egal ist, ob dies durch den hohen Dollar, den niedrigen Euro oder umgekehrt bewirkt wird. Jedenfalls hat der Durchschnittsverbraucher in unserem Land zu Weihnachten weniger Geld in der Tasche. Sind wir es nicht alle, die den angeblichen Sparkurs der Regierung teuer bezahlen?

Es sollte mich freuen, wenn möglichst viele Leser der gleichen Meinung sind.

H.J. Blömer

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

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

PMA 2001



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

Über 800 Aussteller, mehr als 100 Vorträge und Seminare
Erstmals direkt nebenan: The Quick Print Show
Die Messe für Schnelldruckereien, Copyshops und DTP
Kostenloser Zutritt für PMA-Besucher!

Weitere Informationen: PMA International,
Elisabeth Scherer (spricht deutsch) • Tel. 001-517-788-8100,
Fax: 001-517-788-8371 oder PMA Büro für Europa,
Fax: 089-2 73 02 91. Im Internet: www.pmai.org



Kodak unterstützt Deutsches Centrum für Photographie

Gesunde Basis

Das in Gründung befindliche Deutsche Centrum für Photographie in Berlin hat auf der photokina positive Schlagzeilen gemacht: Die Eastman Kodak Company sagte finanzielle Unterstützung im Gesamtvolumen von 600.000 US-Dollar zu. Zudem gab die Familie des verstorbenen Professor Dr. Karl Steinorth bekannt, die umfangreiche Fotobibliothek des früheren DGPh-Präsidenten der Berliner Institution zu stiften.

Das Deutsche Centrum für Photographie soll in Berlin unter der Ägide der Stiftung Preussischer Kulturbesitz den Reichtum des kulturellen fotografischen Schaffens in Deutschland zusammenfassen. Grundlage des Cen-

trums soll die deutsche Hauptstadt eine gebührende Rolle spielen. Galerien und Ausstellungen sollen dabei die Ergebnisse fotografischen Schaffens in Deutschland einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen. Eine Restaurationsabteilung



Eine umfangreiche Spende der Eastman Kodak Company und die Gründung der Karl Steinorth Bibliothek gaben in Köln bekannt (v. r.): Dan Carp, President/CEO der Eastman Kodak Company, Dr. Carla Steinorth, Witwe von Professor Dr. Karl Steinorth, David Metz, Trustee des George Eastman Houses, und Manfred Heiting, Kurator des Deutschen Centrums für Photographie in Berlin.

trums sind umfangreiche Sammlungen der Werke bedeutender deutscher Fotografen, die zur Zeit auf der Berliner Museumsinsel im Gropiusbau archiviert sind.

Das Deutsche Centrum für Photographie wird als Kurator von Manfred Heiting aufgebaut, der früher erfolgreich die Bilderschauen der Kölner photokina gestaltet hat. Mit Unterstützung der Bundesregierung und der Stadt Berlin soll die Fotografie in den Räumen des gegenwärtigen Ägyptischen Museums im kulturellen Spektrum der

wird zusätzlich dazu beitragen, daß die wertvollen Sammlungen der Nachwelt erhalten bleiben.

Karl Steinorth Bibliothek

Beim traditionellen Kodak Presse Dinner am Abend des ersten photokina Tages, an dem mehr als 400 internationale Fachjournalisten teilnahmen, gab es interessante Informationen über die Zukunft des Deutschen Centrums für Photographie. Dan Carp, President und CEO der Eastman Kodak Company, kündigte die größte gemeinnützige

Spende an, die das größte Fotounternehmen der Welt jemals in Europa plazierte hat. Über einen Zeitraum von drei Jahren wird das größte Fotounternehmen der Welt jeweils 200.000 US-Dollar zum Etat der Berliner Institution beisteuern.

Zudem machte Carp im Namen der Familie des im Februar verstorbenen DGPh-Präsidenten und früheren Chef-Justizars und Leiters Öffentlichkeitsarbeit der Kodak AG, Professor Dr. Karl Steinorth, eine weitere wichtige Zusage: Die umfangreiche Sammlung von Büchern, Zeitschriften, Katalogen und anderen Publikationen zum Thema Fotografie, die Professor Steinorth im Laufe seines mehr als 40jährigen Wirkens zusammengetragen hat, soll zu einem wichtigen Teil des Deutschen Centrums für Photographie werden. Ein Teil des von der Eastman Kodak Company gespendeten Geldes soll dazu verwendet werden, die Bestände der „Karl Steinorth Bibliothek“ zu archivieren und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Kulturelle Zusammenarbeit

Unabhängig davon gaben zur photokina das George Eastman House und das International Center of Photography in New York eine enge Zusammenarbeit bekannt. Das nach dem Kodak Gründer benannte und in seinem Privathaus untergebrachte Museum verfügt über fast unüberschaubare Kollektionen von 400.000 Bildern von 8.000 Fotografen aus aller Welt sowie über eine Sammlung von 15.000 Kameras und Fotogeräten. Dazu kommen eine umfangreiche Bibliothek und große Bestände weiterer Fotohistorika.

Das International Center of Photography in New York verfügt ebenfalls über große fotografische Sammlungen und ist zudem die größte Fotoschule der Welt in einem Museum. In Zukunft wollen beide Institutionen ihre Ausstellungen austauschen, gemeinsame Präsentationen arrangieren und eine gemeinsame Internetseite starten. Die Verantwortlichen sind sicher, in den kommenden Jahren auch mit dem Deutschen Centrum für Photographie fruchtbar zusammenzuarbeiten.

der grosse foto-katalog

- Die ultimative Produktshow der Fotobranche!
- Mit über 100 Herstellern!

Das Produktangebot
der internationalen
Markenindustrie



**COUPON FAXEN
ODER SENDEN AN:**

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

Fax: 0 21 02 / 20 27 90
Tel.: 0 21 02 / 20 27 0

**JETZT
BESTELLEN!**

Ja, ich/wir bestelle(n) Exemplar(e)
„der grosse foto-katalog 2000/2001“

zum Preis von DM 71,50 inkl. MwSt. und Versandkosten

Name: Firma:

Straße/Nr: PLZ:

Telefon: Fax:

Datum: Unterschrift:

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

SOFORTBILD TRIFFT

Innovation@Polaroid

Gary DiCamillo, Präsident/CEO der Polaroid Corporation:

„Mit unseren Innovationen und Ideen wollen wir neue Zielgruppen für Foto und Imaging begeistern.“

Mit der Demonstration zukunftsweisender Produktideen, die Sofortbild und Digitaltechnik miteinander verbinden, öffnete Polaroid auf der photokina ein Fenster zum Cyber Space. Zudem sollen neue Online-Dienste die schnellen Bilder ins Internet bringen. imaging+foto-contact hat in Köln mit Gary DiCamillo, dem Vorstandsvorsitzenden der Polaroid Corporation, gesprochen.

Nimmt i-Zone Sofortbilder und digitale Schnappschüsse in VGA-Qualität auf: die neue i-Zone Combo



imaging+foto-contact: Auf dem Polaroid Messestand dominieren Bits, Bytes und das Internet. Wird das Sofortbild-Unternehmen zum Digitalpionier?

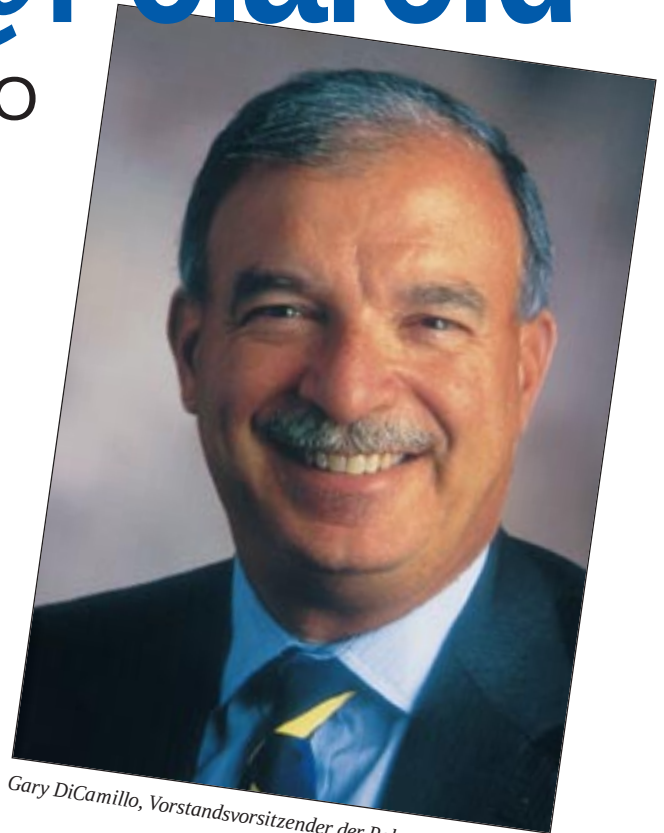
Gary DiCamillo: Die Sofortbildtechnologie ist immer der Brennpunkt unserer Strategie gewesen und bleibt es auch.

Das Schlüsselwort für Polaroid im dynamischen Markt für Foto und Imaging heißt Innovation: Wir verstehen uns als kreatives, innovatives Sofortbildunternehmen. Dabei haben wir das Ziel, mit neuen Ideen neue Zielgruppen und neue Märkte zu erschließen.

Das ist uns mit unseren erfolgreichen i-Zone und JoyCam Produkten bereits gelungen. Sie haben die Fotografie für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene wieder interessant gemacht.

imaging+foto-contact: Diese Produkte basieren aber auf ihrer traditionellen Plattform. Welche Rolle spielt die Digitaltechnik für Polaroid?

Gary DiCamillo: Sofortbild- und Digitaltechnik passen hervorragend



Gary DiCamillo, Vorstandsvorsitzender der Polaroid Corporation

zusammen. Es war schon immer unser Geschäft, Fotos sofort verfügbar zu machen. Jetzt beschleunigt die Digitaltechnik den gesamten Imaging-Prozess in dramatischer Weise und erschließt eine fast unbegrenzte Anzahl von Anwendungen für Bilder. Genau das tun auch wir mit unseren neuen Produkten auf der photokina. Die neue i-Zone Combo-Kamera, die in Deutschland im ersten Quartal des kommenden Jahres auf den Markt kommt, bietet die Möglichkeit, Sofortbilder und gleichzeitig digitale Fotos zu machen. Ähnliches kann der neue i-Zone Webster Scanner: Er ist nicht größer als eine Computermaus und kann in Sekundenschnelle i-Zone Bilder digitalisieren, um sie für E-Mail-Anwendungen oder die Integration in virtuelle Fotoalben und Collagen auf unserer

DIGITAL IMAGING

i-Zone.com Internetseite nutzbar zu machen.

imaging+foto-contact: Bisher lebte Polaroid vorwiegend vom Verkauf von Filmen. Wird Hardware jetzt wichtiger als Verbrauchsmaterialien?

Gary DiCamillo: Unser Kerngeschäft sind immer Kameras und Filme gewesen, also Hardware und Verbrauchsmaterialien. Das wird auch so bleiben. Wir sind sicher, daß neben Digitalkameras in Zukunft Scanner eine bedeutende Rolle bei der Herstellung digitaler Bilder spielen werden. Darauf antworten wir mit Produkten wie dem i-Zone Webster, der die Palette unserer erfolgreichen Print- und Filmscanner in einem populären Preissegment ergänzt. Als weiteres Geschäftsfeld für die Zukunft sehen wir die steigende Nachfrage nach Prints von digitalen Quellen. Hier haben wir mit dem neuen Polaroid DP-500 Printer ein hervorragendes Gerät, mit dem man sofort Bilder von digitalen Aufnahmen herstellen kann. Von diesem Produkt versprechen wir uns einiges, denn es gibt keine einfachere Möglichkeit, sofort an ein Bild von einer digitalen Kamera zu kommen – nur mit einem Knopfdruck, ohne daß ein PC, Software oder Kabel notwendig sind.

imaging+foto-contact: Es gibt doch bereits Inkjet-Drucker, die direkt von der Kamera bzw. vom Datenträger printen können. Wo liegt der spezielle Vorteil beim DP-500?

Gary DiCamillo: Zunächst einmal bietet der DP-500 Printer echte Sofortbild-Qualität auf Polaroid 500 Film. Zudem ist das Gerät außerordentlich kompakt, leicht zu bedienen und mobil, denn es braucht keine externe Stromversorgung. Man steckt nur die Flash Karte aus der Digitalkamera hinein und bekommt innerhalb von 15 Sekunden ein Sofortbild von der digitalen Aufnahme; und das funktioniert überall, jederzeit, egal ob das Gerät senkrecht oder waagrecht steht. Dagegen brauchen Sie für jeden Inkjet-Drucker eine ordentliche Unterlage, denn diese Technologie wird von der Schwerkraft beeinflusst.



Digital fotografieren (in VGA-Auflösung) und Musik abspielen kann die neue Polaroid Digital-kamera mit MP3 Spieler.

imaging+foto-contact: Auf dieser photokina spielen bei vielen Herstellern neue Online-Dienstleistungen eine große Rolle. Liegt hier auch ein neues Geschäftsfeld für Polaroid?

Gary DiCamillo: Zweifellos spielen Dienstleistungen in der digitalen Welt eine wichtige Rolle. Das gilt bereits für unsere Homepage polaroid.com genauso wie für die zwei neuen Internet-Auftritte, die wir auf dieser photokina vorstellen. Dabei richtet sich polaroidwork.com an unsere professionellen Kunden und enthält umfangreiche Informationen über unsere Produkte und Dienstleistungen. Darüber hinaus dient diese Plattform, die zunächst in den USA verfügbar ist, als E-Commerce-Portal, wo professionelle und gewerbliche Kunden bei unseren Distributoren kaufen können.

An junge Zielgruppen richtet sich unsere neue i-Zone.com Internetseite. Sie bietet die Möglichkeit, digitale Bilder aus unserem Webster-Scanner oder aus der Combo und anderen Digitalkameras in virtuelle Alben, Kollagen etc. zu integrieren oder per E-Mail zu versenden. Sie ist in englischer Sprache weltweit verfügbar.

imaging+foto-contact: Diese Dienstleistungen sind gratis. Wie wollen Sie damit Geld verdienen?

Gary DiCamillo: In den USA bieten wir bereits Print-Dienstleistungen von digitalen Dateien an und arbeiten damit mit Partnerlabors zusammen. In Kür-

ze werden wir eine weitere Internetseite unter dem Namen photomax.com eröffnen, die Anwendern digitaler Kameras die Möglichkeit gibt, ihre Bilder abzuspeichern, Prints zu bestellen und ihre Bilder über das Internet Freunden und Verwandten zugänglich zu machen. In wenigen Monaten werden wir zudem eine digitale Kamera auf den Markt bringen, die mit einem eingebauten Modem ausgestattet ist. Damit ist es möglich, die Bilder sozusagen per Knopfdruck mit jedem Mobiltelefon auf die Polaroid-Homepage zu schicken. In

Webster heißt der schnelle Scanner für i-Zone Bilder.





Gary DiCamillo: „Mit unserer erfolgreichen i-Zone ist es uns gelungen, ganz neue Zielgruppen für die Fotografie zu begeistern.“

den USA führen wir zudem demnächst einen digitalen Bilderrahmen ein, von dem aus unsere Kunden ihre Bilder direkt zu anderen digitalen Bilderrahmen schicken können, die auf den Schreibtischen ihrer Freunde und Verwandten stehen.

imaging+foto-contact: **Arbeiten Sie zu diesem Zweck mit Netzwerk-Unternehmen zusammen?**

Gary DiCamillo: Im Moment ist dieser Dienst nur durch unser eigenes polaroid.com Netzwerk in den Vereinigten Staaten verfügbar. Wir werden ihn allerdings auch in anderen Ländern einführen und verhandeln zu diesem Zweck bereits mit Netzwerk-Betreibern.

imaging+foto-contact: **Ist es in diesem Zusammenhang nicht ein Nachteil, daß Sie – anders als andere Fotounternehmen – sich bisher noch nie mit Dienstleistungen beschäftigt haben und keine eigenen Labors besitzen?**

Gary DiCamillo: Wir sehen unsere Internet-Aktivitäten nicht als Konkurrenz zu den bestehenden Online-Angeboten traditioneller und neuer Fotounternehmen. Unsere Online-Dienste sind eine hervorragende Unterstützung für unsere erfolgreichen Produkte wie i-Zone, denn sie bieten noch mehr Möglichkeiten für Spaß und Unterhaltung mit Sofortbildern. Damit ergänzen sie in hervorragender

Weise unser Sofortbildgeschäft.

imaging+foto-contact: **Auf der photokina zeigten Sie auch eine Digitalkamera mit eingebautem MP3 Spieler. Ist das Teil Ihrer Strategie, neue Zielgruppen zu erschließen?**

Gary DiCamillo: In der digitalen Welt werden ganz neue Kombinationen von Features und Technologien möglich. Das ist tatsächlich ein hervorragendes Potential, mit

Innovationen neue Zielgruppen zu erschließen.

Das tun wir mit unserer Digitalkamera mit eingebautem MP3 Spieler ebenso wie mit der neuen C-211 Zoomkamera, die wir in Zusammenarbeit mit Olympus entwickelt haben. Dieses Modell ermöglicht die sofortige Ausgabe digitaler Aufnahmen auf Polaroid Film. Das gleiche gilt für die neue i-Zone Combo, ebenfalls eine digitale Sofortbildkamera.



Mit der neuen Polaroid PDC 2300Z mit 2,3 Millionen Pixeln und 2,3fachem optischen Zoomobjektiv will Polaroid anspruchsvolle Kunden ansprechen.

In Zukunft können Sie noch mehr Produkte mit interessanten Feature-Kombinationen von Polaroid erwarten.

imaging+foto-contact: **Um solche Produkte zu entwickeln, müssen Sie mit anderen**

Unternehmen zusammenarbeiten. Werden Sie vom Hersteller zum Marketingunternehmen?

Gary DiCamillo: Wir sind immer schon beides gewesen und werden es auch bleiben. Die Komplexität der neuen Technologien macht es immer wichtiger, mit guten Partnern zusammenzuarbeiten. Ich glaube, daß kein Unternehmen der Welt sich in Zukunft etwas anderes leisten kann, wenn es die nahezu unbegrenzten Möglichkeiten der Digitaltechnik für seine Produkte ausnutzen will.

imaging+foto-contact: **Letzte Frage: Stellen Sie sich vor, Sie begegnen einer guten Fee und dürfen sich ein tolles Produkt für die nächste photokina wünschen. Was hätten Sie gerne?**

Gary DiCamillo: Auf der nächsten photokina in zwei Jahren werden wir einer neuen Welt begegnen, die durch 3G möglich wird. Unter 3G verstehen wir kabellose Breitbandtechnologien der dritten Generation. Dazu gehört zum Beispiel UMTS. Solche Technologien werden zu einer Explosion von Bildern führen, die kabellos und kostengünstig zwischen mobilen Geräten wie Telefonen, Organizern, Digitalkameras und anderen Plattformen übertragen werden, zudem natürlich ins Internet und auf PCs. Diese mobile Welt wird sich übrigens in Europa früher entwickeln als in den USA. Wie andere Imaging-Unternehmen auch, wird Polaroid diese großartigen neuen Möglichkeiten nutzen. Das Produkt, nach dem ich die Fee fragen würde, wenn sie so nett ist, es mir zu gestatten, ist ein sehr kleiner, mobiler, kabelloser Sofortbildprinter.

Wenn Sie Ihre Fotos von Handy zu Handy schicken, vom Handy zum Organizer, vom Organizer zur Digitalkamera, vom PC aufs Telefon und natürlich in umgekehrter Richtung, können Sie jederzeit an jedem Ort ein Sofortbild bekommen. Vielleicht brauchen wir sogar gar keine Fee, um ein solches Produkt auf den Markt zu bringen.

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

SOFORTBILD TRIFFT DIGITAL IMAGING

i+fc Leserbriefe

Zu unserem wirtschaftspolitischen Kommentar „Alle Jahre wieder ...“ in Ausgabe 9/2000, Seiten 54/55, erreichten uns folgende Leserbriefe:

Sehr geehrter Herr Blömer,

vielen Dank für Ihren Kommentar zum Ladenschlußgesetz, den ich mit Interesse gelesen habe.

Ohne Frage gibt es in der Wirtschaft unterschiedliche Meinungen über die Vor- und Nachteile einer Erweiterung der Ladenöffnungszeiten. Persönlich würde ich immer argumentieren, daß eine Aufhebung oder Verminderung der gesetzlich vorgeschriebenen Ladenschlußzeiten sinnvoll ist, weil es manchen Unternehmen erlaubt, Kundenbedürfnissen besser entgegenzukommen. Eine Ausweitung der erlaubten Ladenöffnungszeiten stellt freilich keinen Zwang dar: Wenn es sich für einzelne Unternehmen nicht rechnet, müssen sie ihr Geschäft nicht länger offen halten. Diese Entscheidung sollte aus meiner Sicht in einer Marktwirtschaft den einzelnen Unternehmen überlassen bleiben, die Vor- und Nachteile direkt bewerten können, nicht aber der Politik.

Mit freundlichen Grüßen

Patrick Welter, Handelsblatt-Redaktion
Ressort Wirtschaft und Politik

Sehr geehrter Herr Blömer,

im Auftrage von Frau Ursula Engelen-Kefer möchte ich mich recht herzlich bei Ihnen für die Übersendung Ihres Kommentars zu der aktuellen Debatte über die Ladenöffnungszeiten bedanken.

Es ist einfach wohltuend, differenzierte Meinungen zu lesen. Wir haben bereits von mehreren kleinen und mittelständischen Einzelhandelsgeschäften erfahren, daß sie verlängerte Ladenöffnungszeiten ablehnen. Hierfür gibt es gute Gründe. Am meisten wird befürchtet, daß diese Betriebe dann dem Wettbewerb mit den Kaufhauskonzernen nicht mehr standhalten können.

Sie können sicher sein, daß wir diese Positionen in unseren Gesprächen mit Politikerinnen und Politikern einbringen werden. Wir werden Ihren Kommentar auch an die Gewerkschaft HBV weiterleiten.

Mit freundlichen Grüßen

Maria Kathmann, DGB Bundesvorstand

i+fc Nachrichten

Kleffel+Aye lädt zur Hausmesse nach Nürnberg

Um photokina-Neuheiten und bewährte Produkte aus dem Sortiment der Industriepartner geht es bei der nächsten Hausmesse, zu der Kleffel+Aye für den 10. November ins Hotel Novotel-West nach Nürnberg einlädt. Auf rund 400 Quadratmetern Ausstellungsfläche werden neben digitalen und analogen Kameras auch die Themen Bildaufmachung, Aufnahmezubehör, Wiedergabe und Labor präsentiert. Kameras sind dabei für die Aufnahmesysteme Kleinbild, Mit-

Werden Sie noch heute LEXAR Händler!

Der schnelle DIGITAL FILM

Smart Media, CF, PC-Karten, Adapter, Zubehör

- Spitzenqualität vom Markenhersteller
- Günstiger Lexar CF-Leser
- Exklusive Leistungsmerkmale

Erfragen Sie Preise und Ihre Konditionen:

JOB0
Labortechnik
Tel. 02261 / 545-70
Fax. 02261 / 545-42
h.c.kaiser@jobo.com
www.lexarmedia.com

LEXAR Media

JOB0 FOR YOUR BEST IMAGE

tel- und Großformat zu sehen. Nikon ist darüber hinaus mit einem „Kamera-Check“ vertreten. Das Novotel ist unter anderem über die A 73, Ausfahrt Poppenreuth, zu erreichen.

Amazon bietet jetzt auch alles rund um's Foto

Amazon zählt zu den führenden internationalen Buchshops im Internet. Auf der deutschen Website bietet das Unternehmen neben Büchern auch CD's und Videospiele sowie Videos und DVDs und neuerdings auch Software und Computerspiele. Amazon.com in den USA bietet auf



der Seite Camera & Photo alles rund um analoge und digitale Fotografie. Fachhändler haben zudem die Möglichkeit, ein Patenprogramm mit Amazon zu starten. Ob es diesen Service in naher Zukunft auch in Deutschland geben wird, bleibt abzuwarten.

Fototasche im Lederhosen-Design

Für die Freunde spontaner Spaßfotografie, beispielsweise mit der Original Lomo Kamera oder dem bunten Action Sampler, hat PhotoClassics eine Fototasche im Lederhosen-Design ins Pro-



gramm genommen. Die Tasche präsentiert sich stilecht bayuwarisch mit einem aufgenähten Edelweiß und wird vor dem Bauch getragen. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 29,50 DM.

Hedler stellt neue Halogen- und Taglichtleuchten vor

Hedler hat auf der photokina fünf neue Halogen- und drei neue Daylux Taglichtleuchten unterschiedlicher Lei-



Hedler H 25 mit Vier-Klappen-Rahmen

stung vorgestellt. Halogenleuchten von 3.200 K gibt es bis zu einer Leistungsaufnahme von 1.250, 2.000 und 2.500 Watt, die Daylux Modelle stehen in Ausführungen für 5.600 K Metallhalogen Kurzbogenlampen mit 200, 400 und 575 Watt zur Verfügung. Alle heißen einfach nur Hedler, ergänzt durch ei-

nen Buchstaben: H für Halogen, D für Daylux. Zur Unterscheidung der Modelle dient eine Zahl, die zugleich Hinweis auf die Leistung gibt. Diese Leuchten der jüngsten Generation lösen die Profi-Modelle vom Typ Primalux oder Profilux ab. Sie sind in Metallgehäusen von rechteckigem Grundriß untergebracht und weisen einen ergonomisch integrierten Handgriff, Uni-Adapt, Systemanschluß für Wechselreflektoren, beleuchtete Schalter sowie Schwenkbügel mit Scheibenbremse und einen 5/8"-Stativanschluß auf. Der Schwenkbügel ist für Schwerpunktausgleich, Rechts- und Linkshandbedienung verstellbar. Die Daylux Modelle und drei der neuen Halogenlampen können mit Eingangsspannungen von 100 bis 250 Volt betrieben werden.

Hensel Contra E Fly für die digitale Studiofotografie

Das neue Contra E Fly von Hensel Studioteknik wurde vor allem für die digitale Paßbild- und Internetfoto-

CREATIVE FINEPIX 4900 Z





grafie entwickelt. Dort kommen häufig einfache Digitalkameras zum Einsatz, die sich nur in engen Grenzen abblenden lassen. Blitzgeräte mit 250 Ws sind für deren empfindliche Chips in vielen Fällen bereits zu stark. Hensel Contra E Fly verfügt über 100 W Einstelllicht. Die Blitzleistung lässt sich über drei Blenden regeln. Anders als bei Aufsteckblitzen steht bei dem Gerät das gesamte Lichtformerprogramm der Contra Serien zur Verfügung. Dazu gehören 7"- und 9"-Reflektoren ebenso wie Softboxen oder Reflexschirme.

Neue Generortypen von Multiblitz

Multiblitz hat auf der photokina die neuen Magnolux Studioblitz-Generatoren vorgestellt. Sie sind kompakt und stehen in drei Versionen in den Leistungsklassen 1.200, 2.400 (mit zwei



Leuchtenanschlüssen) und 3.600 Ws (mit drei Leuchtenanschlüssen) zur Verfügung. Die Geräte bieten symmetrische und asymmetrische Lichtverteilung sowie unabhängige, stufenlose Regelung der Blitzenergie auf verschiedenen Kanälen. Dabei sind jeweils fünf Blenden einstellbar. Zwei digitale Displays und Darstellung der Leistung in 1/10-Werten sind weitere Merkmale der neuen Magnolux Generatoren. Darüber hinaus sind die Geräte mit 650 W Halogen-Einstelllicht ausgestattet. Beleuchtete Bedienelemente gewährleisten sicheres Arbeiten auch im dunklen Studio. Mit sehr schnellen Abbrenn- (ab 1/2.000 Sekunde) und Ladezeiten (ab 0,3 Sekunden) bieten sich die neuen Multiblitz Generatoren besonders für die People- und Modelfotografie an.

Durch ihre konstante Stabilität eignen sie sich aber auch für die digitale Fotografie. Die Reduzierung der Energie erfolgt ohne Abblitzen. Passend zu den Magnolux Generatoren gibt es bei Multiblitz auch neue Lichtformer, einen Ringblitz und einen Stufenlinser.

POWER

DIGITAL. ERSTE WAHL. DIE NEUE FINEPIX 4900 Z: MIT HOCHAUFLÖSENDEM SUPER CCD, OPTISCHEM 6FACH-ZOOM, ELEKTRONISCHEM SUCHER, 160 SEK. VIDEO-AUFZEICHNUNG SOWIE MANUELLER STEUERUNG VON ZEIT/BLENDE. UND VIELEN WEITEREN HIGHLIGHTS – FÜR KREATIVITÄT OHNE KOMPROMISSE.



FUJIFILM

digital
Tools for the Imagination.

www.fujifilm.de



Neues Geschäft mit digitalen Bilddienstleistungen

Fotomarkt
Internet

Archivierung, Verwaltung und Auftragsabwicklung von digitalen Fotos im Internet gehörten zu den zentralen Themen auf der photokina. Auch Fujifilm und Kodak stellten in Zusammenarbeit mit ihren Großlabors neue Services in Sachen digitale Bildbearbeitung vor; Agfa arbeitet in diesem Bereich mit Partnern zusammen. Viele Start-up-Unternehmen haben sich auf Bilddienstleistungen im World Wide Web spezialisiert.



Fujifilm strebt eine Zukunft an, in der Print@Fujicolor zu einem universal verfügbaren Service wird.

imaging+foto-contact berichtete bereits in der letzten Ausgabe ausführlich über den neuen Online-Service von Agfa. Seit dem Start auf der PMA 1999 in Las Vegas hat Agfanet sein Serviceangebot ständig ausgebaut. Der Club Ber-

telmann hat als erster Großkunde der Oldenburger Laborgruppe CeWe Color dessen Online Print Service in sein Angebot aufgenommen (siehe ifc 10/2000). Die Online-Bilderdienste häufen sich. Während einige Anbieter den Weg über

den Fotohandel umgehen, zeichnen sich – wenn auch noch nicht ganz ausgefeilt – Tendenzen zu Kooperationen ab. Welche Vertriebswege sich durchsetzen werden, bleibt abzuwarten.

Print@ Fujicolor

Fujifilm präsentierte auf der photokina das Konzept für einen neuen Online-Printservice als Teil des FDI-Programms (Fujifilm Digital Imaging). Über Print@Fujicolor können die Anwender von zu Hause aus mit Hilfe eines Internet-Uploads ihrer digitalen Bilder Fujicolor-Prints bestellen. Print@Fujicolor ist eine globale Initiative und wird sich den Kunden mit dem Werbeslogan „Get Fujicolor Prints over the Net“ präsentieren. Geplant ist, einen Zugriff auf diesen Service von den Homepages zahlreicher kooperierender Unternehmen aus zu schaffen, nicht nur von den Fujifilm-Webseiten.

Teile des Print@Fujicolor-Services werden bereits in einigen Ländern Europas von zu Fujifilm gehörenden Zentral-labors angeboten. Fujifilm strebt nach eigenen Aussagen eine Zukunft an, in der Print@Fujicolor zu einem universal verfügbaren Service wird. Print@Fujicolor ist eine globale Initiative. Für Bestellungen in Deutschland stellt Fujifilm in Zusammenarbeit mit seiner



Bei Eurocolor gab es ein BMW-Zweirad zu gewinnen

Neben vielfältigen Informationen zur Produktpalette, bei denen natürlich die digitalen (Internet-)Dienstleistungen im Mittelpunkt standen, bot Eurocolor den Fachbesuchern des Standes auf der photokina die Teilnahme an einem Gewinnspiel an. Unter allen Teilnehmern ermittelten Dorothe Riemann (r.), Marketing und Vertrieb Eurocolor, und ihre Mitarbeiterin Annette Barns insgesamt 52 Gewinner. Der Hauptpreis, ein überdachtes BMW C1 Zweirad, ging an Daniela Christen (Fa. Blessing, Pfullingen), über den Gewinn einer Digitalkamera Fujifilm FinePix 4700 konnte sich Ulf Gervelmeier (Photo+Medienforum, Kiel) freuen. Beide Preise präsentierten sich in exklusivem Airbrush-Design. 50 Fujifilm FinePix 4700 Nachbildungen aus Marzipan gingen an Eurocolor-Kunden aus Deutschland, Dänemark, Schweden und Frankreich.

Tochter Eurocolor den Service Fujicolor-order.net im Internet zur Verfügung. Dort können rund um die Uhr „Echte Fotos von digitalen Bildern“ bestellt werden. Die Auslieferung der Fotos erfolgt entweder über einen der 2.600 registrierten Händler oder per Postversand – je nach Wunsch des Kunden. Bezahlt wird bei Abholung des Auftrages im Handel oder beim Postversand per Rechnung bzw. Überweisung. Gleich welchen Fujicolor Digital Service der Kunde nutzt, er erhält in jedem Fall eine kostenlose und persönliche Fujicolor Digital Kundenkarte. Der Vorteil der Karte ist, daß der Kunde nur einmal seine persönlichen Daten (Name, Anschrift, E-Mail) angeben muß. Mit der Nutzung der Kundenkarte sind die Daten bei jedem Auftrag verfügbar. Dadurch wird die Auftragsabgabe wesentlich erleichtert.

Print@Kodak

Auch Kodak präsentierte auf der photokina einen neuen Internet Bilderservice. Dabei muß der Anwender weder eine Internet-Software auf seinen PC herunterladen, noch sich als Kunde registrieren lassen.

Der Print@Kodak Service kann auch über die Adobe Active Share Software und die Version 5.0 der Kodak Picture Easy Software aktiviert werden. Beim Anklicken des Print@ Kodak Buttons, der sich im Internet auf der Kodak



Wunsch von Kodak ist es, den Print@Kodak Service auch auf der händler-eigenen Homepage anzubieten. Dabei öffnet sich nach Anklicken des Print@Kodak Buttons ein Fenster, über welches man die gewünschten Bilddateien in ein Bestellformular laden kann.

Homepage befindet und zukünftig – so der Wunsch von Kodak – ebenso auf der Homepage der Fotohändler stehen wird, öffnet sich ein Fenster, über das man die gewünschten Bilddateien in ein Bestellformular laden kann. Danach erscheinen die Bilder auf dem Monitor, und man kann nun die gewünschten Bildgrößen und die Anzahl der Bilder eingeben. Nach Eingabe der persönlichen Daten wird der Auftrag verschickt. In der ersten Phase der Service-Einführung bekommt der Verbraucher seine Bilder per Post nach Hause geschickt, in der zweiten Phase wird sich dem Anwender auch die Möglichkeit bieten, die Bilder beim Händler (am besten um die Ecke) zu bestellen, sofern sich dieser an den digitalen Dienstleistungen von Kodak beteiligt.

Darüber hinaus möchte Kodak den Verbrauchern schon bald die Möglichkeit eröffnen, eigene Bilder digitalisiert am Fernseher zu Hause zu betrachten, an Freunde zu verschicken bzw. Bestellungen von Farbprints bei Laboren aufzugeben. Damit wären viele attraktive Möglichkeiten der Internet Bildanwendungen auch ohne PC einfach per heimischen Fernseher zugänglich. Bei der Entwicklung eines interaktiven Dienstleistungsangebots über TV-Kabelkanal arbeitet Kodak in Nordamerika mit der Firma Scientific Atlanta zusammen. Den ersten Feldversuch will Kodak im Herbst in Kanada starten.

Auf der photokina zeigte Kodak außerdem eine interessante Projektstudie: Bilder, die Verbraucher im Photo Net Online Service stehen haben, werden in Zukunft auch über ein WAP-Handy abrufbar sein. Damit wird man Bilder so einfach wie SMS-Nachrichten verschicken können.



Kodak Labore forcieren die Digitalfotografie

Der weitere Ausbau der fünf Bilderlinien, mit denen die Kodak Labore weiterhin im Kampf gegen den Preisverfall antreten, war eines der Schwerpunktthemen der Kodak GmbH auf der photokina. Hier soll zukünftig die klare Kommunikation des Markennamens in Richtung Verbraucher fortgesetzt werden. Der zweite Schwerpunkt lag bei Angeboten rund um die Digitalfotografie, die die Kodak GmbH forcieren will. „Wir wollen sicherstellen, daß die Anwender ihre digitalen Medien einsetzen“, betonte Gunter Plapp, Marketing Manager Digital, Geschäftsbereich Consumer Imaging, Kodak GmbH (Bild oben). Dazu gibt es nach Plapps Ausführungen neben dem klassischen Print von digitalen Quellen noch zahlreiche weitere Möglichkeiten: Die Bildbearbeitung am PC, die über CDs erleichtert werden kann, der Bildversand über das Fernsehgerät mit Hilfe von Set-Top-Boxen und die Bildübermittlung über Telefone, deren Bedeutung spätestens mit dem neuen Übertragungsstandard UMTS deutlich steigen wird. Ausgebaut wird schließlich auch das Serviceangebot Print@Kodak: Hier wird der Handel jetzt wesentlich stärker miteinbezogen. Unter anderem bietet das neue Konzept dem Kunden auch die Möglichkeit, die per Internet bestellten Fotoarbeiten bei einem Kodak Händler abzuholen.

Fortsetzung auf Seite 48

Fortsetzung von Seite 47

Phactum

Unter dem Motto „Sie machen die Bilder, wir den Rest“ richtet sich das Start-Up-Unternehmen Phactum AG an Amateurfotografen und im Direktvertrieb an Fotofachgeschäfte, die ein Digitalprint-Angebot haben oder planen – z. B. Digilab- oder Minilab-Betreiber.



Phactum richtet sich an Amateurfotografen und im Direktvertrieb an Fachgeschäfte, die ein Digitalprint-Angebot haben oder planen.

Der Kunde erhält von Phactum eine spezielle Software, den e-Photo-Assistent (e-pa). Damit können die Bilder von der Kamera in den PC transferiert und dort bearbeitet werden. Die Speicherung der Bilder geschieht über e-Photo-Base, eine internet-basierende Datenbank. Von dieser kann das Material jederzeit abgerufen und genutzt werden. Über ein individuelles Paßwort ermöglicht der Anwender seinen Gästen via Internet einen virtuellen Besuch seiner Foto-Ausstellung. Auch der Print-Service kann online ausgewählt werden. Die fertigen Prints kann sich der Anwender direkt nach Hause schicken lassen oder bei dem mit Phactum kooperierenden Händler abholen. Phactum ist bestrebt, die Kooperation mit dem Fachhandel auszubauen. Eine Zusammenarbeit könnte beispielsweise so aussehen, daß Phactum dem Händler die technischen Möglichkeiten der Bildarchivierung und Verwaltung zur Verfügung stellt und der Händler unter seinem Logo die Bilderdienste anbietet.

Sony Print Service

Auch Sony bietet einen eigenen Print Service, der ebenfalls erstmals auf der photokina präsentiert wurde. Der Ser-

vice arbeitet unabhängig vom Fachhandel. In Zusammenarbeit mit dem Schweizer Fotolabor Colorplaza Ltd. liefert Sony Papierbilder im Format 10 x 15, 13 x 18, 15 x 22 und 20 x 30 cm. Zudem können Poster, T-Shirts, Mouse-Pads mit persönlichem Motiv und die Fotos auf CD-ROM über Sonys Digital-Imaging Portal geordert werden. Für den „Upload“ der Bilder vom

heimischen Rechner auf den Sony-Server steht auf der Website ein kleines Programm zur Verfügung. Der Service ist seit Mitte September in Deutschland, Frankreich, Spanien, Italien und den Niederlanden verfügbar. Seit Ende September kann der Print Service

auch in Dänemark, Finnland, Schweden und Norwegen genutzt werden.

Pixelnet

Die Pixelnet AG hat ihren digitalen Fotoservice um ein Bilddatenbankarchiv erweitert. Der Pixelnet-Kunde kann darin seine Fotoalben verwalten, Bilder aus den Alben an Freunde verschicken oder ihnen einen Zugang zum Fotoalbum ermöglichen. Herzstück des Internet-Bilderdienstes von Pixelnet ist die Bildbearbeitungs- und Übertragungssoftware p2p. Mit ihr können die digitalen Bilder sowohl bearbeitet als auch übermittelt werden. Die Übertragung erfolgt mittels FTP-Software. p2p verbindet den Kunden direkt mit dem Pixelnet-Labor. Nach Aussage des Unternehmens garantiert dieses geschlossene System dem Kunden mehr Sicherheit als vergleichbare of-

fene Systeme. In den nächsten zwei Monaten wird das Bildarchiv um weitere Funktionen ergänzt und an den bestehenden Web-Shop angebunden, so daß Fotoarbeiten direkt aus Alben in Auftrag gegeben werden können. Bis Ende des Jahres soll außerdem ein Online-Bildbearbeitungsprogramm zur Verfügung stehen. Bis 2002 rechnet Pixelnet mit 14 Millionen Bildern in ihrer Bilddatenbank.

eBaraza

eBaraza Corporation ist nach eigenen Aussagen die erste pan-europäische Photo Sharing Community. Neben dem Firmensitz in Zürich ist das Unternehmen auch in London und Düsseldorf vertreten. Weitere Zweigstellenöffnungen sollen folgen. eBaraza bietet den Online-Usern die Möglichkeit, ihre digitalen Bilder zu archivieren und zu bearbeiten. Mit der Erstellung eines kostenlosen Benutzerkontos kann der Anwender digitale Bilderalben erstellen. Die Bilddateien werden hierbei vom eigenen PC mittels Internet Browser, als E-Mail-Anlage oder mit der Gratis Software „eBaraza Viewer“ in das Album transferiert. Dort können die Fotos dann sortiert und mit Titeln versehen werden. Per individuellen Code bietet sich Freunden und Verwandten von allen Orten der Welt die Möglichkeit, die Bilder zu betrachten oder von den gewünschten Motiven Prints anzufordern. Im Oktober dieses Jahres hat eBaraza zudem einen speziellen Service für Fotografen im Angebot. Zum einen arbeitet das Unternehmen mit einem Pool von Fotografen, die über eBaraza für bestimmte Events und Festivitäten eingesetzt werden. Auf



Pixelnet rechnet bis zum Jahre 2002 mit 14 Millionen Bildern in ihrer Bilddatenbank.



Bild links: Neben Photo Sharing bietet eBaraza seit Oktober einen speziellen Service für Eventfotografen. Bild rechts: Pixum versteht sich in erster Linie als Spezialist für kostenlose Online-Alben.

diesen Veranstaltungen verteilt der Fotograf Flyers mit einem Acces-Code für das jeweilige Fest. Interessierte Gäste können darauf schon am nächsten Tag über den Code die Fotos im Internet abrufen. Zum anderen können Eventfotografen über eBaraza eine digitale Verkaufsplattform anbieten. In diesem Fall setzt der Fotograf für jeden Event selbst die Preise für die Fotoabzüge fest. eBaraza kümmert sich dabei um die Entwicklung der Prints. Die bestellten Fotos werden durch Kooperationsverträge – in Europa mit CeWe Color – auf Agfa Papier hergestellt und binnen vier Tagen an die Adressaten verschickt. Das Copyright bleibt hierbei beim Fotografen.

Pixum

Pixum zählt ebenfalls zu den jungen Unternehmen im Markt und startete nach eigenen Aussagen mit dem Ziel, der führende Anbieter von Online Photo Services in Europa zu werden. In erster Linie versteht sich Pixum als Spezialist für kostenlose Online-Alben. In diese lassen sich Fotos über Web Browser hochladen, um dann archiviert zu werden. Jedes Bild kann betitelt und zusätzlich beschrieben werden. Somit bietet sich auch bei Pixum für Freunde und Familie der Zugriff auf ein kommentiertes Fotoalbum. Zudem können die Bilder auch einzeln als Grußkarten versendet werden. Auch Pixum bietet einen Print-Service, auf den neben dem Anwender dessen Freunde und Verwandte zurückgreifen können. Wenn der Nutzer dies nicht möchte, so kann er ungewollte Gäste auch wieder ausladen, also den Zugang zum Album untersagen. Der Print Service von Pixum wird zur Zeit nur in Deutschland

angeboten, doch soll eine Erweiterung in andere europäische Länder zeitnah folgen. Neben diesem B2C Konzept verfügt die Pixum AG über ein umfangreiches Partnerprogramm, wel-

ches anderen Unternehmen die Funktionalität des Online Photo Services zur Verfügung stellt. Auf Wunsch kann die Pixum AG innerhalb weniger Tage diese Serviceleistungen erstellen. miz

V-Dia stellte Internetangebot www.photouniverse.de vor

Auch bei V-Dia standen die Themen Digitalfotografie und digitale Bilder im Mittelpunkt des photokina-Auftritts. So präsentierte das Laborunternehmen seinen Kunden zahlreiche Serviceleistungen unter dem Motto „von analog zu digital“. Hier wurde über Image CD und Kodak Picture CD ebenso informiert wie über Bilder-Diskette und Profi-Photo CD. Auch die verschiedenen Möglichkeiten, „Echt-Fotos“ aus digitalen Daten zu produzieren, wurden von den V-Dia-Experten aufgezeigt. Bevorzugte



Gesprächsthemen waren hier beispielsweise Bilder vom Originaldatenträger, vom Digital-Terminal und via Internet. Weiterhin wurden eigenständige Organisationsmittel gezeigt, die den Marktauftritt der V-Dia-Kunden unterstützen und deren digitale Kompetenz unterstreichen sollen. Alternativ zu diesen Taschen bietet das Laborunternehmen auch Digital-Aufkleber für vorhandene Auftragstaschen an. Für den entsprechenden Marktauftritt stehen den Kunden vielfältige PoS-Werbemittel zur Verfügung. Schließlich nutzte V-Dia die photokina, um das neue Internet-Angebot www.photouniverse.de vorzustellen. Dabei handelt es sich um eine Plattform, die das Labor und seine Handelspartner gemeinsam zur Erschließung neuer Zielgruppen nutzen können.

CeWe Color Belgium S.A., die belgische Vertriebsgesellschaft der größten konzernunabhängigen Fotolaborgruppe Europas, blickt in diesen Tagen auf ihr 25jähriges Bestehen zurück. Gefeierte wurde das Jubiläum Mitte September in Brüssel. Dort begrüßten Hubert Rothärmel, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Gruppe, und Peter Vanderwijngaerden neben Geschäftspartnern und Mitarbeitern aus dem In- und Ausland auch Vertreter der Fachpresse.

CeWe Color feiert in Belgien das 25jährige

Von Beginn an blickte Firmengründer Heinz Neumüller auf neue Märkte, zunächst insbesondere in den westlichen Nachbarstaaten. So begann CeWe Color im Jahr 1975, vier Jahre



Hubert Rothärmel, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Gruppe

nach dem erfolgreichen Markteintritt in Holland, auch den belgischen Markt zu bearbeiten. Dabei begann das Engagement mit „einem Mann, einem alten Auto und einer Kiste voller Bildertaschen“. Der Mann heißt Daniel Hubrecht und ist heute Verkaufsleiter in Belgien. Er begann am 15. September 1975, Auftrags-taschen an Fotohändler zu verteilen, die Taschen samt Filmen wieder einzusammeln, diese in die Firmenzentrale nach Oldenburg zu bringen und sie anschlies-

send auch wieder an seine Kunden auszuliefern.

Heute werden die Bilder für die belgischen Handelspartner in den Laborbetrieben in Oldenburg, Mönchengladbach und Lille geprintet. Täglich beliefert CeWe Color 700 Geschäfte, die inzwischen für einen Marktanteil von über 20 Prozent sorgen und CeWe ein jährliches Wachstum im zweistelligen Bereich bescheren.

In seiner Begrüßungsrede erinnert Hubert Rothärmel zunächst an die Anfangszeit der Aktivitäten in Belgien. Er sprach



George Brys, Hauptgeschäftsführer der Agfa Gevaert AG



Greta de Bolle gehört mit ihrem Fotogeschäft in Dervuren seit 25 Jahren zu den Kunden der CeWe Color Belgium S.A. Daniel Hubrecht, CeWe Verkaufsleiter in Belgien, bedankte sich mit einem Präsent für die Treue.

Daniel Hubrecht seinen besonderen Dank für das langjährige Engagement aus und bedankte sich auch bei den Handelspartnern für ihr Vertrauen. An der Feierstunde nahm unter anderem Greta de Bolle teil, die mit ihrem Fotogeschäft in Dervuren zu den CeWe Color Kunden der ersten Stunde zählt. Ebenfalls zu den Partnern der ersten Stunde zählt die Agfa-

www.fotomarktplatz.de

Gevaert AG. Das belgisch-deutsche Unternehmen stand CeWe Color schon 1975 als beratender Partner zur Seite. Heute bearbeiten beide Unternehmen gemeinsam viele europäische Märkte und entwickeln zusammen neue Technologien. Einzelheiten zu diesen Themen

präsentierte George Brys, Hauptgeschäftsführer bei Agfa, der als Gastredner eingeladen war.

Brys unterstrich die gute Zusammenarbeit mit der Fotolaborgruppe. Anschließend führte er aus, wie die digitale Fotografie neue Märkte und neue Chancen schafft und wie CeWe Color, Agfa und die Handelspartner gemeinsam von der Entwicklung profitieren können.

Brys stellte besonders die Qualitätsverbesserungen, zusätzliche Dienstleistungen und die Möglichkeit heraus, die das World Wide Web mit Angeboten wie PhotoWorld und Agfanet bringt.



Peter Vanderwijngaerden, Geschäftsführer der CeWe Color Belgium S.A. Fotos: hepä

Tägliche Lieferung an 700 belgische Geschäfte

Gutes wird ...



Agfa MSP-Technologie

mit **Dimax** noch besser!



* digital optimiert

Bessere Bilder für bessere Geschäfte.

Mit Agfa DIMAX bekommen Ihre Kunden

- + digital optimierte Bildqualität
- + mehr Details und kräftigere Farben
- + fühlbar und sichtbar bessere Bilder
- + **NEU:** noch hochwertigeres Papier
- + **NEU:** goldener Rückseitendruck

- Das sorgt bei Ihnen automatisch für
- + deutlich mehr Profilierung im Markt
- + spürbar höhere Kundenzufriedenheit
- + messbar größere Nachfrage und
- + kräftig wachsende Profite

Fordern Sie das neue Werbemittelpaket an!

Agfa **DIMAX** **Print**

*Sehen Sie den digitalen Unterschied**

AGFA 

Agfa DIMAX-Technologie

Panasonic präsentiert multifunktionale Digitalkamera

Einstieg in die 3-Megapixel-Klasse

Panasonic stellte zur photokina in Köln das neue Topmodell unter den Digital Still Cameras des Unternehmens vor.

Die PV-DC3000 bietet eine Auflösung von 3,3 Megapixeln und speichert die Bilder wahlweise auf MultiMedia- oder SD Memory Card ab.

Der Autofocus des neuen Digital-kameramodells sorgt für eine automatische Scharfstellung im großen Bereich von zwölf Zentimetern (Makro) bis Unendlich. Die Kamera ist mit einem optischen Zweifach-Zoom (F:2,9-4) entsprechend einer Brennweite im Kleinbildformat von 32 bis 64 mm und zusätzlichem digitalen Dreifach-Zoom ausgestattet.

Abgesehen von ihrem Einsatz in der Fotografie kann die PV-DC3000 aber auch verwendet werden, um bis zu 12 Sekunden andauernde Bewegtbilder inklusive Ton aufzuzeichnen.

Für Kommentare zu gerade aufgenommenen digitalen Standbildern bietet die Kamera eine „Audio Recording“-Funktion, mit der digital mündliche Anmerkungen den Bildern hinzugefügt werden können. Mit Hilfe des eingebauten Lautsprechers kann die Kamera sogar als Diktiergerät eingesetzt werden.

Die Einstellung aller Aufnahme-Funktionen erfolgt über ein Menü im Sucher beziehungsweise über das 1,5 Zoll große LC-Display mit 110.000 Pixeln. Hier kann der Anwender zwischen Optionen wie Selbstaufnahme, Farbab-

gleich, manuelle Blenden- oder Zeitsteuerung und der Betrachtung der aufgenommenen Bilder wählen. Mit der Funktion „Intervall-Aufnahme“ lassen sich bis zu fünf Bilder in Abständen von je einer Sekunde anfertigen.

Gespeichert werden die Bilddaten (wahlweise im JPEG- oder TIFF-Format) entweder auf der im Lieferumfang enthaltenen 16 MB-MultiMediaCard oder der optional erhältlichen SD Memory Card.

Für eine komfortable Bildübertragung ist die Kamera mit einer USB-Schnittstelle ausgerüstet. Mit ihr lassen sich

Bilddaten mit nur einem Knopfdruck zum Beispiels in E-Mails integrieren. Für die Wiedergabe besteht die Möglichkeit der Einbindung der Still-Aufnahmen in eine Slide Show. In der Funktion Multi-Bild werden mehrere Bilder nebeneinander gestellt. Der Audio-/Videoausgang ermöglicht die Betrachtung der Bilder am Fernsehen. Die PV-DC3000 wird voraussichtlich ab November lieferbar sein. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 1.789 DM. höl



Digital-Camcorder mit Leica-Objektiv

Laut Aussage von Panasonic (Stand: August 2000)

präsentiert das Unternehmen mit dem NV-MX300 den kleinsten und leichtesten 3CCD-Digital-Camcorder der Welt. Er stellt das neue Topmodell der e.cam-Serie des Unternehmens dar. Drei 1/4-Zoll-Chips mit je 570.000 Pixeln sorgen für eine horizontale Auflösung von 520 Linien. Als erster Camcorder überhaupt wird die Leistungskraft des NV-MX300 durch ein hochwertiges Leica



Dicomar-Objektiv mit sechsfachem Multicoating unterstützt. Im Foto-Modus wird bei einer Aufnahme, die auf der Speicherkarte abgelegt wird, mit 1,8 Millionen Pixeln fast UXGA-Auflösung erzielt. Für die Datenspeicherung bietet der Camcorder Kartenslots sowohl für MultiMedia- als auch SD Memory Cards. Für die Übertragung von Videos steht ein DV-Ein- und Ausgang zur Verfügung. Der Camcorder ist voraussichtlich ab Anfang Oktober lieferbar und wird 5.999 DM (UVP) kosten.

HP's Digitalkamera-Range

Regine Stachelhaus (Bild), Leiterin Consumer Organisation bei Hewlett Packard, präsentierte auf der photokina die bereits auf der CeBIT 2000 angekündigte Digitalkamera HP PhotoSmart 618. Außerdem stellte das Unternehmen das neue Spitzenmodell HP PhotoSmart 912 vor. Beide Digitalkamera-Modelle sind mit hochwertigen Dreifach-Zoomobjektiven von Pentax ausgestattet. Die HP PhotoSmart 618 erreicht damit eine Brennweite von 34 bis 108 mm, die HP PhotoSmart 912 von 34 bis 107 mm (jeweils verglichen mit dem Kleinbildformat). HP's PhotoSmart 912 ähnelt im Aussehen einer Spiegelreflexkamera, bietet aber aufgrund ihrer digitalen Technik Möglichkeiten, die über die analoge Aufnahme hinausgehen. Sie ist mit einem 2,2 Megapixel-CCD-Chip ausgestattet. Laut Aussage des Unternehmens ist es mit Hilfe der HP Imaging Technology (quasi ein eigenes internes Fotolabor) möglich, eine Leistung zu erzielen, die



der Auflösung einer 3,3 Megapixelkamera entspricht. Wie bei einer klassischen Spiegelreflexkamera kann der Anwender zwischen den Modi manuell, vollautomatisch, mit Blenden- oder Verschlussautomatik wählen. Weitere Features sind eine Farbtiefe von 36 Bit, eine Verschlusszeit von 1/1000 bis 4 Sekunden und ein fünf Zentimeter großes Farb-LCD. Die Kamera ist ab Oktober lieferbar und hat einen Endverbraucherpreis von 1.999 DM. Speziell für Fotoenthusiasten wurde HP's PhotoSmart 618 entwickelt. Sie ist kompakt, intuitiv zu bedienen und bietet eine Auflösung von 2,1 Megapixeln, die mit Hilfe der HP Imaging Technology für qualitativ hochwertige Ausdrucke selbst im A4-Format ausreichend ist. Sowohl die 912 als auch die 618 sind mit einer Infrarot-Schnittstelle ausgerüstet, so daß eine kabellose Übertragung der Bilddaten möglich ist. Die PC- und Mac-fähige Kamera eignet sich als Basis für das heimische Digital-Fotolabor. Sie ist seit Anfang Oktober lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 1.499 DM. Mit den beiden neuen Digitalkameras vervollständigt HP seine digitale Range, zu der bereits die 1,3-Megapixelkamera HP PhotoSmart 215, UVP: 599 DM, und die HP PhotoSmart 315 mit 2,1 Megapixeln zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 799 DM gehören.

Casio-Digitalkamera im Bundle mit Microdrive

Seit Oktober bietet Casio sein 3,3-Millionen-Pixel-Modell, die QV-3000EX/Ir, im Bundle mit dem 340 MB Microdrive von IBM an. „Durch unsere Strategie verknüpfen wir eine Top-Kamera mit einem Top-Speichermedium“, so Ricky L. Stewart (rechts im Bild), verantwortlicher Sales Manager bei der Casio Computer Co. GmbH Deutschland. „Über die konsequente Ausrichtung an den Bedürfnissen der Anwender erhoffen wir uns nicht zuletzt auch ein Ende der Speicherdiskussion.“ Die IBM Microdrive-Festplatte verfügt über eine Speicherkapazität vom 340 MB und ermöglicht bei einer Auflösung von 3,3 Millionen Pixeln die Aufnahme von 245 Bildern – dies entspricht in etwa dem Verbrauch von sieben 36er Kleinbildfilmen. In der niedrigsten Auflösung sind mit 2.045 Aufnahmen sogar noch deutlich mehr digitale Fotos möglich. Die Casio QV-3000EX/Ir wird im Bundle mit dem IBM 340 MB Microdrive ausgeliefert und ist für 1.999 DM (unverbindliche Preisempfehlung) erhältlich. Siegbert Laakmann (im Bild links), Personal Information Systems, Digital Camera, Casio, präsentierte die seit Oktober erhältliche QV-2800UX (2,1 MP/ 8fach-Super-Zoom).



Analog
Digital
Leistungsstark

Zukunftssicher.
Bedienfreundlich.
Individuell.

Erleben Sie Fotografieren mit Metz. Digital oder Analog. Vom preisbewußten Einsteiger- bis hin zum Profi-Stab-Blitzgerät. Ihr Vorteil: durch das intelligente SCA-Adapter-System bleibt Metz Blitz und Zubehör – auch wenn Ihre Kamera wechselt. Mehr Informationen von Metz-Werke, Abteilung MBIF, Postfach 1267, 90506 Zirndorf.



Metz Infos im Internet: www.metz.de

Metz. Immer erster Klasse.

Digitale Werkzeuge für die Übertragung



Agfa macht Bilder mobil

Mit der Digitalkamera CL20 und der CL34 bringt Agfa zwei Digitalkameras mit „Sofort-druck-Funktion“ auf den Markt. Damit führt das Unternehmen seine Strategie fort, den Kunden zur Übertragung von Bildern bedienerfreundliche Werkzeuge an die Hand zu geben.

„Wir bieten unsere Digitalkameras bewußt für das Einsteigersegment an und suchen nicht die Konkurrenz zu den Marktführern. Agfa verfügt über andere sehr erfolgreiche Geschäftsfelder und



Kristin Saus-Opuszyński demonstrierte auf der photokina am Agfa-Stand die beiden neuen Digitalkameramodelle des Hauses.

Kompetenzen. So sorgen wir mit unseren Minilabs, der Internet-Software und unserem starken Partner CeWe Color dafür, daß Bilder für den Verbraucher überall erhältlich werden“, erklärt Kristin Saus-Opuszyński, Produktmanagerin Digital Imaging, Vertriebsbereich Consumer Imaging, die Ziele Agfas auf den Markt der digitalen Fotografie bezogen. In dieses Konzept passen auch die beiden neuen Digitalkameras CL20 und CL34 des Unternehmens, die auf der photokina vorgestellt wurden und mit einer Photo-Print-Taste ausgestattet sind. Über diese Taste lassen sich digitale Aufnahmen direkt in die Software des Agfanet Print Service laden, über die sie für eine professionelle Entwicklung an ein Fotolabor übertragen werden können. Im Videomodus können beide Modelle auch für Live Video-Konferenzen eingesetzt werden. Für eine problemlose Installation und eine schnelle Datenübertragung sind die Kameras mit einer USB-Schnittstelle ausgestattet. Sowohl die CL20 als auch die CL34 werden zusammen mit der Bildbearbeitungssoftware PhotoGenie von Agfa, der Bildverwaltungs-Software PhotoWise 3.0 und dem Programm VideoIm-

pression 1.6 zur Erstellung von PC-Video-Präsentationen ausgeliefert. Die ePhoto CL34 ist mit einem Sucher und einem 18-Zoll-LC-Display ausgestattet und bietet eine optische Auflösung von 1,3 Megapixeln. Der interne Speicher hat eine Kapazität von 2 MB. Zusätzlich Speicherplatz bietet ein Steckkartenplatz für CompactFlash-Karten. Die maximale Videoauflösung der Kamera beträgt 320 x 240 ppi bei 30 Frames pro Sekunde. Die CL34 ist ab Anfang nächstes Jahres lieferbar. Preis: 599 DM (UVP).

Scanner mit buntem Griff

Mit dem SnapScan e20 vervollständigt Agfa das Line Up der E-Scanner-Familie, die nun insgesamt vier Produkte umfaßt. Agfas Software ScanWise sorgt auch bei dem e20 für eine automatische Formatierung der gescannten Bilder für die weitere Verwendung in E-Mails, Bildverarbeitungsprogrammen oder Web-Seiten. Der Scanner bietet eine Farbtiefe von 36 Bit bei einer Auflösung von 660 x 1200 ppi. Die im Lieferumfang enthaltene Agfanet Client-Software ermöglicht es, digitale Bilder via Internet als hochwertige Fotos ausgeben zu lassen. Der e20 ist seit Anfang dieses Monats lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 99 Euro.



Das preiswertere Modell CL20 bietet identische Funktionen, besitzt aber kein LC-Display. Der interne Speicher hat eine Kapazität für vier Bilder mit maximaler Auflösung (1,3 Megapixel mit PhotoGenie) und läßt sich mit CompactFlash-Karten erweitern. Die Kamera wird zum Weihnachtsgeschäft lieferbar sein und soll um die 399 DM (UVP) kosten. höl

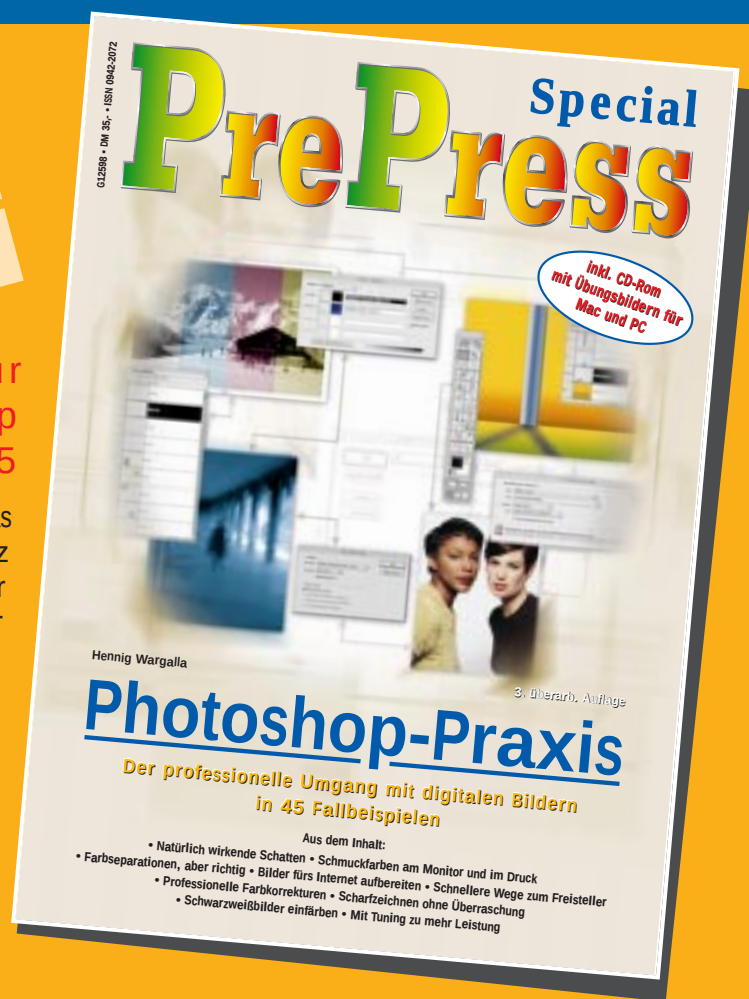
NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT

Inkl. CD-ROM
mit Übungsbildern
für Mac + PC

Für
Photoshop
4.0, 5.0 + 5.5

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

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



Alles in einem Heft!

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

Unterschrift

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

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Name/Firma:

Straße/Nr.:

Plz/Ort:

Telefon/Fax:



Vom Einstiegsmodell bis zur Profikamera

Pentax bietet Digitales für jeden Anspruch



Pentax feierte auf der photokina in Köln die Premiere von gleich zwei neuen Digitalkamera-Modellen. Die EL-200 ist ein kleines, kompaktes Einstiegsmodell, die EL-2000 ist eine leistungsstarke Digitalkamera, die auf klassischer Spiegelreflex-Technologie basiert.

Fotografieren in einer multimedialen Dimension ermöglicht die digitale Spiegelreflexkamera EL-2000 von Pentax. Neben klassischen SLR-Features wie TTL-Messung mit drei verschiedenen Belichtungsmeßarten bietet sie hochwertige elektronische Leistungsdaten. Für die Auflösung steht ein 2/3 Inch großer CCD Chip mit Frame Transfer zur Verfügung, der eine Auflösung von 2,24 Millionen Pixeln bietet. Durch eine Farbtiefe von 12 Bit pro Farbe wird eine natürliche Farbwiedergabe erreicht. Unterstützt wird die Leistung des CCDs durch die neue ASIC- (Application Specific Integrated Circuit) Bildaufzeichnungstechnologie von Hewlett Packard und weitere Elemente der

HP Imaging Technologie. Für die Wahl des passenden Bildausschnitts stehen sowohl ein spiegelreflexartiger Sucher mit Dioptrienanpassung als auch ein TFT- Farb-Display zur Verfügung. Der Brennweitenbereich des 3fach-Zoomobjektivs entspricht 34 bis 107 mm im Kleinbildformat und bietet eine Lichtstärke von F2,5-F3,9.

Präzises Focussystem

Der Autofocus der Kamera kann zwischen Spot- und Bereichsfocus eingestellt werden. Für die manuelle Fokussierung steht ein Bereich von 10 cm bis Unendlich in zehn Schritten zur Verfügung. Makroaufnahmen sind in der entsprechenden Einstellung ab einer Entfernung von 2 cm möglich. Zu den zur Wahl stehenden Belichtungsmeßverfahren zählen Integral-, Spot- und mittenbetonte Messung.

SLR-Features

Weitere Features aus dem Kreativpotential der klassischen Spiegelreflextechnologie sind fünf Empfindlichkeitsstufen von ISO 25 bis ISO 400, fünf Weißabgleichsstufen und sechs Motivprogramme (Standard, Portrait, Landschaft, Makro, Aktion, Nachtaufnahme). Ihre Multimedialität zeigt die Kamera durch die

Möglichkeit, jede Aufnahme mit Ton in einer Länge von 45 Sekunden zu versehen. Durch die Review-Funktion der EL-2000 lassen sich die Aufnahmen mit weiteren Infos vervollständigen. So können Daten in diesem Modus editiert, kategorisiert und mit Suchbegriffen versehen werden. Im Präsentationsmodus lassen sich die Bilder zweifach vergrößern und als Diashow abspielen.



Der Blick auf die Rückseite der Kamera zeigt die bedienerfreundliche und übersichtliche Anordnung der Schalter und Funktionselemente.



Um maximal 90 Grad läßt sich das TFT-Display der EL-2000 verstellen. Auf ihm sind zahlreiche Aufnahmeinformationen wie Batterienzustand, Blitzprogramme, Aufnahmezählwerk oder Verschlussgeschwindigkeit ablesbar.

Die EL-2000 unterstützt die Dateiformate TIFF bei unkomprimierten und Exif (JPEG) bei komprimierten Aufnahmen. Für die Speicherung der Bilddaten stehen Slots für CompactFlash-Karten vom Typ I und II zur Verfügung. Die Übertragung der Bilddaten zum PC kann wahlweise über die USB-Schnittstelle oder kabellos über Infrarot erfolgen.

Die seit September erhältliche digitale Spiegelreflexkamera EL-2000 hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 1.998 DM.

Klein, schick und digital

Die EL-200 vereint die Automatik-Vorzüge konventioneller Kompaktkameras mit moderner digitaler Technologie in einem edlen silber-metallischem Gehäuse. Sie ist mit einem 3fach-Zoom-Objektiv mit einem Brennweitenbereich von 34 mm bis 108 mm (KB-Format) bei einer Lichtstärke von F2.4 bis 4.0 ausgestattet. Speziell für Brillenträger steht am Sucher ein Dioptrienausgleichsbereich zur Verfügung, der von -3 dpt. bis +1 dpt. reicht. Zusätzlich dient das 2 Inch große TFT-Display zur Bildkontrolle.

Der 1/2.7 Inch große CCD liefert eine Auflösung von 2,11 Millionen Pixeln (1.600 x 1.200 Pixel) und gewährt eine Farbtiefe von 10 Bit pro Farbe. Die Kamera arbeitet ebenfalls mit der von Hewlett Packard entwickelten HP Imaging Technology, die konzipiert wurde, um eine natürliche Farbwiedergabe unter nahezu sämtlichen Lichtverhältnissen zu gewährleisten.

Neben einem hochpräzisen Autofocus hat der Anwender der EL-200 die Möglichkeit, individuell zu focussieren, wobei Aufnahmeabstände von 10 cm bis Unendlich möglich sind. Im Makro-modus lassen sich Motive ab einer Entfernung von 10 cm ablichten.

Bei der EL-200 stehen Integralmessung, mittenbetonte Messung und Spotmessung zur Verfügung, um die für das jeweilige Motiv passende Belichtung auswählen zu können.

Automatik-Programme

Drei Motivprogramme (Landschaft, Portrait, Aktion) und drei Programmautomatik-Modi (Programmautomatik, Zeitautomatik und Blendenaufomatik) stehen dem Anwender für die Aufnahme zur Auswahl.

Die Bilddaten der EL-200 können im TIFF- oder Exif-(JPEG) Format komprimiert und auf CompactFlash Karten des Typs I oder II abgelegt werden. Mit der Kamera können sowohl Einzelaufnahmen, Serienaufnahmen und zeitverzögerte Aufnahmen, zum Beispiel für Gruppenbilder mit Fotograf, ausgeführt werden.



Die Pentax EL-200 bietet mit 127,5 (B) x 71,5 (H) x 56,5 (T) mm ein kompaktes Äußeres im designorientierten silber-metallischen Gehäuse.

Weitere Features der Kamera, die die digitale Aufnahme erleichtern, sind ein integrierter Zoomblitz, vier Weißabgleichsstufen für eine kreative Lichtsetzung, die Möglichkeit, jedem Bild bis zu 45 Sekunden Ton hinzuzufügen und Bildwiedergabefunktionen wie Präsentationsmodus und automatische Bildumkehr.

Infrarot

Die EL-200 bietet für die Bilddatenübertragung zum Computer einen USB-Anschluß und eine Infrarotschnittstelle sowie einen Videoausgang für die Betrachtung der Bilder am Fernseher.



Der 2 Zoll große Niedrig-Polysilizium-TFT-Farblcd bietet eine Auflösung von 130.338 Pixeln und läßt sich in der Helligkeit regulieren.

Die seit September erhältliche Digital-kamera hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 1.498 DM. höl

Digitale Spiegelreflex mit Wechselobjektiven

Pentax zeigte auf der photokina einen Prototypen einer digitalen Spiegelreflexkamera, die mit einem Pentax KAF2 Bajonett ausgestattet ist. Mit ihr können alle Pentax K-, KA- und KAF-Wechselobjektive und mit einem entsprechen-



den Adapter 645- und 67-Objektive eingesetzt werden. Möglich wird das durch einen gemeinsam mit Philips entwickelten 6-Millionen-Pixel-CCD, der in der Größe dem Kleinbildformat (35 mm) entspricht. Für die Datenspeicherung steht ein 2fach-Steckplatz für PC Karten Typ I und für CompactFlash-Karten Typ II zur gleichzeitigen Nutzung zur Verfügung. Die Kamera wird mit den Speicherformaten TIFF, JPEG und RAW arbeiten. Sie ist mit einem 2 Inch großen LCD-Farbmonitor ausgestattet und bietet für die Datenübertragung zum Computer eine FireWire-Schnittstelle. Erscheinungstermin und Preis für die bislang namenlose Spiegelreflexkamera stehen noch nicht fest.

Digitale N1

Auf der photokina kündigte Yashica Kyocera eine digitale Variante der bereits Ende Juli vorgestellten Profi-Spiegelreflexkamera Contax N1 an. Auf dem Foto demonstriert Yashica-ProfiStandhilfe Wolf-Rainer Schmalfuss



einen Prototypen. Da die N Digital auf dem analogen Modell N1 basieren wird, können neben den 35 mm N-Objektiven über einen Adapter auch die Objektive der Contax 645 verwendet werden. Da sich die Entwicklung der N Digital im Endstadium befindet, stehen die verbindlichen technischen Daten noch nicht zur Verfügung. Zu den bisher bekanntgegebenen technischen Features zählen ein optischer TTL/SLR-Sucher, Schlitzverschluss, 1/8000 - 32 s, ein 120.000 Pixel TFT-Display, ein 5 Punkt AF (entsprechend N1) und eine Mehrfeldbelichtungsmessung. Als Bildwandler wird ein 6 Megapixel-Sensor zum Einsatz kommen, der das Vollformat von 24 x 36 mm abdecken wird. Zur internen Speicherung der Bilder stehen Slots für CompactFlash Karten Typ I und II sowie für den IBM-Microdrive zur Verfügung. Die Übertragung der Bilddaten erfolgt über eine IEEE 1394 FireWire-Schnittstelle. Zur Speicherung der Bilder stehen die Formate JPEG, RGB TIFF, YCbCr TIFF sowie RAW zur Verfügung. Weitere Informationen zu dem digitalen Spiegelreflexmodell sind für Anfang 2001 vorgesehen, die Markteinführung

soll dann in der ersten Jahreshälfte erfolgen.

Jobo Labortechnik

Am photokina-Stand des amerikanischen Speichermedienherstellers Lexar Media traf unsere Redaktion Johannes Bockemühl (im Bild links), Geschäftsführer Jobo Labortechnik, und Hans Christoph Kaiser, Produktmanager bei Jobo. Seit Anfang letzten Jahres hat die Jobo Labortechnik den Vertrieb der Speichermedien für Deutschland übernommen. Neu im Lexar-Programm sind CompactFlash-Karten 10x USB mit Kapazitäten von 256 und 320 MB und Kartenlesegeräte für CompactFlash- und SmartMedia-



Karten mit USB-Schnittstelle. Darüber hinaus wurde ein Kartenleser für CompactFlash-Karten vorgestellt, der mit einer FireWire-Schnittstelle arbeitet.

Minolta

Mit der Dimâge 2330 Zoom vervollständigt Minolta seine Digitalkamerarange. Sie bietet einen 2,31 Megapixel-CCD, ein Dreifach-Zoomobjektiv und ein modernes Autofocussystem. Die Kamera erleichtert dem Anwender durch eine Programmautomatik, automatischen Weißabgleich und automatische Blitzsteuerung die Aufnahme qualitativ hochwertiger Bilder. Darüber hinaus zeigte Minolta auf der photokina den Dimâge Scan Multi II, der eine erweiterte Version des professionellen Multi-

format-Filmscanners Dimâge Scan Multi ist. Er bietet eine neue Treiber-Software und ist um die Digital ROC- und GEM-Technologie, die eine automatische Korrektur der Farben und eine Reduktion der Körnigkeit ermöglicht, erweitert worden.

Photoshop 6.0

Bettina Glenning (siehe Bild unten), European Product Manager, Graphics bei Adobe Systems Incorporated, stellte auf der photokina die neueste Version der Bildbearbeitungssoftware Photoshop vor. Die 6.0-Version bietet



integrierte Zeichenwerkzeuge für Vektorgrafiken sowie neue Ebenenstrukturen, die mehr kreative Vielfalt bieten. So lassen sich beispielsweise Bildern editierbare Linien, Rechtecke, Ellipsen und Polygone zufügen. Komplexe Formen lassen sich durch die Kombination von Grundformen mit den Befehlen Hinzufügen, Abziehen, Schnittmenge bilden und Schnittmenge entfernen erstellen. Darüber hinaus hat Adobe den Werkzeugkasten für das Web durch zeitsparende, produktionsorientierte Funktionen wie Adobe ImageReady 3.0 zur Abwicklung web-relevanter Aufgaben erweitert. So lassen sich beispielsweise Schaltflächen, Navigationsleisten und andere Web-Elemente schnell und einfach mit den neuen Vektorenzeichenwerkzeugen und Ebenenformaten erstellen. Adobe Photoshop 6.0 wurde so konzipiert, daß die Funktionen schnell erlernt werden können und das umfassende Werkzeug-Set optimal genutzt werden kann.

Erstes Produkt des Image Capturing Device Concept von Ricoh

RDC-i700 – Multifunktionales Werkzeug



„Image Capturing Device“ ist der Konzeptname für Ricohs neue Ausrichtung auf die multimediale, vernetzte Welt. Hinter diesem Konzept steht der Gedanke, daß eine Digitalkamera angesichts der neuen Kommunikationstechniken und -möglichkeiten mehr sein muß, als ein Produkt, das lediglich den chemischen Film durch einen elektronischen Speicher ersetzt hat. Das erste Ergebnis dieser Ausrichtung ist die internettaugliche, multimediafähige Digitalkamera RDC-i700, die am 22. September dieses Jahres von Shozo Kudo, General Manager der Ricoh Personal Products Division, auf der photokina in Köln vorgestellt wurde.

„Die RDC-i700 ist Vorreiter für eine völlig neue Annäherung an das Bild- und Informationsmanagement durch mobile Nutzer, weil sie die Leistungsstärke einer voll ausgestatteten Digitalkamera mit anspruchsvollen Fähigkeiten für das Kommunikations- und Datenmanagement verbindet“, stellte Kudo anlässlich der Premiere des Digitalkameramodells fest. Die vorrangig für den beruflichen Einsatz konzipierte Kamera basiert auf dem Bildkommunikations-Konzept von Ricoh, das Equipment zur Verfügung stellen will, um die Bildverarbeitung noch leistungsstärker zu machen. So ist das neue digitale Flaggschiff nicht nur eine

leistungsstarke Digitalkamera mit einer Auflösung von 3,34 Megapixeln, sondern eignet sich auch zum Aufnehmen und Editieren von Bildern und Texten sowie deren Verbreitung übers Internet. Sie ist mit einem Web-Browser ausgestattet und besitzt diverse Datenmanagementfähigkeiten, mit denen der Benutzer komplette Dokumente erstellen kann, die auf Bildern basieren. Durch eine Reihe neuer Ausstattungsmerkmale und Features hebt sich die RDC-i700 von anderen handelsüblichen Digitalkameras ab.

E-Mail

Mit der RDC-i700 lassen sich mit wenigen Tastendruckten Standbilder, Texte, Bewegtbildaufnahmen und Sprachaufzeichnungen per E-Mail versenden. Für einen schnelleren Versand bietet die



„Eines unserer wichtigsten Unternehmensziele ist es, Produkte zu entwickeln, die verschiedene Funktionen wie Bildaufnahme, -bearbeitung und -versand in einem einzelnen Produkt vereinen, um den Umgang mit Bildern für die Anwender bequemer und effizienter zu gestalten“, sagte Shozo Kudo anlässlich der Präsentation der RDC-i700.

Kamera Speicherplatz für über 50 E-Mail-Adressen. Außerdem verfügt sie über eine Quick Send-Funktion, mit der Bilder, die in der Standbild-Betriebsart aufgenommen wurden, durch Drücken der Quick Send- und anschließend der Send-Taste ver-



In das E-Mail-Menü wird die Adresse des Empfängers eingetragen, die Bilddatei und/oder Text hinzugefügt, und schon lassen sich die Dokumente versenden.

schickt werden können. Um die Übertragungszeiten der Aufnahmen zu beschleunigen, kann der Anwender aus fünf verschiedenen Einstellungen die passende Dateigröße vorherbestimmen.

Ist der Adressat, für den die digitalen Aufnahmen bestimmt sind, mit einem Modem-bestückten Computer ausgestattet, auf dem eine anwählbare Serversoftware installiert ist, können über die Modem-Verbindung direkt Bilder auf diesen PC überspielt werden (upload).

Verbindung zum Web

Durch spezielle Funktionen eröffnet die RDC-i700 den direkten Weg, um Digitalaufnahmen ins Internet zu stellen.



Dafür bietet die Kamera automatische Funktionen für die Erstellung von HTML-Dateien. Die Bilder werden einfach in eine der vorgegebenen HTML-Schablonen integriert und über die FTP-Ladefunktion zur Webseite geschickt. Über den eingebauten Webbrowser kann der Anwender seine Bilder direkt im Internet betrachten oder beispielsweise unterwegs nach Informationen im Netz surfen.

Für die Kommunikation mit Partnern, die weder über einen PC noch über Internetanschluß verfügen, besteht die Möglichkeit, Bilder im „Textmodus“ aufzunehmen und dann an ein Faxgerät weiter zu vermitteln.

Weiterreichende Kommunikationsmöglichkeiten

Die RDC-i700 hat einen Steckplatz für PC-Cards (Typ II) und CompactFlash-Karten, außerdem unterstützt sie bestimmte Karten (Mobiltelefonie, Modem, LAN und ATA), die die Grundvoraussetzungen für weiterreichende Möglichkeiten der Kommunikation und Datenspeicherung bieten.

Die multimediale Digitalkamera bietet einen virtuellen Assistenten (Job Navi-Funktion), der vor allem beruflichen Anwendern, die in ihrem Job immer



Über die Job-Navi-Funktion lassen sich Bilder zum Beispiel für die Schadensregulierung der Versicherung nach einer Vorgabenliste anfertigen und in komplette Dokumente integrieren.

wieder die gleichen Abläufe fotografieren müssen (z. B. Schadensermittlung für Versicherungen), nützlich sein wird. Mit der Job Navi-Funktion lassen sich Fotos in einer vorher bestimmten Reihenfolge ablichten und von der Kamera weiterverwalten.

Auf der mit der Kamera ausgelieferten Software-CD befinden sich zu diesem Zweck Vorlagen im Microsoft Word- und Excel-Format. Mit ihnen erstellt der Anwender eine Image Capture-Guide Liste, die er anschließend an die Kamera überträgt. Der Anwender folgt dann beim Fotografieren der in die Kamera geladenen Liste und überträgt sie danach zum Computer. Dort werden die Aufnahmen automatisch in das Vorlagendokument eingefügt, das sich als endgültiges Dokument automatisch



Mit der FTP-Ladefunktion können erfaßte und in HTML-Schablonendateien integrierte Aufnahmen direkt ins Internet geladen werden.

aufbaut. Mit Hilfe des virtuellen Assistenten lassen sich auch automatisch HTML-Dateien erzeugen. Dazu werden die betreffenden Bilder ausgewählt und in die HTML-Vorlage eingeführt.

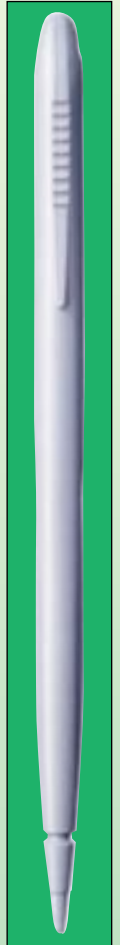
Präsentationen

Auch für die Erstellung von aussagekräftigen Präsentationen gibt Ricoh's Digitalkamera den Anwendern das passende Werkzeug an die Hand. Nach dem Erfassen der Aufnahmen, die für die Präsentation verwendet werden sollen, werden die Bilder editiert, die gewünschten Dateien aus dem Speicher ausgewählt und die Reihenfolge und Zeit der Wiedergabe festgelegt.

Diese kann dann entweder über den Monitor der Kamera selber erfolgen oder auf einem angeschlossenen Fernseh Bildschirm (PAL oder NTSC).

Großer Monitor

Die Kamera verfügt über einen 3,5"-großen LCD-Monitor, der eine gute Übersicht bietet. Er ist mit einer Touch-Screen-Funktion ausgestattet und erleichtert die Beurteilung der aufgenommenen Bilder und die Dateieingabe. Die Kamera wird zusammen mit einem Stift ausgeliefert, mit dem Anmerkungen, Notizen und sonstige Informationen handschriftlich mittels der Werkzeugpalette eingefügt werden können. Als Alternative steht eine virtuelle Tastatur zur Verfügung, die auf dem Monitor eingeblendet werden kann. Es besteht die Möglichkeit Ordner anzulegen, mit denen die Bilder des Anwenders verwaltet und geordnet werden können. Die RDC-i700 ist mit dem Explorer Plug-In für Windows und einem Software-Paket (RDC-700 Mounter) für den Mac ausgerüstet. Nach der Installation des jeweiligen Programms auf dem PC läßt sich die Kamera verwenden, als sei sie ein Diskettenlaufwerk des Computers.



Hochwertige Digitalkamera

Die Grundvoraussetzung für den multimedialen Einsatz der RDC-i700 wird durch ihre leistungsfähige Digitalkamerafunktion geschaffen. Sie ist mit einem 3,34-Megapixel-CCD ausgestattet, der Bilder mit Auflösungen von bis zu 2048 x 1536 Pixeln ermöglicht. Das optische Dreifach-Zoomobjektiv bietet eine Brennweite von 35 bis 105 mm entsprechend dem Kleinbild-Format. Anwendern, die für ihre Bilddokumentation technische Details oder kleine Gegenstände ablichten müssen, können Makroaufnahmen ab einer Entfernung von nur einem Zentimeter ausführen.

Mit der Textaufnahmefunktion lassen sich Schriftdokumente kontrastreich in Schwarzweiß erfassen. Neben der



Demonstrierte bei seinem Besuch in der imaging+foto-contact-Redaktion die bedienfreundliche Menü-Eingabe von Notizen per Stift auf den Monitor der RDC-i700: Dietmar Franken, Leiter der Düsseldorfer Niederlassung Kameras im Digital Solution Center von Ricoh Europe B.V.

Bild- und Textaufnahme ermöglicht die RDC-i700 auch Tonaufnahmen im

WAV-Format sowie Videoaufnahmen mit Ton im AVI-Format (Motion JPEG). Darüber hinaus können auch die Stehbilder mit gesprochenen Kommentaren und Textnotizen versehen werden.

Anwendungsmöglichkeiten

Gerade im beruflichen Sektor finden sich für Ricoh's multifunktionale Kamera zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten. So können Versicherungen oder Baufirmen vor Ort Informationen erfassen und diese direkt an die Zentrale übermitteln. Immobilienmakler oder Einzelhändler fertigen digitale Fotos für die Verwendung in Prospekten, auf Aushängen und Web-Seiten. Geschäftsleute auf Reisen können die Kamera für Präsentationen einsetzen. Mit Hilfe des virtuellen

Assistenten lassen sich Fotoaufträge schneller und effizienter erledigen und



Änderungen kann der Anwender mittels der integrierten Werkzeugpalette direkt den Aufnahmen hinzufügen.

auch große Bildmengen einfach verwalten. Die RDC-i700 wird seit Ende Oktober mit umfangreichem Zubehör wie wiederaufladbarem Lithium-Ionen-Akku, Ladegerät, Tasche, Stift, USB- und AV-Kabel ausgeliefert und kostet um die 2.998 DM (UVP). Die RDC-i700 steht auch für den von Kudo vorgestellten Unternehmensslogan „Image Communication“. Ein Konzept, auf dem auch die übrigen Produkte für die Bildproduktion und die PC-Peripheriegeräte des Unternehmens basieren. höl

Rollei


JETZT
Sie sparen ca.
1.800,- DM
ZUGREIFEN

Rolleiflex 6008 integral Makro-Kit
Das attraktive Kit für alle engagierten
Mittelformat-Fotografen im Alu-Koffer.

bestehend aus:

Rolleiflex 6008 integral kpl. mit

- Faltlichtschacht • Einstellscheibe High-D-Screen
- Wechselmagazin 6x6/120 • Autoladekabel • NiCd-Akku
- Schnellladegerät • Trageriemen • Makrohandbuch

Carl Zeiss Makro-Planar 4/120 mm HFT PQS

mit Gegenlichtblende Baj.-Größe VI

UEVP 9.998,- DM inkl. MwSt.
In limitierter Auflage

ZEISS



Rollei Fototechnik GmbH
Salzdahlumer Straße 196
38126 Braunschweig
Hotline (05 31) 6 80 02 77

Die Welt aus der Nähe betrachtet

Canon Video Round Table-Gespräch auf der photokina

Miniaturisierung, aber nicht auf Kosten der Qualität



Am 19.9.2000 lud Canon im Rahmen der photokina Vertreter der Presse zu einem Video Round Table-Gespräch ein. Im Mittelpunkt stand dabei die neue digitale Camcorder-Range MV3, die zu den kleinsten Produkten ihrer Klasse zählt. Fragen der Pressevertreter wurden von Masaharu Kawamura, General Manager Digital Consumer Products Development Division IV, Canon Inc., und von Wataru Nishioka, Video Products Management Department, Canon Europa N.V., beantwortet. Durch das Gespräch führte Rainer Führes, Direktor Marketing der Canon Euro-Photo GmbH.

Masaharu Kawamura hat sich bei Canon auf die Miniaturisierung der Digital Video-Modelle spezialisiert. Die Camcorder der neuen MV3-Reihe haben Abmessungen von gerade mal 48 x 106 x 86 mm, sind mit einem 800.000-Pixel-Chip, RGB-Filter, Vollbildabtastung, Bildstabilisator, 10fach-Zoomobjektiv

und einem schwenkbaren 2,5 Zoll LCD-Schirm ausgestattet. Die erste Frage von seiten der Presse an Kawamura lautete, wie Canon es geschafft habe, in einem so kleinen Gehäuse eine derart hochwertige technische Ausstattung zu platzieren. Zunächst einmal stellte Kawamura klar, daß es sich

bei den miniaturisierten Camcordern von Canon nur um eine Produktgruppe innerhalb der Camcorder-Range des Unternehmens handele. Die Verkleinerung sei nur ein Konzept unter vielen, mit dem Bedürfnisse und Ansprüche einer bestimmten Anwenderschicht erfüllt werden sollen. Für die Kunden, denen andere Kriterien wichtiger sind, bietet Canon ein breites Sortiment an analogen und digitalen Bildaufzeichnungssystemen.

Entwicklungsprozeß

In bezug auf die neue Mini-Camcorder-Serie erklärte er, daß die Entwicklungszeit für die neue MV3-Reihe ungefähr ein Jahr gedauert habe. Die Frage, um die sich während dieser Zeit alles drehte, war: Wie entwickelt man einen möglichst kleinen und leichten Mini-Camcorder, ohne daß dabei die wichtigsten Funktionen verlorengehen? Besonders schwierig war die Neuordnung der einzelnen Komponenten in möglichst platzsparender Weise. So wurde beispielsweise das Bedienungsrad der digitalen „Minis“ relativ groß gestaltet, gleichzeitig aber platzsparend das Mikrofon darin integriert. Dieses wurde wiederum so ausgerichtet,

daß die Stimme der Person vor der Kamera deutlich hörbar ist, die Stimme des Filmenden dagegen gedämpft. Darüber hinaus kommt in der MV3-Reihe das kleinste Camcorder-Objektiv der Welt zum Einsatz. Trotzdem ist es ein 10fach-Zoomobjektiv mit Canon Bildstabilisator und einem optischen Zoombereich, der digital auf 40fach erweitert werden kann, was einem Brennweitenbereich von 43,9 bis 1.756 mm (optisch 439 mm) bei einer Kleinbildkamera entspricht.

Einzelbildaufnahme

Zwei der vier MV3-Modelle (die MC-Versionen) bieten neben der Bewegtbildaufnahme auch die Möglichkeit, Einzelbilder, sogenannte Stehbilder,



Masaharu Kawamura freute sich über das Interesse der Fachpresse an der Entwicklung von Canons neuer Camcorder-Range MV3.



Digitale Standbilder lassen sich bei den Modellen MV3 MC und MV3i MC separat auf einer MultiMedia Card ablegen. Auf eine MMC mit 8 MB passen bis zu 78 Einzelbilder im Standard-Modus.

separat auf eine MultiMedia Card abzuspeichern. Die Bilder können entweder in die auf dem DV-Band gespeicherten Filmsequenzen eingefügt oder wie digitale Fotos am Rechner bearbeitet und danach ausgedruckt werden. Hier stellte sich für einen Gesprächsteilnehmer die Frage, warum die Camcorder nicht mit einem höher auflösenden Chip ausgestattet wurden, um die Bildqualität der Stillfotos zu erhöhen.

Kawamura erklärte, daß bei der Entwicklung der neuen Camcorder-Reihe die Miniaturisierung im Vordergrund gestanden habe. Eine Megapixel-Auflösung erfordere auch eine größere Auflösungsleistung des Objektivs. Diese wäre wiederum mit einem superkleinen Objektiv, wie es die Camcorder der MV3-Reihe aufweisen, nicht zu realisieren gewesen. Darüber hinaus würde ein 3-Megapixel-CCD, wenn er sowohl für Videoaufnahmen als auch Still-Bilder eingesetzt wird, neue Probleme mit sich bringen, denn das würde bedeuten, daß bei jeder Videoaufnahme die Signale von 3 Millionen Pixeln ausgelesen werden müßten.

Grenzen der Verkleinerung

Einer der anwesenden Journalisten fragte Kawamura, wann nach seiner persönlichen Einschätzung die unterste Grenze der Miniaturisierung von Produkten wie Camcordern erreicht sei. Lächelnd antwortete er, daß das DV-Format das Limit in der Miniaturisierung setze. Bei der Entwicklung eines digitalen Mini-Camcorders müsse darüber nachgedacht werden, welche Schalter der Verbraucher notwendigerweise braucht und auf welche verzich-

tet werden kann. Und schließlich gehe es darum, eine sinnvolle und möglichst platzsparende Anordnung der einzelnen Elemente zu bestimmen. Bei aller Miniaturisierung darf aber nicht vergessen werden, daß es natürliche Grenzen gibt. Schalter und Knöpfe müssen groß genug sein, daß sie bequem von der menschlichen Hand bedient werden können. Damit auch Anwender mit großen Händen die

neuen Camcorder sicher „fassen“ können, sind sie beispielsweise neben einer normalen Trageschlaufe zusätzlich mit einer Handgriffschlaufe ausgestattet.

Produktname

Eine weitere Frage aus den Reihen der Fachpresse drehte sich um den Namen der neuen Camcorder-Reihe. Ein Teilnehmer wollte wissen, warum so eine schlichte Bezeichnung wie „MV3“ gewählt worden sei. Es hätte sich doch beispielsweise angeboten, die neuen Camcorder-Minis mit dem erfolgversprechenden Namen „Ixus“ zu benennen. Hier schaltete sich Rainer Führes in das Gespräch ein. Er erklärte, daß der Name des neuen Produktes für allerlei Diskussionen im Unternehmen gesorgt habe, eine namentliche Anlehnung an den Erfolg der Ixus aber nicht zur Disposition stand. Er halte die MV3-Serie darüber hinaus für eine so „starke“ und eigenständige Produktpalette, daß sie eine namentliche Annäherung an den Canon-Klassiker Ixus gar nicht nötig habe, um im Markt erfolgreich zu sein. Ein Gesprächsrunden-Teilnehmer stellte die Frage nach der Zielgruppe, die mit den Mini-Camcordern angesprochen werden solle.

Kawamura nannte als Beispiel Anwender, die bislang während ihres Urlaubs auf eine Videokamera verzichtet haben, weil ihnen diese Ausrüstung zu schwer und zu unhandlich war. Mit einem Camcorder, der in Größe und Gewicht einem Fotoapparat ähnelt, müßten solche Anwendergruppen zukünftig nicht mehr auf Urlaubserinnerungen in bewegten Bildern verzichten. Für diejenigen, denen es in erster Linie auf eine höhere Bildqualität ankäme, gebe es Camcorder wie den MV20, mit einem größeren CCD-Element, das sich natürlich auch auf die Gesamtgröße des Produktes auswirkt. Darüber hinaus wurden bei der Entwicklung der MV3-Reihe Technologien und Verfahren eingesetzt, die dafür sorgen, daß sich die Bildqualität nicht hinter der der großen Schwesterprodukte verstecken muß.

Camcorder mit MP3?

Auf die Frage, warum Camcorder nicht mit zusätzlichen Multimedia-Features wie etwa einer MP3-Funktion ausgestattet werden, erklärte der Camcorder-Experte Kawamura: „Es wäre kein Problem, einen Camcorder selbst in ein Handy zu integrieren, aber Canon ist kein Unternehmen, das Produkte mit allen möglichen technischen Features überfrachtet, wenn das auf Kosten der



Trotz der geringen Größe, die die Camcorder der MV3-Reihe aufweisen, wurde auf eine bedienerfreundliche Anordnung der Schalter und Funktionselemente Wert gelegt. Der schwenkbare Monitor eröffnet neue Perspektiven beispielsweise für Überkopfaufnahmen in einer Menschenmenge oder für Selbstportraits.

Qualität des eigentlichen Produktes geht. MP3-Player sind so preiswerte Produkte, daß niemand einen Camcorder kauft, nur weil dieser auch MP3-Files abspielt.“ höl

Medi@Bild bietet Internet-gestütztes Bildmanagement für Europa

„BILDER SIND KAPITAL“

Die neuformierte Medi@Bild Imaging AG, ein Zusammenschluß der professionellen Bilddienstleister PPS, Hamburg, und Harz Bildtechnik, Düsseldorf, mit dem Software-Spezialisten Zweitwerk, setzt ihr innovatives Geschäftsmodell mit Hochdruck um. Jetzt wurde in Berlin aus dem alteingesessenen PPS Farb-Foto-Center in neuen Räumen das erste Medi@Bild Imaging Center. Bis 2004 soll ein europaweites Netzwerk geschaffen werden.

Mit einem umfassenden Angebot von Bilddienstleistungen (Entwicklung, Scans und Bearbeitung bis zur Ausgabe in allen Formaten) in Kombination mit Bildmanagement via Internet soll die Medi@Bild Imaging AG in den nächsten Jahren zum Synonym für vernetzte, digitale Services rund um das Bild werden. Anders als ausgesprochene Newcomer im Internet-Geschäft greift das Unternehmen dabei auf den bestehenden Kundenstamm von PPS, Harz Bildtechnik und Zweitwerk zurück und erwirtschaftet bereits heute mit 300 Mitarbeitern an fünf Standorten in Deutschland einen Umsatz von rund 75 Millionen DM.

Innovatives Geschäftsmodell

Medi@Bild Imaging konzentriert sich bei seinen Dienstleistungen ausschließlich auf den professionellen und gewerblichen Bereich. „Viele Unter-



Vor dem neu eröffneten Medi@Bild Imaging Center am Berliner Alexanderplatz: Peter von Woedtke, Vorstandsvorsitzender der Medi@Bild Imaging AG (rechts), und Peter Willenborg von der Berliner Niederlassung.

nehmen stehen heute vor dem Problem, daß sie nicht über ihre eigenen Bilder verfügen“, erläuterte der Vorstandsvorsitzende Peter von Woedtke auf einer Pressekonferenz in Berlin. Er kennt sich mit dem Thema gut aus, denn bis Ende vergangenen Jahres war er für die deutsche Vertriebsgesellschaft von Agfa-Gevaert verantwortlich. Zuvor leitete er bei Europas größtem Fotounternehmen das weltweite Filmgeschäft. „Bilder sind aber das Kapital der Zukunft. Gerade in einer Zeit, wo das Internet sich zum Bildmedium entwickelt, kann es sich eigentlich kein Unternehmen mehr leisten, dem eigenen Bildvermögen keine Aufmerksam-

keit zu schenken.“ In der Realität sind die zahlreichen Bilder, die in vielen Unternehmen für Werbung, PR und Marketing benötigt werden, in unterschiedlichen Abteilungen, Niederlassungen oder bei externen Dienstleistern wie Repro-Shops, Agenturen oder Druckereien verstreut. „Das erschwert nicht nur den Zugriff, sondern führt auch zu einem uneinheitlichen Qualitätsbild bei Veröffentlichung“, betonte Peter von Woedtke. „Das ist für Markenartikler ein unakzeptabler Umstand.“

Zentrale Verwaltung – dezentraler Service

Mit innovativer Software will Medi@Bild Imaging eine einfache Verwaltung der unternehmenseigenen Bildvermögen ermöglichen - mit allen Funktionen wie Bildbestellung und Eingangskontrolle, Archivierung und Verschlagwortung und einem weltweiten digitalen Bildvertrieb und -versand innerhalb und außerhalb des Unternehmens. Dafür wird ein zunächst Deutschland-, zukünftig aber europaweites Netzwerk digitaler Medi@Bild Imaging Center für die Eingabe, Bearbeitung und Ausgabe als Proof oder Print vom Bild und anderem visuellem Material in allen Formaten aufgebaut. „Da wir unsere Software-Kompetenz mit umfassendem Know-how bei Bild-

dienstleistungen kombinieren können, gewährleisten wir an allen Standorten einheitliche Qualitätsstandards auf höchstem Niveau für alle Medien“, erklärte von Woedtker. „Alle Medi@Bild Imaging Center werden denselben Standard bei der technischen Ausstattung und der Qualifikation der Mitarbeiter haben. Unsere Kunden können so bei drastisch reduzierten Prozeßkosten für die Erstellung von Marketing, Werbe- und PR-Materialien einen einheitlichen Unternehmensauftritt sicherstellen.“

Weltweiter Zugriff

Die Medi@Bild Imaging AG bietet ihren Kunden den Einsatz ihrer umfassenden Software-Lösungen als Application Service Provider (ASP) an. Daher müssen die Unternehmen weder in Hard-, Software oder Projektdurchführung investieren, noch hochbezahltes IT-Personal einstellen. „Alle Bilder, Layouts und Anzeigen können zentral in unserem eigenen Netzwerk JadisNet verwaltet werden“, erklärte Stephan Selle, der Gründer des in die Medi@Bild Imaging AG integrierten Software-Unternehmens Zweitwerk, der im Vorstand für die technische Seite der IT- und E-Commerce-Lösungen zuständig ist. „Über das Internet können alle Mitarbeiter eines Unternehmens weltweit auf denselben Bilddaten-Bestand zugreifen. Zusätzlich können wir eingeschränkte Bereiche für externe Dienstleister, Geschäftspartner und Kunden definieren, die auf diese per Paßwort zugreifen können.“ So könnte ein Hersteller beispielsweise seinen Kunden im Einzelhandel für Werbemaßnahmen Bilddaten online zugänglich machen und dabei gleichzeitig



Peter von Woedtker: „Wir ermöglichen unseren Kunden, ihr Bildvermögen tatsächlich zu nutzen.“

sicherstellen, daß stets die richtigen Produktfotos, Logos oder Anzeigenlayouts verwendet werden. Werden dabei Prints, Proofs, Druckfilme, Digitaldrucke, Großformate oder weitere Dienstleistungen benötigt, steht das Netzwerk der Medi@Bild Imaging Center zur Verfügung. Hier können professionelle Kunden zudem komplette Ausrüstungen für alle Anwendungen rund ums Bild kaufen oder mieten – vom Fotostudio bis zum komplett konfigurierten Arbeitsplatz für digitale Bildsysteme in kleinen und großen Unternehmen.

Ehrgeizige Ziele

Das Management der Medi@Bild Imaging AG treibt den Ausbau des Unternehmens mit Hochdruck voran. Nach dem Start in Berlin sollen die vier der-

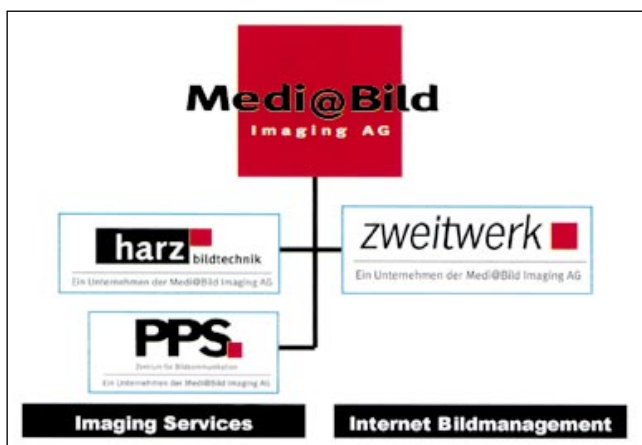
zeitigen Standorte in Deutschland (zwei in Düsseldorf und je einer in Hamburg und Dresden) in Medi@Bild Imaging Center umgewandelt werden. Bereits im zweiten Quartal des kommenden Jahres soll dieser Prozeß abgeschlossen und ein weiteres Center in München eröffnet werden. Im dritten Quartal 2001 werden dann Niederlassungen in Paris und Zürich folgen, im vierten Quartal London und Brüssel. Bis zum Jahr 2004 soll ein europaweites Netzwerk mit 40 Standorten realisiert sein.

Das notwendige Kapital erwirtschaftet die Medi@Bild Imaging AG zur Zeit



Medi@Bild Vorstandsmitglied Stephan Selle, Gründer des Hamburger Software-Spezialisten Zweitwerk, erläuterte auf der Pressekonferenz in Berlin die Online-Verwaltung und Nutzung von Bildern.

über das Stammgeschäft mit analogen und digitalen Bilddienstleistungen an den bestehenden Standorten. Zudem hat sich die Investmentgesellschaft Berenberg Private Equity im Rahmen eines vorbörslichen Private Placements an dem Unternehmen beteiligt. Für die Zukunft will Peter von Woedtker einen Börsengang nicht ausschließen. „Wir wollen allerdings zunächst das Potential unseres Geschäftsmodells durch Ergebnisse unter Beweis stellen“, betonte der Medi@Bild Vorstandsvorsitzende. Aufgrund des bestehenden Kundenstamms und des erfolgreichen Starts soll dies nicht allzu lange dauern. In Deutschland ist die Gruppe bereits Marktführer bei professionellen Imaging-Dienstleistungen und strebt dies für die nächsten Jahre auch in Europa an.



Unter dem Dach der Medi@Bild Imaging AG haben sich die Marktführer im Bereich professioneller Bilddienstleistungen, Harz Bildtechnik und PPS, sowie der Software-Spezialist Zweitwerk zusammengefunden.

Kameraneuheiten beleben das Herbst- und Weihnachtsgeschäft

Viele Kamerahersteller geben bereits vor der photokina einige Neuheiten bekannt. imaging+foto-contact berichtete beispielsweise bereits in den vorhergehenden Ausgaben über neue Modelle von Canon, Kodak, Minolta, Leica, Minox, Nikon, Olympus und Polaroid. Andere Produzenten warten mit der Präsentation ihrer neuen Geräte bis zum ersten Messetag. Wir haben uns auf der Weltmesse des Bildes bei wichtigen Herstellern umgesehen, um herauszufinden, auf welche Kameramodelle (neben den schon bekannten) der Handel für das Herbst- und Weihnachtsgeschäft noch zurückgreifen kann.

Fündig wurden wir zum Beispiel bei **Konica**. Hier gab es zunächst einmal den Zuwachs in der Revio Familie zu



bestaunen: Mit der Revio II hat das Unternehmen eine APS-Kamera mit einem vollautomatischen 2,2fach-Zoomobjektiv 3,9-7,9/23-50 mm vorgestellt. Die Revio II besitzt eine Gehäusefront aus strukturiertem Aluminium. Weitere Ausstattungsmerkmale sind große, einfach handzuhabende Bedienelemente und ein helles Flüssigkristall-Display. Mit dem speziellen Spiegeladapter bietet die Kamera darüber hinaus Konicas exklusive Kamerafunktion für Selbstporträts. Das Konica Flash Power Management sorgt für längere Lebensdauer der Batterien. Die



Konica Marketingdirektor Hans-Jürgen Diehl zeigte imaging+foto-contact die analogen Kameraneuheiten.

MRC-Funktion (Mid Roll Change) ermöglicht es, teilbelichtete Filme aus der Kamera herauszunehmen und später wieder ohne Bildverlust einzulegen. Wie alle Modelle dieser Reihe ist auch die Revio II sehr kompakt (89 x 56,5 x 27 mm) und leicht (130 Gramm ohne Batterien).

Weiterhin nahm Konica mit dem Modell Lexio 70 die zur Zeit ihrer Einführung kleinste und leichteste Kleinbild-Zoomkamera der Welt ins Programm: In ihrem 180 Gramm schweren Gehäuse mit den Abmessungen 108,5 x 59,5 x 34 mm sind unter anderem ein 3,4-7,9/28-70 mm Objektiv und ein Multifunktions-Blitzgerät untergebracht. Die Rekordkamera ver-



fügt über ein aktives Infrarot-Auto-focussystem und Programm-Belichtungsautomatik mit mittenbetonter Messung. Der Verschlusszeitenbereich

beträgt 1/3 bis 1/500 Sekunde. Das klare und helle Flüssigkristall-Display ist beleuchtet und sorgt damit auch bei geringem Umgebungslicht für uneingeschränkte Lesbarkeit. Beim Öffnen des Aluminiumgehäuses schaltet sich die schmale Kamera an, das Objektiv wird ausgefahren. Weitere Funktionen sind die Unendlich-Einstellung, die automatische Belichtungskorrektur um plus 1,5 EV und die automatische Abschaltung drei Minuten nach dem letzten Bedienvorgang.

Als dritte analoge Neuheit gab es am Konica Stand die Z-up 70 VP zu sehen. Bei diesem Modell handelt es sich um eine vollautomatische Kleinbild-Kompaktkamera mit einem 5,2-9,8/35-70 mm Objektiv. Auch sie ist mit Flash Power Management und einem integrierten Multifunktionsblitz ausgestattet.



tet. Weitere Kennzeichen sind die Unendlich-Funktion, Selbstauslöser und automatische Belichtungskorrektur um +1,5 Lichtwerte. Die Konica Z-up 70 VP ist in den Gehäusefarben Silber und Grün zu haben.

Abgerundet wurde das Sortiment analoger Kameraneuheiten bei Konica durch die beiden Einstiegerkameras Konica Big Mini BM-21 und Konica Zoom FX 50. Und schließlich kündigte das japanische Unternehmen für das Jahr 2001 eine auf 2001 Exemplare limitierte Sonderauflage der Konica Hexar an: Das Hexar RF Kit wird neben der Kamera selbst (mit neuer Gehäusefarbe) ein M-Hexanon 2/50 mm Objektiv enthalten.

Auch **Pentax** wartete mit neuen Kameras für Kleinbild und APS auf: Attraktives Design und vielseitige Ausstattung sind die Charakteristika der

neuen APS-Kamera efinaJ. Sie bietet ein Zweifach-Zoomobjektiv 24-48 mm und APS-typische Features wie Wahl zwischen drei Bildformaten, Optimierung der Printqualität durch magnetische Informationsspeicherung, ver-



schiedene Daten- und Titeleinbelichtungen sowie die Wahl der Anzahl der gewünschten Prints. Darüber hinaus besitzt die neue efinaJ einen Infrarot-Autofocus, Programmautomatik, Blitzautomatik, Einzelbild- und Serienaufnahme sowie ein leicht lesbares LC-Display. Drop-in-Filmeinlegen, Selbstauslöser und automatische Abschaltung nach dreiminütiger Nichtbenutzung runden die Ausstattung ab. Die Kamera hat die Abmessungen 91 x 60 x 31,5 mm. Sie wiegt 150 Gramm. Das 4,8-12,5/38-130mm-Objektiv, Mehrfeldmessung, Programmautomatik mit automatischer Gegenlichtkorrektur, das passive Fünf-Feld-Autofocussystem mit Schärfespeicher und Spot-Autofocus



sowie die Verschlusszeiten von 1/400 bis zwei Sekunden sind die wichtigsten Ausstattungsmerkmale der neuen Pentax Kleinbildkompaktkamera Espio 135M. Die Kamera verfügt weiterhin über Landschaftseinstellung, integriertes Blitzgerät mit verschiedenen Funktionen, Selbstauslöser und Diop-

trieneinstellrad. Panorama-Umschaltung mitten im Film, Aluminiumgehäuse und Focussier-Hilfsstrahl sind weitere Kennzeichen der Pentax Espio 135M. Schließlich bietet die Kamera auch die Funktion der automatischen Stromabschaltung nach dreiminütiger Nichtbenutzung. Die Espio 135M hat die Abmessungen 113,5 x 66 x 50 mm und wiegt 235 Gramm (ohne Batterie). Sie ist in einer zweiten Version auch als Datenmodell zu haben.

Als Nachfolgemodell der Kleinbild-Sucherkamera Espio 738G nahm Pentax die Espio 738S ins Sortiment auf. In ihrem kompakten Gehäuse stecken ein 4,8-8,5/35-70 mm Zweifach-Zoomobjektiv und ein aktives Infrarot-Autofocussystem, das Aufnahmen ab einer



Motiventfernung von 80 Zentimetern ermöglicht. Die Espio 738S arbeitet mit Programmautomatik und Verschlusszeiten zwischen 1/300 und zwei Sekunden. In B-Einstellung sind auch Fotos mit Belichtungszeiten von einer halben Sekunde bis zu einer Minute möglich. Die Kamera besitzt ein eingebautes Blitzgerät und weitere Automatikfunktionen (Filmtransport, Einstellen der Filmempfindlichkeit etc.). Sie hat die Abmessungen 120,5 x 70,5 x 48,5 mm. Das Datenmodell ist zwei Millimeter dicker (50,5 mm) und wiegt statt 225 Gramm 230 Gramm.

Schließlich erweitert noch die neue Espio 838S das Kleinbild-Sortiment von Pentax. Sie ist mit einem 4,8-9,5/38-80 mm Objektiv ausgestattet und ermöglicht mit ihrem aktiven Infrarot-Autofocus (mit Schärfespeicher) scharfe Aufnahmen ab einer Motivent-

fernung von 80 Zentimetern. Die Belichtung erfolgt per Programmautomatik, der Verschlusszeitenbereich reicht im normalen Aufnahmemodus von



1/300 bis eine Sekunde, in B-Einstellung von einer halben Sekunde bis zu einer Minute. Weiterhin verfügt die Espio 838S über ein eingebautes Multifunktionsblitzgerät. Filmtransport und Einstellen der Filmempfindlichkeit erfolgen automatisch. Die

Analoge Modelle für APS und Kleinbild

Kamera mißt 120,7 x 70,7 x 51,5 mm, als Datenmodell lauten die Abmessungen 120,7 x 70,7 x 53,5 mm. Die Espio 838S wiegt 230/235 Gramm.

Herausragendes Modell unter den zahlreichen Neuheiten bei **Ricoh** war die GR21, die als erste Kleinbild-Sucherkamera der Welt mit einem 3,5/21 mm-Objektiv ausgestattet ist und dem Anwender so zu Aufnahmen mit ungewöhnlicher Perspektive und außergewöhnlicher Tiefenschärfe verhilft. Das Objektiv ist hervorragend gegen Verzeichnung und Farbabweichung korrigiert und bietet hohen Kontrast und beste Auflösung bis in die Bild-

Velbon

anspruchsvolle Amateur-Stativ

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

ecken. Fotos sind ab einer Mindestentfernung von 30 Zentimetern möglich. Die Ricoh GR21 verfügt über ein passives Autofocussystem mit Schärfespeicher. Für die Belichtung kann zwischen Zeit- und Programmatomatik gewählt werden. Hochwertige Linsen und ein Präzisionsprisma sorgen für das außergewöhnlich klare und helle Sucherbild. Mit der Kamera sind automatische Belichtungsreihen mit jeweils drei Auf-



nahmen und 1,5 EV Unterschied möglich. Manuelle Belichtungskorrektur ist im Bereich plus/minus zwei Blendenstufen möglich. Das eingebaute Blitzgerät rundet die Ausstattung der Ricoh GR21 ab.

Neu bei Ricoh ist auch die Kleinbildkamera RZ-140, die das Angebot der Ricoh Zoom-Modelle nach oben abrundet. Sie verfügt über ein 4-10/38-140 mm-Objektiv, passives Autofocussystem für Aufnahmen ab einem Motivabstand von 80 Zentimetern und ein integriertes Blitzgerät. Der Verschluss arbeitet mit Belichtungszeiten von 1/300 bis 1/4 Sekunde. Außerdem verfügt die Kamera über einen Selbstauslöser mit zehn Sekunden Vorlaufzeit. Die Ricoh RZ-140 steht auch als Modell mit Datenrückwand zur Verfügung.



Abmessungen: 120 x 66,5 x 56,5 mm. Gewicht: 272 Gramm (ohne Batterie). Zur photokina 2000 hat **Fujifilm** seine Palette an APS-Kameras um drei Mo-



delle erweitert: Die neue Nexia 4100ix Z ist nach Angaben des Unternehmens derzeit die kleinste und leichteste APS-Kamera der Welt. Sie ist mit einem 22,5-90 mm Teleobjektiv ausgestattet. Dieses verfügt über eine elektronisch aufgetragene Mehrschichtvergütung, um die Lichtstreuung im Objektiv zu minimieren. Die Kamera ist mit einem digital programmierten Blitz ausgestattet, der sowohl das Umgebungslicht mißt als auch die Entfernung vom Objekt.

porträt und Landschaftsmodus anbietet. Das Sure-Loading-System sorgt dafür, daß selbst bei versehentlichem Öffnen der Kamerarückwand die belichteten Fotos nicht zerstört werden. Darüber hinaus besitzen die Kameras eine große, leicht abzulesende LCD-Anzeige, die über die verbleibende Anzahl von Aufnahmen, den Batteriezustand, den Blitz sowie über das Datum und Aufnahmefunktionen informiert.



Zwei neue Modelle seiner Fino-Reihe konnte **Samsung** zeigen. Die Fino 170

Angebote richten sich an alle Kundengruppen

Ebenfalls neu ist die Nexia 250ix Z, die ein 2,5fach-Zoomobjektiv (23-57,5 mm) besitzt. Sobald man die Objektivabdeckung zur Seite schiebt, klappt der Blitz bei diesem Modell heraus, und die Kamera ist einsatzbereit. Die Nexia 250ix Z verfügt über zahlreiche Funktionen, einschließlich verschiedener Aufnahmemodi wie zum Beispiel Aufhellblitz, Blitzabschaltung oder Rote-Augen-Reduktion.

So groß wie ein Handteller und ausgestattet mit einem Fujinon 25 mm-Autofocusobjektiv ist schließlich die Nexia 70AF. Die Kamera ist mit einer LCD-Anzeige ausgestattet, auf der unter anderem die Zahl der gemachten Aufnahmen und der Batteriezustand abzulesen sind.

Zwei neue Zoom Date Modelle erweitern das Kleinbild-Kameraprogramm von Fujifilm: Die Zoom Date 90 verfügt über ein 38-90 mm Fujinon-Objektiv, während die Zoom Date 120 mit einem stärkeren 38-120 mm Fujinon-Zoomobjektiv ausgestattet ist. Beide Modelle verfügen über einen eingebauten Multifunktionsblitz, der die Funktionen Aufhellblitz, Blitzabschaltung, Nacht-

Super wartet mit einem 4,7-13,5/38-170 mm Objektiv und einem 140-Zonen-Autofocus auf. Die Optik besteht aus zehn Linsen, von denen zwei asphärisch sind. Aufnahmen sind ab einem Mindestabstand von 60 cm möglich. Realbildsucher, Selbstauslöser und integrierter Blitz sind weitere Kennzeichen. Die Fino 170 Super hat die Abmessungen 116 x 66 x 50 mm und wiegt 285 Gramm.





Sven Leyens-Wiedau, Marketing Services Samsung Camera, mit der neuen Samsung Fino 120.

Das kleinere Schwestermodell Samsung Fino 120 besitzt ein 4,5-13,1/38-120 mm-Objektiv und einen aktiven Autofocus. Die Naheinstellgrenze beträgt bei diesem Modell 80 cm. Auch die Fino 120 Super verfügt über Realbildsucher, Selbstauslöser und integriertes Blitzgerät. Die Fino 120 Super hat die Abmessungen 109 x 64 x 43 cm und wiegt 230 Gramm.

Vito 700 heißt das neueste Modell in **Voigtländers** Vito-Sortiment. Die Kleinbild-Sucherkamera verfügt über ein 5,2-9,8/35-70 mm Zoomobjektiv und sorgt mit ihrem aktiven Infrarot-Autofocussystem (mit Schärfespeicher) für scharfe Fotos. Für korrekte Belichtung sorgen die Programmautomatik und das eingebaute Blitzgerät mit vier Funktionen. Einstellen der Filmempfindlichkeit und Filmtransport erfolgen automatisch. Weiterhin besitzt die Kamera einen Selbstauslöser mit zehn Sekunden Vorlaufzeit sowie die Betriebsarten lange Verschluss-synchronisation, Hintergrund-Belichtungskorrektur, Nacht- und Landschaftsmodus. Nach dreiminütiger Nichtbenutzung schaltet sich die Voigtländer Vito 700 automatisch ab. Die Kamera wird sowohl mit als auch ohne Datenrückwand angeboten. Weitere Kameraneuheiten werden wir in der Dezember-Ausgabe vorstellen.

Meßsucherkamera Bronica RF645

Daß neue Mittelformatkameras vorgestellt werden, gehört auch auf der photokina nicht zum Alltag. Doch bei der diesjährigen Jubiläumsveranstaltung war es mal wieder so weit: Tamron präsentierte die neue Bronica Meßsucherkamera RF645 sowie drei dazu passende Wechselobjektive und ein spezielles Blitzgerät. Dem Anlaß entsprechend hatte das Unternehmen zu einer Pressekonferenz eingeladen, zu der die japanische und europäische Geschäftsführung erschienen war.

Die Bronica RF645 ist eine Mittelformatkamera für das Format 6 x 4,5 cm. Mit den Abmessungen 144,2 x 107,3 x 62,4 cm

sondere sind die Funktionen der Belichtungssteuerung auf dem Kameramagazin gut erkennbar. Sie können fast alle mit dem rechten Daumen gesteuert werden. Der Filmtransport erfolgt automatisch. Dabei ist durchlaufender Filmtransport ebenso möglich wie schrittweiser Filmtransport.

Der hochkarätige Dual-Image Meßsucher ist in die Kamera eingebaut. Er sorgt für ein hohes Maß an Genauigkeit und



Bronica RF645 mit Zenzanon 4/65 mm



Tamron-Präsident Kazuyasu Noguchi ließ es sich nicht nehmen, die neue Bronica Meßsucherkamera RF645 auf einer Pressekonferenz selbst vorzustellen.

wurde sie in erster Linie auf Kompaktheit ausgelegt. Für das solide Metallgehäuse verwendet Bronica Messing und eine leichte Magnesiumlegierung. Die RF645 wurde als bedienerfreundliche Sucherkamera konzipiert, die sowohl Umsteiger vom Kleinbild als auch Mittelformatkenner ansprechen soll. Sie ist mit Wählscheiben und Schaltern ausgestattet, die in Größe und Form so einfach wie möglich gehalten wurden und so Bedienung und Ablesung erleichtern. Insbe-

Schärfe. Der Sucher zeigt bei allen Brennweiten die volle Ansicht und nutzt eine galiläische Optik für ein helles und breites Gesichtsfeld. Mit dem System ist eine genaue Focussierung möglich. Der Rahmen wird als helles Rechteck, mit Hilfe des Umgebungslichtes, eingeblendet. Die automatische Parallaxenkompensation stellt sicher, daß sich der Betrachtungsrahmen sauber am Bildaufnahmebereich und der Einstellentfernung ausrichtet. Die Bronica RF645 arbeitet mit Programmautomatik oder Blendenvorwahl und einem mittigenbetonten Meßsystem. Die Belichtungskorrekturscheiben und der AE-Lock sind hinten an der Kamera angebracht.

Durch die Verwendung von elektronischen Objektivverschlüssen mit konstanter Verschlussgeschwindigkeit konnten die Bronica Ingenieure eine Verschlusszeit von 1/750 Sekunde (mit Programmautomatik) ermöglichen.

Gleichzeitig mit der Kamera kommen drei Objektive auf den Markt: Zenzanon 4/45 mm, Zenzanon 4/65 mm und Zenzanon 4,5/135 mm. Außerdem gehört das spezielle Blitzgerät RF20 zum System.

Velbon

Profi-Stativ der Spitzenklasse

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

Kooperationen sind auch ...

Kaum zwei Wochen nach dem Ende der photokina traf sich ein Teil der Fotobranche bereits wieder in Erlangen: Die Händlergruppe Ringfoto hatte zur traditionellen Herbstmesse geladen, und neben gut 100 Ausstellern kamen während der dreitägigen Veranstaltung auch weit über 1.500 Ringfoto-Gesellschafter und -Partner mit ihren Mitarbeitern ins Kongresszentrum Erlangen.

Sie konnten sich über die photokina-Neuheiten und Dienstleistungen der Industriepartner informieren und an einem der vier Workshops teilnehmen, die an allen drei Tagen angeboten wurden. Neben dem Standardthema „Digi-

tal Total“ (Martin Wagner) ging es diesmal um „Werbung 2001“ (Fritz Matz; Glanzer & Partner) und „Kundenbindungsinstrument“ (Hans Schulz-Nigmann und Volker Kossak). Weiterhin hatte Gabriele Scheibel, Geschäftsführerin des Photo+Medienforums Kiel, die Gelegenheit, die Hintergründe für den neuen Namen und das neue Logo der ehemaligen Fachschule des Deutschen Fotohandels darzulegen.

konnte demnach um 19 Prozent im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum gesteigert werden. Das Streckengeschäft wuchs im gleichen Zeitraum um sechs Prozent. Nach vorsichtigen Schätzungen erwartet die Ringfoto-Zentrale einen Umsatz von über 500 Mio. DM für das Geschäftsjahr 2000.

Mit einem Umsatzplus von über 130 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ist die



Ringfoto-Marketingleiter Hans Schulz-Nigmann (r.), Volker Kossak (M.) und Christoph Moser (beide von der Beratungsgesellschaft Kom) erläuterten den Besuchern des Ringfoto-Standes auf der photokina das neue „Kundenbindungsinstrument“.

Berliner Fotomesse 2001 an neuem Standort

Die Berliner Fotomesse wird im kommenden Jahr einen neuen Standort haben: Vom 30.6. bis 1.7.2001 wird die Veranstaltung erstmals im Estrel Convention Center stattfinden. Dort stehen insgesamt rund 12.000 Quadratmeter zur Verfügung. Diese sollen zum einen von Industrieunternehmen und Dienstleistungsanbietern zur Präsentation ihrer Produkte und Services genutzt werden, zum anderen bieten sie Raum für zusätzliche Handelsforen, Workshops, Seminare und Ausstellungen. Mit dem neuen Konzept soll die Attraktivität der Berliner Fotomesse, die in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen ist, weiter gesteigert werden. Insbesondere soll sich nach den Vorstellungen der Veranstalter, zu denen neben dem Berliner Fotohändler Rainer Frohloff mit seiner RF Marketing GbR auch Fachverbände des Einzelhandels und die Fotografen-Innung gehören, die Zahl der Fachbesucher deutlich erhöhen. Auch im kommenden Jahr soll es im Vorfeld der Berliner Messe wieder einen Fotowettbewerb geben, der von einer großen Berliner Tageszeitung unterstützt wird. Weitere Informationen zur Fotomesse sind im Internet unter der Adresse www.fotofrohloff.de zu finden.

Volker Kossak war bereits auf der photokina auf dem Ringfoto-Stand vertreten, um dort das neue „Kundenbindungsinstrument“ vorzustellen, das er gemeinsam mit seinem Partner Christoph Moser für die Händlergruppe entwickelt hat.

Hier geht es um kontinuierliche Kundenbefragungen am Point of Sale, bei denen die Mitarbeiter des einzelnen Geschäftes nach einem zuvor festgelegten Kriterienkatalog begutachtet werden. Innerhalb weniger Tage bekommt der Händler dann eine Analyse der Situation, die die „Tester“ im Laden vorgefunden haben.

Auf der Ringfoto-Hausmesse wiederum zeigte sich die Geschäftsführung mit dem bisherigen Geschäftsverlauf zufrieden. Die Umsatzentwicklung per September läßt einer Pressemitteilung zufolge eine sehr positive Prognose für das Gesamtjahr zu. Das Lagergeschäft

gesamte digitale Fotografie der Wachstumsmotor Nummer eins innerhalb der Gruppe. Hervorragend entwickelten sich auch die innovativen Segmente Telekommunikation und digitale Camcorder, hieß es. Aber auch die klassische Fotografie könne sich gut behaupten und liege deutlich über dem Vorjahr.

Das exklusive Voigtländer Sortiment trägt der Pressemitteilung zufolge erheblich zum Wachstum der analogen Fotografie bei. Innerhalb dieses Sortiments stellte Ringfoto auf der photokina das weltweit erste 12 mm-Objektiv vor, das zeichnungslos abbildet. Eines der Highlights der Herbstmesse war schließlich die Vorstellung der neuen E-Commerce-Plattform Ringfoto WebWorld, die ab Frühjahr 2001 zur Verfügung stehen soll.

Per Ende September hatte Ringfoto 1.564 Mitglieder mit 2.479 Vertriebsstellen.

... auf der photokina aktiv

Auch die europa-foto-Gruppe war wieder mit einem gut besuchten Stand auf der photokina vertreten. Neben den Mitgliedern konnten europa-foto-Geschäftsführer Rainer Sadtler und sein Team dort auch zahlreiche Vertreter der Industriepartner begrüßen.

Sadtler zeigte sich insgesamt mit dem Verlauf der Weltmesse des Bildes für seine Kooperation zufrieden. Neben einer gut besuchten Einkaufstagung, die traditionsgemäß im Rahmen der photokina auf dem Kölner Messegelände stattfand, freute er sich über die allgemein gute Stimmung und das große Interesse am Digitalfotothema. „Wir sehen darin die Zukunft für die Fotobranche“, betonte Sadtler, „vernachlässigen darüber aber die analoge Fotografie nicht.“ Insbesondere werde man sich davor hüten, in den Chor derer einzustimmen, die das Advanced Photo System totredeten.

Auf der photokina gaben europa-foto und der Deutsche Verband für Fotogra-



europa-foto-Geschäftsführer Rainer Sadtler (l.) und Assistent Robby Kreft zeigten sich mit dem Verlauf der photokina für die Händlerkooperation zufrieden.

fie (DVF) eine Absichtserklärung ab, nach der sie zukünftig enger zusammenarbeiten wollen. Ziel der gemeinsamen Aktivitäten ist es, später einmal in jedem europa-foto-Geschäft einen Anprechpartner für die Mitglieder des DVF zu haben, der besonders kompetente Beratung bietet.

Auch außerhalb der photokina war europa-foto aktiv. So trafen sich Anfang September die Mitglieder der Gruppe „Selection“ zur zweiten Exklusiv-Veranstaltung im Rahmen der Konzeption „europa-foto Fachgeschäft Top 2003“ im Luxushotel „Prinz von Hessen“ in Friedewald. Dabei stand neben Fachvorträgen der Austausch mit gleichgesinnten Kollegen im Vordergrund.

Zu den Referenten der Veranstaltung gehörten Volker Nickel, der über das Thema „Vergleichende Werbung Top oder Flop“ sprach, und der Koordinator des Wirtschaftsteils der Rhein-Main-Zeitung, Winand von Petersdorff-Campen, der den Zuhörern nahebrachte, wie sie mit ihrem Unternehmen in die Zeitung kommen und wie ein Journalist „tickt“.

Die Veranstaltung endete mit einem Vortrag, zu dem der Netzbetreiber D2 Mannesmann gleich fünf Mitarbeiter entsandt hatte. Sein Thema: „Die neuen Technologien im Mobilfunkmarkt. Haben sie Auswirkungen auf den Fotohandel?“



Begrüßung der europa-foto-Mitglieder, die zur zweiten Exklusiv-Veranstaltung angereist waren.

Exklusive Fotorahmen

Geschenk-Ideen für jede Gelegenheit

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

Leica präsentierte auf der photokina APS-, Digital- und Meßsucherkameras



Der Klassiker und die Moderne

Wie kaum ein anderer Kamerahersteller verbindet die Leica Camera AG Werte wie Tradition und Innovation. Das zeigte sich auch an den zur photokina vorgestellten Produkten, die von der Neuauflage der ersten 1923/1924 gefertigten Leica über eine neue Weitwinkelversion der Leica M6 TTL bis zur modernen Digitalkamera reichten.

Mit der Leica 0-Serie präsentiert Leica eine Neuauflage des in geringen Stückzahlen gefertigten Vorläufers, der ersten, 1925 eingeführten und kommerziell vermarkteten Fotokamera Leica 1. Da die 0-Serie die Basis der modernen Kleinbildfotografie bildet, erfolgte aufgrund des 75. Geburtstages des Unternehmens Leica die Neuaufnahme ins Produktsortiment. Die voll funktionsfähige Kamera richtet sich an Liebhaber von Klassikern und vor allen an Fotografen, die noch etwas von der klassischen Fotografie weit ab von den heute üblichen vollautomatischen Kameracomputern verstehen. An den Kameras der 0-Serie müssen absolut alle Funktionsabläufe manuell gesteuert werden.

Manuelle Einstellung

So erfolgt beispielsweise die Steuerung der Belichtungszeit durch die Wahl der

Schlitzbreite eines mit konstanter Geschwindigkeit ablaufenden Verschlusstuches. Ein Millimeter Schlitzbreite entspricht einer Belichtungszeit von 1/1000 Sekunde. Die Schritte von 5, 10, 20 und 50 mm Schlitzbreite führen zu den Belichtungszeiten 1/200, 1/100, 1/50 und 1/20 Sekunden.

Wie ein miniaturisierter Badewannenstöpsel wirkt der kleine, lederne Objektivdeckel, der verwendet wird, um den Lichteinfall auf den Film während des Aufziehens zu verhindern, da der Schlitzverschluss bei diesem Modell noch nicht überlappte.

Das Einlegen des Films erfolgt mit Hilfe einer separaten Aufwickelspule. Der Filmtransport wird auf einer vernickelten Zählwerkscheibe mit schwarz ausgelegten Zahlen in 5er-Schritten angezeigt. Über das Zeitenwählrad eröffnen sich die Funktionsarten M (Momentaufnahmen mit den verschiedenen festen Belichtungszeiten), Z (Zeitbelichtung = lang geöffneter Verschluss bei gedrücktem Auslöser) und R (Abkürzung für Rückspulung).

Visier-Sucher

Zur Bestimmung des Bildausschnitts dient ein Visier aus klappbarer Sucherlinse mit eingetättem Fadenkreuz und schwenkbarem Zeigervisier.

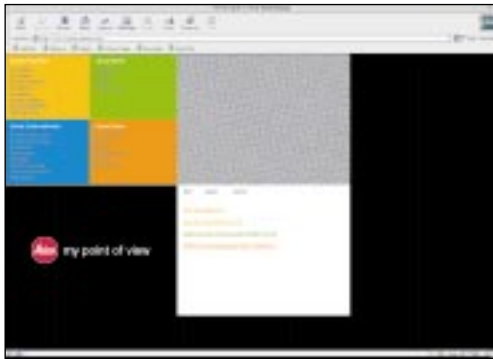
Obwohl das eingebaute Objektiv Leitz Anastigmat 1:3,5/50 mm auf der klassischen Bauform beruht, wurde doch die damalige Rechnung des Objektives mit



vier Linsen in drei Gruppen mit Hilfe moderner Computerverfahren optimiert. Darüber hinaus kommen im Gegensatz zum Original-Modell moderne



Das neue M-Modell Leica M6 TTL 0.58 eignet sich besonders für das Fotografieren mit Weitwinkelobjektiven und für Brillenträger.



Die neue Gestaltung der Leica-Webseiten ist Teil eines modernisierten Markenauftritts, der sich auch an einem innovativen Messestand, einem neuen Broschürenkonzept und an einem behutsam überarbeiteten Corporate Design zeigt.

Mehrfachschichten zur Minderung von Reflexen zum Einsatz.

Auch beim Kameragehäuse zeigte Leica Liebe zum Detail. Die in Messing ausgeführten Elemente Deckkappe, Bodendeckel, Rändel und Objektivfassung wurden mit einem schwarzen Lacküberzug gestaltet. Zum Lieferumfang gehört eine klassische Bereitschaftstasche aus Leder, die ebenfalls nach historischen Vorlagen gefertigt wurde. Die ersten Modelle werden ab November dieses Jahres lieferbar sein. Der empfohlene Richtpreis beträgt 5.000 DM.

Neues M-Modell

Mit der Leica M6 TTL 0.58 stellt Leica die dritte Variante der erfolgreichen M-Serie vor. Das neue Modell mit 0,58-facher Suchervergrößerung eignet sich



Mit Hilfe des Leica-Diakopivorsatzes können Anwender der digilux 4.3 ihre Dias digitalisieren, beispielsweise für den Einsatz in Internetpräsentationen oder für die digitale Katalogisierung analoger Aufnahmen.

besonders für das Fotografieren mit Weitwinkelobjektiven und für Brillenträger. Mit der Leica M6 TTL 0.58 kann der Benutzer die Sucherrahmen insbesondere für 28 und 35 mm Brennweite besser überschauen. Zudem ist bei

allen Brennweiten mehr Umfeld des Motives zu erkennen.

Die Sucherrahmen werden paarweise für die Brennweiten 28 und 90 mm sowie 50 und 75 mm angezeigt. Der Rahmen für die häufig eingesetzte 35 mm-Brennweite wird dagegen alleine eingespiegelt.

Alle Vorzüge des bewährten, sehr präzisen Entfernungs-Meßsystems wurden bei dem neuen Modell beibehalten.

Die Leica M6 TTL 0.58 ist wie ihre Schwestermodelle in professioneller schwarzer und in klassischer silberner verchromter Version erhältlich. Der Preis liegt bei zirka 4.798 DM. Passend zum neuen M-Modell, aber auch zu den anderen Modellen wie M6, M4-P und M4-2 liefert Leica ab Frühjahr nächsten Jahres einen kompakten und geräuscharmen Motor, der Serienaufnahmen von bis zu drei Bildern pro Sekunde ermöglicht. Der nur 18,5 mm hohe Motor wird anstelle des Bodendeckels an der jeweiligen Kamera befestigt.

Objektive

Ebenfalls neu im Leica-Programm sind zwei neue Objektive für die Leica M-Serie. Das Leica M-Objektiv Tri-Elmar-M 1:4/28-35-50 mm ASPH stellt einen Meilenstein in der Geschichte der Leica M-Fotografie dar, weil es erstmals mehrere Brennweiten in einem Leica M-Objektiv vereint. Auch wurde die Brennweitenrauerung mit hohem mechanischen Aufwand wesentlich verbessert, so daß der Brennweitenring in den Stellungen für 28, 35 und 50 mm deutlich hörbar und fühlbar einrastet. Durch die Reduzierung des Filterdurchmessers von E55 auf E49 wurde für einen besseren Suchereinsicht gesorgt. Das Objektiv wird ab November dieses Jahres lieferbar



Hanns-Peter Cohn, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG (rechts), und Steffen Keil, Leiter Vertrieb Deutschland, freuten sich über das rege Interesse der photokina-Besucher an den neuen Produkten des Hauses. Eine große Nachfrage gab es beispielsweise nach der neuen 0-Kamera-Serie des Hauses.

sein und soll zirka 4.598 DM kosten. Das neue Summicron-M 1:2/28 mm ASPH ist ein kompaktes Weitwinkelobjektiv mit einer hohen Lichtstärke. Trotz der verdoppelten Lichtstärke im Vergleich zum Elmarit-M 1:2/28 mm weist es den gleichen Objektivdurchmesser und ein um nur 10 Gramm gesteigertes Gewicht von 270 Gramm auf. Sein Liefertermin ist für Februar nächsten Jahres vorgesehen. Der Preis wird bei zirka 4.500 DM liegen.

Digitalkamera

Modernste Digitaltechnik präsentiert das Unternehmen mit der neuen digilux 4.3, die wir bereits in der Digitalkameraübersicht in unserer photokina-Ausgabe vorgestellt haben. Sie ist mit einem hochwertigen 3-fach-Zoomobjektiv ausgestattet und bietet einen 2,4 Megapixel-CCD, der dank integrierter Super-CCD-Technologie Bilddaten in einer Auflösung von bis zu 4,3 Megapixeln erzeugen kann. Ihr großer Einsatzbereich läßt sich zusätzlich durch den optional erhältlichen Diakopivorsatz sowie einen Makrovorsatz erweitern. Der Preis für die sofort lieferbare digilux 4.3 liegt bei zirka 1.998 DM. Großer Beliebtheit auf der Messe erfreute sich auch Leicas erstes APS-Modell, die Leica C11. Neben dem 4,8-9,5/23-70 mm-Objektiv bietet es auch einen Infrarot-Autofocus für Aufnahmen ab 60 Zentimetern Entfernung, einen Multiprogrammblitz und Verschlusszeiten von einer bis 1/600 Sekunde. Preis: zirka 598 DM. höl



Mit Unterstützung der KölnMesse konnte das Kieler Forum sich und seine Mitarbeiter auch auf der photokina 2000 in Halle 3.1 präsentieren. Ansprechpartner waren dort unter anderem Geschäftsführungs-Assistentin Sabine Ahlmann und Ulf Gervelmeyer, neuer hauptamtlicher Dozent in Kiel.

Dank der Unterstützung der Köln Messe konnte das Photo+Medienforum Kiel seinen neuen Auftritt auf einem Gemeinschaftsstand mit dem Bundesverband des Deutschen Foto-Fachhandels (BV Foto) in Halle 3.1 präsentieren. Darüber hinaus lud das Kieler Forum während der Weltmesse des Bildes zu einer Feier ein. Rund 200 Gäste erlebten hier unter anderem die Preisverleihungen für die besten Absolventen der Berufsschule und des Photo+Medienforums mit.

Unter den Gästen befanden sich auch fast 90 Auszubildende (Fotokaufleute, Fotografen, Fotolaboranten und Fotomedienlaboranten), die sich zum Zeitpunkt der Messe in der schulischen Ausbildung in der Landesberufsschule Kiel befanden. Agfa, Canon, Eurocolor, Fujifilm, Konica, Minolta, Nikon, Olympus,

Aus der Fotofachschule wurde das Photo+Medienforum Kiel

Die Fachschule des Deutschen Fotohandels ist tot – es lebe das Photo+Medienforum Kiel: Seit der photokina 2000 trägt die bekannte Einrichtung, die 1957 an die Tradition der 1920 in Dresden gegründeten Deutschen Photohändler-Schule anknüpfte, auch offiziell ihren neuen Namen. Die Umbenennung und das neue Logo soll das veränderte Selbstverständnis der Institution nach außen dokumentieren. Längst identifiziert sich das Kieler Forum nicht mehr mit dem altbackenen und angestaubten Begriff Schule. Vielmehr verstehen sich die Kieler als moderne Aus- und Weiterbildungsstätte, in der die Begriffe Qualifikation, Training und Kommunikation in den Mittelpunkt gerückt wurden.



So sieht das neue Logo des Kieler Forums aus.



Freuten sich über den erneuten Erfolg der photokina-Aktion und bedankten sich für die gute Zusammenarbeit mit der KölnMesse (v. l.): Gabriele Scheibel, Geschäftsführerin des Photo+Medienforums Kiel, Hans-Joachim Jürgensen, Vorstandsvorsitzender des Photo+Medienforums Kiel, und Willy Fischel, Geschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Foto-Fachhandels.

Pentax, Rollei und Yashica übernahmen die Patenschaften für die anreisenden Klassen. Die Schüler hatten auf der photokina Arbeitsaufträge zu erfüllen: Führungen über den Messestand ihrer jeweiligen Paten, bei denen die Teilnehmer über Produktneuheiten informiert wurden, müssen in Präsentationen verarbeitet werden.

Die besten Absolventen der Kieler Landesberufsschule für Fotohandel und -handwerk wurden auf der Feier mit dem Heinz-Neumüller-Preis 2000 ausgezeichnet. Hella Meyer als Vertreterin



Bild links: Hella Meyer, Vertreterin der CeWe Color Gruppe (l.), ehrte die Gewinner des Heinz-Neumüller-Preises für die besten Absolventen der Landesberufsschule (v. l.): Alexandra Kohrt, Severin Renke, Arne Heesch und Peter Andreas Schmidt. Bild rechts: Wolfgang Kundt (l.), Vorstandsvorsitzender des Bundesverbandes des Deutschen Foto-Fachhandels, überreicht einen symbolischen Scheck über 500 Ausbildungsplätze an Karl-Peter Fuß, Direktor des Arbeitsamtes Köln.



der CeWe Color Laborgruppe, die von Heinz Neumüller gegründet worden war, ehrte Severin Renke (Fotograf, Studio-Team, Langen), Arne Heesch (Fotograf, Photo Company GmbH, Itzehoe), Alexandra Kohrt (Fotolaborantin, Kiel Color, Kiel) und Peter Andreas Schmidt (Fotokaufmann, Photo Glock, Karlsruhe).

Über eine weitere Auszeichnung konnte sich Thorsten Junge (Photo Meyer, Berlin) freuen. Er wurde von Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, als bester Absolvent für seine überragenden Leistungen während des Hauptlehrgangs zum Handelsfachwirt Fachrichtung Foto- und Medientechnik mit dem Preis des Photoindustrie-Verbandes geehrt.

Grund zur Freude hatten auch Viola

Sie wurden von Hans-Joachim Jürgen, Vorstandsvorsitzender des Photo+Medienforums Kiel, für ihr Engagement geehrt.

Auch in diesem Jahr ließ es sich die CeWe Color Stiftung, vertreten durch



Im Auftrag der CeWe Color Stiftung überreichte Hella Meyer (r.) eine Spende über 15.000 Euro an das Photo+Medienforum Kiel, die Geschäftsführerin Gabriele Scheibel (l.) dankbar entgegennahm.

Hella Meyer, nicht nehmen, eine Spende in Höhe von 15.000 Euro an die Geschäftsführerin des Kieler Forums, Gabriele Scheibel, zu überreichen.

Schließlich fand auf der Feier auch die Internet-Ausbildungsplatzbörse ihren Abschluß, die gemeinsam von BV Foto, Photo+Medienforum Kiel, Bundesanstalt für Arbeit und KölnMesse zur photokina 2000 veranstaltet worden war: BV Foto-Vorsitzender Wolfgang Kundt konnte einen symbolischen Scheck über 500 Ausbildungsplätze an Karl-Peter Fuß, Direktor des Kölner Arbeitsamtes überreichen. „Ein Erfolg, der dank der Unterstützung der Partner Canon, Fujifilm, Kodak, Konica, europa-foto, Photo Porst und Ringfoto möglich wurde“, betonte Kundt.

Gabriele Scheibel nutzte die Gelegenheit, um den Gästen die Hintergründe für die Umbenennung zu erläutern. Sie

führte unter anderem aus, daß die immer stärkere internationale Ausrichtung des Kieler Forums und die wachsende Funktion als Plattform für branchenübergreifenden Informations- und Wissenstausch zur Neuorientierung beigetragen hätten. Auch die aktuellen und stets am Markt orientierten Themen, die mit Veranstaltungen auf hohem Niveau behandelt würden, und die speziell zugeschnittenen Seminare, die sich am Bedarf jedes einzelnen Kunden ausrichteten, hätten dafür gesorgt, daß sich das Photo+Medienforum Kiel in den vergangenen Jahren immer weiter von der Funktion einer klassischen Schule entfernt habe. Schließlich stellten neue Dienstleistungen, etwa Jobbörsen im Internet oder die Veranstaltung von Branchentreffen, neue Kommunikationsformen dar, die mit dem Begriff „Schule“ nicht mehr hinreichend gewürdigt werden könnten. hepä



Viola Wilke (l.) und Stephanie Zierhorst, Teilnehmerinnen des Hauptlehrganges 2000, gaben wesentliche Impulse bei der Namensfindung. Hans-Joachim Jürgen, Vorstandsvorsitzender des Photo+Medienforums Kiel, bedankte sich für das Engagement.

Wilke (Photo Dose) und Stephanie Zierhorst (Foto Kosfeld), zwei Teilnehmerinnen des Hauptlehrganges 2000, die mit ihren Ideen wesentlich dazu beigetragen haben, daß das Photo+Medienforum Kiel jetzt so heißt wie es heißt.



Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes (l.), zeichnete Thorsten Junge als besten Absolventen des Hauptlehrganges 2000 aus. Junge gewann mit seiner Leistung den Preis des Photoindustrie-Verbandes.

Weiterbildung zum Nikon Image Fachberater

Nikon bietet Fotohändlern in Zusammenarbeit mit dem Photo+Medienforum Kiel ab Anfang des kommenden Jahres die Möglichkeit, sich im Rahmen eines Schulungs- und Trainingsprogramms zum „Nikon Image Fachberater“ weiterzubilden. Das Schulungsprogramm beinhaltet neben der Nikon-Produktschulung auch alle



Komponenten der Foto- und Aufnahmetechnik im analogen und digitalen Bereich. Schwerpunkte werden zunächst der Vergleich des Aufbaus digitaler und analoger Fotografie und die gesamte elektronische Bildbearbeitung und -verwaltung sein. Darüber hinaus werden auch Themen wie Kommunikation und Marketing, Bedarfsermittlung und Verkaufsabschlusstechniken sowie Garantie/Gewährleistung nach den neuen EU-Richtlinien ausgiebig behandelt.

Das Fernstudium wird über Lehrbriefe geführt, die den Teilnehmern über das Jahr verteilt per Post oder E-Mail zugehen. Mit jedem Lehrbrief bekommen die Teilnehmer auch Fragebögen, die bei Nikon korrigiert und den Teilnehmern zur Lernkontrolle zurückgeschickt werden. Ergänzt wird das Angebot durch ein Seminar und einen abschließenden Praxisworkshop. Anhand der Fragebögen wird Nikon eine bundesdeutsche Rangliste erstellen. Auf die drei besten Teilnehmer warten hochwertige Preise.

Die Weiterbildung dauert zunächst ein Jahr; die Weiterführung für mindestens drei Jahre ist geplant. Nach einem Jahr sollen Quereinsteiger die Möglichkeit haben, ebenfalls einzusteigen.

Die Teilnahmegebühr beträgt 99 DM je Studienjahr. In diesem Preis enthalten sind: sechs Lehrbriefe, ein Seminar, ein Praxisworkshop, vier Ausgaben der Fotozeitschrift Nikon-News, ein offizielles Zertifikat Nikon Image Berater vom Photo+Medienforum Kiel sowie die kompetente Betreuung über die gesamte Lehrgangsdauer von einem Jahr.

Information und Anmeldung bei: Nikon GmbH, Ralf Bieder, Tiefenbroicher Weg 25, 40472 Düsseldorf, Tel. 0211/9414-271, Fax 0211/9414-452.

Internationaler Preis für jungen Bildjournalismus

Agfa hat erneut den Internationalen Preis für jungen Bildjournalismus ausgeschrieben. Mit der sechsten Auflage, die wie immer mit der photokina startete, geht dieser wichtige Fotopreis ins zehnte Jahr seines Bestehens. Der Preis ist mit insgesamt 15.000 Euro dotiert. Er verfolgt das Ziel, begabten Nach-

wuchsfotografen die Möglichkeit zu geben, unabhängig und ohne Einflußnahme eines Auftraggebers in großer künstlerischer und gestalterischer Freiheit bildjournalistische Projekte zu schaffen.

An der Ausschreibung des Preises beteiligen sich regelmäßig Hunderte von jungen Fotografen und Fotodesignern aus rund 30 Nationen mit ihren Projekten. Zu den Preisen erscheint jeweils ein Katalog. Die fünf bereits erschienenen Kataloge stellen dementsprechend ein lebendiges Dokument des jungen Bildjournalismus der 90er-Jahre dar. Agfa setzt sein Engagement, wie immer, in Zusammenarbeit mit der Kulturabteilung Bayer und dem BildForum, Herten, fort.

Die Wettbewerbsbedingungen können angefordert werden bei: Agfa-Gevaert AG, Unternehmenskommunikation, Postfach 100160, 51301 Leverkusen, oder: Das BildForum, Resser Weg 1, 45699 Herten.



Freuten sich über die Inbetriebnahme des 100. Agfa VSP 50 bei CeWe Color (v. l.): Stephan Karpati (Key Account Finishing Agfa Deutschland), Dr. Wilhelm Nitsch (Leitung Laborgeräte Agfa), Hermann Schwithal (Geschäftsführer der CeWe Digital GmbH), Wulf-D. Schmidt-Sacht (Vorstandsmitglied der CeWe Color Gruppe), Eberhard Pandow (Laborleiter CeWe Labor Oldenburg) und Christian Richter (Abteilungsleiter Naßgeräte Agfa).

CeWe Color nimmt 100. Agfa VSP 50 in Betrieb

Der 100. Vario Speed Processor VSP50 von Agfa in Diensten der CeWe Color Laborgruppe ist jetzt im CeWe Stammhaus in Oldenburg in Betrieb genommen worden. Das Unternehmen setzt das Gerät im Verbund mit den Agfa MSP bzw. Agfa MSP Dimax Printern ein und realisiert mit dieser leistungsstarken Einheit einen effizienten Laborablauf. Maximalleistungen von bis zu 40.000 Prints pro Stunde, bei geringem Personaleinsatz, sind die Anforderungen, für die das System entwickelt wurde.

Inhalt:

Editorial
Seite 2

Leserbrief
Seite 3

photokina News
Seite 4

News
Seite 6

Impressum
Seite 6

Das Machbare machbar machen

Liebe Kolleginnen,
liebe Kollegen,

wir Fotografen sind erfolgsorientierte Handwerker. Einmal gefundene Lösungen – seien sie auch noch so knifflig – haben wir für alle Zeiten in unserem Hirn gespeichert.

Inzwischen fordern immer mehr Kunden von uns Fotografen Problemlösungen, die eigentlich gar nicht zu den klassischen Aufgaben der Berufsfotografen gehören. Beispiel: „Ich brauche eine Tafel für eine Messe mit fünf Fotos und Text drauf.“ Peng! Hier werden Fotos, aber gleichzeitig auch DTP-Leistungen aus der Computer-Abteilung sowie Schreiner- und Kaschierarbeiten angefragt.

Für den Kunden bleibt es am Ende ein großes Bild mit Text. Es interessiert ihn nicht, wie und bei wem diese unterschiedlichen Dienstleistungen erbracht werden.

Für uns Fotografen ist dieses Verhalten aber eine große Chance, zusätzlichen Umsatz zu machen. Sorgen Sie für Kontakte zu Messebauern, Schreinereien, Laminier-Stationen und Laboren, die Ihnen zu guten Konditionen diese Leistungen erbringen. In Zeiten von arbeitsteiligen Gesellschaften werden die Aufgaben für einzelne Betriebe



immer komplexer. Wir sollten uns unsere möglichen Zulieferer nicht erst dann besorgen, wenn solche Aufträge wirklich anstehen: Nehmen Sie noch heute Kontakt mit Kollegen auf, die Sie vielleicht schon bald als Partner brauchen.

Sie sollten wissen, wer für Sie Dienstleistungen aus folgenden Bereichen übernehmen kann:

- Ausbelichtungen auf Dia von digitalen Daten,
- Digitale Ausdrucke von Ihren Dateien,
- Kaschier-Arbeiten von Fotos,
- Ausdrucke Lambda in Foto-Qualität bis A 3 von digitalen Daten,
- Grafiker-Studios zur optimalen Aufbereitung von Bildern und Texten,
- Internet-Designer, die aus Ihren Fotos Kunden-Seiten gestalten.

Natürlich kennen wir alle große Betriebe, die entweder alle oder nur

teilweise diese Dienstleistungen anbieten. Einige Firmen aber sind wirkliche Spezialisten für bestimmte Dienstleistungen. Es lohnt sich immer, ohne Zeitdruck im Vorfeld zu sondieren und Preise zu vergleichen. Warten Sie nicht erst ab, bis der alte Spruch „Kunde droht mit Auftrag“ Realität wird – seien Sie vorbereitet, wenn Ihre Kunden in dem sich vermischenden Angebot von Medien-Dienstleistern (wir Fotografen sind nur ein Teil-Aspekt) nicht mehr genau die Kompetenzen zuordnen können.

Gehen Sie davon aus: Überall wo Bilder im Spiel sind, ist es eine Domäne der Fotografen. Bewegt, freigestellt, gedruckt oder gebrannt als CD-ROM... wir sollten dabei sein!

Wer seinen Dia-Film selbst entwickelt, seine High-End-Scans selbst erstellt, seine Proofs und Quadratmeter-Lappen über Nacht selbst ausdruckt, sollte spätestens an dieser Stelle seine Kernkompetenzen hinterfragen.

Die Zeit der Generalisten ist vorbei. Gefragt sind nun die Spezialisten mit den „besten Beziehungen“.

In diesem Sinne
Ihr/Euer

Tom Pochert

Tom Pochert

Leserbrief

Zum Editorial von Rolf Hartenfels in profi-contact 7/2000 erreichte uns folgendes Schreiben von Peter A. Schindler. Die Stellungnahme des Vorsitzenden des BBA geben wir ungekürzt wieder.

Lieber Rolf Hartenfels,
liebe Kolleginnen und Kollegen,

Du schreibst, daß Du die Prüfungskommission sehen möchtest, bei der

alles nach den unsinnigen Vorschriften durchgezogen wird. Hierzu folgende Anmerkungen:

1) Eine Prüfungskommission, die sich nicht an den Wortlaut des § 8 (Gesellenprüfung) der Verordnung über die Berufsausbildung zum Fotografen/zur Fotografin vom 12. Mai 1997 hält, läuft bei einem Einspruch, aufgrund eines Verfahrensfehlers, Gefahr, die gesamte Prüfung wiederholen zu müssen. Hiermit kämen unabsehbare Folgekosten auf die Prüfungskommission zu, die weit über die Kosten der Prüfung hinausgehen.

2) Die neuen Vorschriften sind nicht

unsinnig. Sie mögen dem einen oder anderen unsinnig erscheinen, das aber ist eine sehr persönliche Ansichtssache. Die Verordnung von 1997 wurde von den Sachverständigen mit einem hohen Maß an Verantwortung für diesen Beruf nach einem modernen Raster, das ihnen von Bildungspolitikern vorgegeben wurde, erarbeitet. Die Sachverständigen, denen nicht nur Mitglieder des BBA und des CV, sondern auch „Außenstehende“ angehörten, hatten die Aufgabe, die Interessen unseres Berufsstandes in bezug auf eine moderne Berufsausbildung in das vorgegebene Raster einzubringen.

3) Aber das nur am Rande. Wer auf der

einen Seite davon spricht, verantwortungsvoll die Prüfungen unserer jungen Mitarbeiter abzunehmen, sollte auf der anderen Seite nicht vom „Durchziehen“ einer Prüfung sprechen. Ich persönlich ziehe weder Prüfungen noch Aufträge meiner Kunden durch, aber das liegt vielleicht an der Gnade meiner frühen Geburt.

Du beklagst, daß wir von den neun Aufgaben des früheren Gesellenstückes Abschied nehmen mußten.

Hierzu

a) Das oben erwähnte Raster, nach dem die neue Verordnung zu erstellen war, gab den Sachverständigen eine Zeit vor, innerhalb derer das Gesellenstück zu erstellen sein muß. Das heißt, daß der mögliche Umfang der zu erstellenden Arbeiten in der vom Ordnungsgeber vorgegebenen Zeit durchführbar sein muß. Der Ordnungsgeber hatte den Sachverständigen für die Erstellung des Prüfungsstückes im Fotografenhandwerk ursprünglich ganze 14 – maximal 18 – Stunden zugestanden. Erst in der allerletzten Sitzung in Bonn haben die Sachverständigen die

vorgegebene Zeit von 14, maximal 18 Stunden, auf 14 Tage durchsetzen können.

b) Jeder Ausbilder, jede Ausbilderin hat laut Ausbildungsrahmenplan die Verpflichtung, den Auszubildenden Fertigkeiten und Kenntnisse zu vermitteln, die diese dazu befähigen, Fotos vom Paßbild über Reportage, Porträt, Architektur, Stillife, Werbung bis zu Industrie selbständig anzufertigen. Am Ende einer, nach den Vorgaben des Ausbildungsrahmenplans durchgeführten, verantwortungsvollen Ausbildung wird jeder Auszubildende genug Bildmaterial neben seinen Prüfungsaufgaben und den Aufgaben aus dem fotografischen Praktikum für seine Bewerbungsmappe haben.

Abschließend:

Viele verantwortungsvolle Prüfer in Deutschland (genug Namen sind mir bekannt und können bei Bedarf bei mir nachgefragt werden) halten die derzeit gültige Gesellenprüfungsordnung nicht „für stark reparaturbedürftig“, sondern haben die neuen Möglichkeiten erkannt und bereits zum Nutzen



Peter A. Schindler, Vorsitzender BBA

einer besseren und sinnvolleren Gesellenprüfung, als dies bisher möglich war, eingesetzt.

Gerade ein „Mehrfachvorsitzender“ sollte überlegen, was seine Worte, wenn sie an die falsche Adresse kommen, „anrichten“ können.

Bitte verzeih' mir meine klaren Worte. Wir verstehen uns doch sonst so gut.

Dein

Peter A. Schindler
Vorsitzender BBA





JETZT
 Sie sparen ca.
1.800,- DM
ZUGREIFEN



Rolleiflex 6008 integral Makro-Kit

Das attraktive Kit für alle engagierten Mittelformat-Fotografen im Alu-Koffer.

bestehend aus:

Rolleiflex 6008 integral kpl. mit

- Faltlichtschacht • Einstellscheibe High-D-Screen
- Wechselmagazin 6x6/120 • Autoladekabel • NiCd-Akku
- Schnellladegerät • Trageriemen • Makrohandbuch

Carl Zeiss Makro-Planar 4/120 mm HFT PQS

mit Gegenlichtblende Baj.-Größe VI

UEVP 9.998,- DM inkl. MwSt.

In limitierter Auflage




Rollei Fototechnik GmbH
 Salzdahlumer Straße 196
 38126 Braunschweig
 Hotline (05 31) 6 80 02 77

Die Welt aus der Nähe betrachtet

PT 2000 Foto: Fritz Rauschenberg

Optimaler Filmschutz

California Sunbounce Geschäftsführer Wolfgang-Peter Geller (rechts) und



Foto: Jürgen Günther

Tom Stoklossa zeigten eine neue Filmtasche, in der die Filme – getrennt nach belichtet und unbelichtet – optimal vor Staub, Feuchtigkeit und Sonneneinwirkung geschützt werden. Ein besonderer Clou ist der Aufdruck „Do not X-Ray“, der bei der Handgepäckkontrolle am Flughafen den professionellen Charakter unterstreicht.



Foto: Jürgen Günther

Kompakter Studioblitz

Klein und stark (1.200, 2.400, 3.600Ws) sind die drei neuen Magnolux Studioblitzgeneratoren, die Multiblitz Verkaufsleiter Peter Dalitz vorstellte. Durch die schnellen Abbrennzeiten (ab 1/2000 Sek.) und Ladezeiten (ab 0,3 Sek.) sind die neuen Generatoren ideal für People- und Modefotografie. Ferner bietet Magnolux symmetrische und asymmetrische Lichtverteilung, stufenlose Regelung der Blitzenergie und beleuchtete Bedienelemente.

Linhof M 679cc-System

Auf dem 250 qm großen Linhof Messestand drehte sich im Studiobereich alles um die digitale Fotografie. Schwerpunkt bildete die neue M 679cc mit zusätzlichem horizontalen und vertikalen Shift an der Bildstandarte. Die Kamera bietet alle Möglichkeiten der professionellen Bildgestaltung, kombinierbar mit nahezu allen Digitalrückteilen – vom One-Shot über Multi-Shot bis zum Highend-Scanner.



Foto: Linhof

Ein überarbeiteter Wechselschlitten mit Hasselblad-Adapter dient nicht nur zum schnellen Wechsel von Mattscheibenrückteil und angesetztem Digitalrückteil, sondern er erweitert außerdem die Aufnahmefläche digitaler Chip-Rückteile um fast das Dreifache. Durch drei exakte Raststellungen sind zudem Panorama-Digitalaufnahmen möglich.

Studiolicht für Einsteiger

Dörr erweitert sein Lieferprogramm um professionelles Studioequipment. Kernstück sind die beiden Studioblitzgeräte FE 250 (DM 699,-) und FE 500 (DM 950,-) mit einer Leistung von 250Ws bzw. 500Ws und einem Einstelllicht von 150 Watt. Beide Geräte liefern Tageslicht (5.800°K) und haben einen Abstrahlwinkel von 55°. Die Blitzdauer liegt zwischen 1/500 und 1/800 Sekunde. Die Blitzdauer ist in vier Stufen einstellbar. Zur Komplettausstattung gehören unter anderem Slave-Sensor, Testauslöser, Bereitschaftsanzeige, Schirmhalter und Standardreflektor.



Foto: Dörr



Foto: Jürgen Günther

Hintergründiges aus Spanien

Stilfondo, der spanische Spezialist für Fotohintergründe, zeigte auf der Messe viele neue zwei- und dreidimensionale Hintergründe und Studioaccessoires. Über das rege Interesse der Besucher freuten sich Verkaufsdirektor José Carrillo Sandomato (links), Pascual Andrés Clari (rechts) und Erich Leiser, der die Stilfondo Produkte in Deutschland vertreibt.



Foto: Jürgen Günther

Faltbarer Aufnahmetisch

Gerd Helmich, Geschäftsführer von CF Foto + Video, in diesem Jahr erstmalig ohne eigenen Stand, präsentierte am Stand von Tristar einen neuen faltbaren Aufnahmetisch, der sich in wenigen Sekunden auf- und abbauen läßt. Der Tisch eignet sich hervorragend für kleine Studios oder für mobile Aufnahmen direkt beim Kunden.

Technische Daten: Breite: 72,5 cm, Höhe: 75 cm, Gewicht: 6 kg. Die transparente Platte ist 3 mm stark.

Lichtvielfalt bei Profoto

Professionelles Studioliht präsentieren am Profoto Stand Verkaufsleiter Guido Puttkammer (links) und Geschäftsführer Reiner Ter. Neu im Lieferprogramm ist das Kompaktblitzgerät ComPact Plus 1200 mit einer Leistung von 1200 Ws, einem 500 Watt Halogen-Einstelllicht und einer Blitzfolgezeit von 0,3 bis 1,8 Sekunden. Das kompakte Gerät ist 12 x 49 cm groß und wiegt nur 3,9 kg.



Foto: Jürgen Günther



Foto: Prat

Albenserie mit „Schlüsselloch“

Viva heißt die neue Albenserie von Prat, die es in vier verschiedenen Formaten und fünf unterschiedlichen Farben gibt.

Erhältlich sind zwei Ausführungen: eine mit 24 und eine mit 48 Seiten. Die Seiten sind an Stäben befestigt, lassen sich austauschen und bequem umblättern. Alle Produkte haben ein Fenster zum personalisieren und ein Satinverschußband.

Die Viva Alben eignen sich hervorragend zur Präsentation speziell für erotische Fotografien.



Foto: Kaiser Fototechnik

Scannerkamera mit FireWire-Anschluß

Kaiser Fototechnik stellte zwei neue Scando Modelle mit FireWire-Interface vor, die durch herausragende Aufnahmezeiten überzeugen.

So liefert das Modell icoss/3 eine Auflösung von ca. 16,8 Millionen Pixeln bei einer Dateigröße von 48 MB. Als Ausgabeauflösung werden 400 dpi bezogen auf A4 erreicht. Die icoss/5 bietet eine Auflösung von etwa 28,8 Millionen Pixeln und Dateigrößen von 84 MB. Damit sind im Druck 300 dpi bezogen auf A3 erreichbar.

POSICOL

Das unsichtbare Retusche-System

POSICOL Retuschierfarben enthalten keine Bindemittel und dringen unsichtbar und ohne Rückstände in alle modernen Papierarten ein. Die Farben sind untereinander mischbar und können mit destilliertem Wasser verdünnt werden.



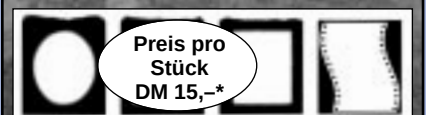
HOLZKOFFER mit 14 Color-Farben, 6 S/W-Tönen und 5 Spezialitäten (Tiefschwarz, Abschwächer, Entfärber etc.), Video-Anleitung, Palette und Pinsel **DM 390,-***.



Einzelflasche (alle Farben) **DM 28,50***

Negativ-Vignetten

Diese Masken ermöglichen im Sandwich-Verfahren, allen Bildern eine besondere Note zu geben, ohne das Negativ zu verändern. Unsere Vignetten sind lieferbar für die Negativformate 24x36, 45x60, 60x60 und 60x70 mm. Mindestabnahme 5 Stück sortiert in einem Format.



Preis pro Stück **DM 15,-***

*Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer.

Kataloge · Informationen · Preise:

ERICH LEISER

Fachgroßhandlung · Fotoververtretung CDH

Ohmstraße 41 · D-35329 Gemünden/Felda
Fax (0 66 34) 84 90 · Telefon (0 66 34) 6 51



Kodak fördert den Nachwuchs

Alle Personen (Höchstalter 30 Jahre), die ihre Ausbildung in der Fotografie oder im Foto-Design absolvieren oder gerade abgeschlossen haben und professionell in diesem Bereich arbeiten, können sich am Kodak Nachwuchs Förderpreis 2000 (Einsendeschluß ist der 16.11.2000) beteiligen. Teilnahmebedingungen von Kodak Professional, Claudia Leiendecker, Hedelfinger Str. 60, 70327 Stuttgart, Fax: 0711/4062514.

Personalausweise per Internet?

Laut einem Bericht in „Die Welt“ plant die Bundesregierung, das Antragsverfahren bei Ausweisen zu verändern bzw. zu verkürzen. Geplant ist, das Antragsformular über die Homepage der jeweiligen Meldebehörde auszufüllen und zu verschicken.

Zur Zeit entscheidet das Kabinett über neue Regeln für E-Commerce. Damit verbunden ist auch eine Änderung des Signatur-Gesetzes, wodurch das elektronische Unterschreiben der handschriftlichen Signatur juristisch gleichgestellt wird.

Jetzt fragen sich natürlich die Fotografen: Was passiert mit den Paßbildern? Die geplante Liberalisierung auf EU-Standard soll es dann zulassen, daß der Bürger ein Paßbild mit einer Digitalkamera anfertigt und dieses zusammen mit dem Antragsformular per E-Mail an die Behörde sendet.

Regionaltreffen in Bayern

Das diesjährige Regionaltreffen des APPI Bayern findet am 4./5. November



Erfolgsbeteiligung in Goslar

Über 40 Partner und Gäste besuchten das achte Treffen des Imaging-Service Clubs, das Ende August in Goslar stattfand. Wie immer standen Information und Gedankenaustausch auf der Tagesordnung. Besonders erfreulich für den ISC: Am Ende der Veranstaltung konnten zwei neue Mitglieder begrüßt werden. Das nächste Treffen findet am 21./22. Februar 2001 statt.

im Studio Baumann in Cham statt. Infos und Anmeldungen: Willi Wagner, Murnau, Telefon 08841/5050.

zu von Manfred Kohl, Hüttemeisterstraße 8, 58511 Lüdenscheld, Telefon 02351/42300, Fax 02351/459812.

APPI in NRW aktiv

Ende August fand das erste APPI-Seminar in Nordrhein-Westfalen unter neuer Leitung statt. Regionalleiter Manfred Kohl hatte zum Thema „Karriere- und Bewerbungsfotografie“ eingeladen. Verschiedene Referenten gaben Tips, wie ein gutes Bewerbungsfoto aussehen sollte und erörterten ebenfalls die Bedeutung eines ausführlichen Beratungsgesprächs.

Aufgrund des großen Erfolges werden auch in naher Zukunft wieder interessante Seminare stattfinden. Infos hier-

Werden Innungen zum Verein?

Immer wieder werden die Kammern durch Gerichtsurteile „ausgebremst“, wenn es um Arbeiten in der handwerklichen „Grauzone“ geht; anscheinend sehen deutsche Gerichte die Sachlage nicht mehr ganz „so eng“.

Das Schlagwort „Deregulierung“ wird inzwischen zwar nicht mehr im Sprachgebrauch der Politiker geführt, doch denkt man insgeheim über Modelle nach, die die Handwerker massiv benachteiligen werden.

Die Rede ist von den Plänen der Bundesregierung, die Privilegien des Handwerks zu beschneiden und den Kammern, Kreishandwerkschaften, Landesverbänden und Innungen den Status eines „Vereins“ zu geben. Dadurch würde das bisherige Handwerksrecht seinen Status verlieren und durch ein „billiges Vereinsrecht“ ersetzt. Aus Sicht des Finanzministers sicher eine reizvolle Idee. Wundern kann man sich über unsere Politiker, die wegen Steuer-Mehreinnahmen die Tradition des Handwerks beschneiden und dabei anscheinend jedes Maß an Realität verloren haben. Damit wäre der Geselle herkömmlicher Art „gestorben“ und das Prüfungswesen der Gesellenausschüsse gleich mit. Noch ist alles nur ein Gerücht, aber wie lange noch?

Impressum:

profi-contact

**Offizielles Organ deutscher
Berufsfotografen-Verbände**

appi: Hohenfeldstraße 26, 49809 Lingen,
Telefon 0591/9131-200, Telefax 0591/9131-202

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

aph: Holstenwall 12, 20355 Hamburg,
Telefon 040/3574460, Telefax: 040/353983
Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen

Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90

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

Verlagsleitung: H. J. Blömer, Eleonore Blömer.

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

Ständige redaktionelle Mitarbeit: Bundes-
innungsmeister Tom Pochert, DGPh; Rolf Hartenfels.

Grafik und Herstellung: Detlef Gruss; **Anzeigen:**
Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich); Ralf Gruna.
Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 27. **Vertrieb:** Karin
Engemann. **profi-contact** erscheint im **imaging+foto-**
contact, der größten Fachzeitschrift der Fotobranche,
zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Namentlich
gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die
Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte
Manuskripte und Bilder wird keine Haftung über-
nommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und
Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

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

Auslieferung Anfang November

FOTO - WINTER

Die große Werbeaktion zur Foto-Wintersaison

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

Das attraktive Werbemittel für den Fotohandel – kostenlos!



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

Bestellen Sie, solange der Vorrat reicht!



Sichern Sie sich schon jetzt
Ihre kostenlosen Exemplare
FOTO - WINTER
Senden oder faxen Sie den
Bestellcoupon bitte an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
FOTO-WINTER
Postfach 1229
40832 Ratingen
Fax: 0 21 02 - 20 27 90

Bitte liefern Sie mir kostenlos frei Haus Exemplare (Verpackungseinheit 500 Stck.) der Broschüre:

FOTO - WINTER

Ab 1000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindrucks. Die Gebühr beträgt 99,90 DM für die ersten 1000 Exemplare und jeweils 59,50 DM für weitere 1000 Exemplare (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer). Auf Wunsch kann zu Broschüren mit individuellem Firmeneindruck kostenlos eine individuelle Preisliste geliefert werden.

Wir wünschen einen Firmeneindruck. ☐

Wir wünschen eine eigene Preisliste. ☐

Absender/Firma:

Name des Sachbearbeiters:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Datum: Unterschrift:

Für Rückfragen: Tel. Nr.:

Zur Bearbeitung Ihres Auftrags werden Ihre Daten elektronisch gespeichert. Bitte kreuzen Sie dieses Feld nur an, ☐ wenn Sie nicht mit der Weitergabe Ihrer Adresse an die Fotoindustrie oder den Fotogroßhandel einverstanden sind:



Ulrich Vielmuth

War in den Jahren ausgangs der 90er auf der photokina für den Videoaktiven nicht allzuviel Neues präsent, hat der Chronist diesmal auf diesem Sektor allerlei Erfreuliches zu vermenden. Der vorübergehende Durchhänger ist überstanden. So hat man als regelmäßiger Messebesucher diesmal besonders gespürt, daß die 50. photokina beileibe keine altehrwürdige Veranstaltung mit Konditionsproblemen war, sondern im Gegenteil sich ganz modern mit zeitgemäßen – natürlich digitalen – Inhalten präsentierte. Das Digital-Zeitalter ist längst angebrochen, die photokina in Köln einmal mehr beeindruckendes Spiegelbild des Machbaren. Hoffentlich immer zugunsten der Kreativität. Auch der letzte Fotohändler zwischen Flensburg und Garmisch wird es gemerkt haben: Foto, Video und Computer gehören zusammen.

Überraschung

Wie schön, daß die Ingenieure von Panasonic bei der Planung des neuen Mini-DV-Camcorders prima zu Ende gedacht und dem neuen digitalen Spitzencamcorder NV-MX300 ein (sehr) anständiges Kameraobjektiv der Prestige-Klasse spendiert haben. Sicherlich haben die Marketingleute dabei auch ihre Finger im Spiel gehabt.

Das neue, stolze Flaggschiff von Panasonic, dem ewigen Rivalen von Sony, wurde auf der photokina in Köln nun den staunenden Camcorder-Enthusiasten präsentiert, als erstes Ergebnis der Zusammenarbeit mit dem renommierten Kamera- und Objektiv-Hersteller Leica Camera AG. Der kleinste und zur Zeit – laut Panasonic – leichteste 3CCD-Digital-Camcorder kann stolz mit einem eingebauten Leica Dicomar-Zoomobjektiv, bestehend aus dreizehn einzelnen Linsen und sechsfachem Multi-Coating, aufwarten.

Bei genauem Hinsehen wird offenbar, daß für den neuen Camcorder im Detail die professionelle Videotechnik Pate gestanden hat. So kommt das in den Panasonic Broadcast-Kameras (im Fernsehbereich eingesetzt) verwendete 3CCD-System zur Anwendung.

Beispiel: Drei 1/4-Zoll-CCD-Chips mit je 570.000 Pixeln sorgen für eine horizontale Auflösung von 520 Linien. An sich keine besondere Meisterleistung. Aber: Videoaufzeichnungen werden dank einer speziellen Anordnung der Pixel beim Grün-Chip praktisch gleichwertig mit einer Auflösung von 810.000 Pixeln. Denn der besonders wichtige CCD-Chip für das Grünsignal ist etwas versetzt angeordnet, so daß auch Zwischenwerte abgetastet werden.

Darüber hinaus verhilft ein Super-Pixelverteilungs-System – ebenfalls entlehnt der professionellen Videotechnik – für eine optimierte horizontale Auflösung. Diese Technologien setzen die hohe Bildauflösung des Leica Dicomar-Objektivs mit großer Genauigkeit in elektronische Daten um. Der hohe

Camcorder mit Leica-Objektiv

Integrationsgrad der LSI-Schaltkreise steigert die Präzision der Signalverarbeitung.

Gefallen haben mir die zahlreichen profihaften Ausstattungsmerkmale mit und ohne Automatik-Charakter. Dazu gehören die Zebromuster-Warnung im Sucherbild vor Überbelichtung (100%), Farbbalken, Blende, Schärfe, Shutter und Weißabgleich. Selbst das eingebaute Stereo-Zoom-Mikrofon kann manuell gepegelt werden.

Nun hat endlich auch Panasonic einen fortschrittlichen, selbst entwickelten optischen Bildstabilisator, der gut funktioniert – ohne Bildqualitätsverluste.

Leica-Qualität

Man hat im fernen Japan gut daran getan, seine gebündelten Camcorder-Innovationen bei diesem Modell mit einem erstklassigen Objektiv zu koppeln. Darüber hinaus ist zum Glück nicht der Fehler so mancher Mitbewerber wiederholt worden, den Zoom nicht im weitwinkligen Brennweitenbereich beginnen zu lassen. Denn mit dem Variobereich von 3,55 bis 42,6 mm steht dem Filmer hier ein doch recht weitwinkliger Anfangsbereich zur Verfügung, wobei die Teleeinstellung mit über 40 mm in der Praxis bei den meisten Drehs völlig ausreichend ist. Ich selbst habe auf meinem Betacam SP-Camcorder ein weitwinkliges Canon-Zoom-Objektiv mit Brennweitenverdoppler. So kann ich auch in engen Zimmern oder Büros problemlos drehen.

quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

Hoher Anspruch

Am Anfang der Entwicklung des neuen MX300-Camcorders hat bei Panasonic der Anspruch gestanden, diesmal nicht nur den anspruchsvollen Hobbyfilmer, sondern ebenfalls den Videoprofi zufriedenzustellen. Tatsache ist: Zunehmend werden hochwertige Mini-DV-Camcorder auch von Profis eingesetzt, um schwierige Drehs mit einfachen Mitteln zu realisieren. Das kann bei Sport-, Flug- und verdeckten Aufnahmen der Fall sein, oder gar in Ländern, wo keine offizielle Drehgenehmigung kurzfristig zu erreichen ist. Da sind die leistungsstarken Mini-DV-Camcorder eine wertvolle Hilfe. Besonders überzeugend ist bei diesem Panasonic NV-MX 300-Camcorder die trendhafte Verbindung von Video und Foto realisiert worden: Stehbilder mit 1,8-Megapixel-Qualität garantieren hochwertige Fotoausdrucke. Mit einer Auflösung, die dem Niveau des UXGA-Grafikstandards entspricht, stellen diese Fotoausdrucke eine neue Spitzenleistung für Camcorder dar. Warten wir mal ab, was die Mitbewerber bei der nächste IFA in Berlin in dieser Hinsicht zu bieten haben!

Keyphotos erster Auftritt auf der photokina

Mit ihrem ersten Auftritt auf der photokina gab Keyphoto zwei Vertragsabschlüsse für den Vertrieb bekannt. Key-



Axel Flaig, Geschäftsführer von Keyphoto

photo hat das Recht, die Marke Vivitar in Deutschland zu repräsentieren. Darüber hinaus bietet das Unternehmen die Marken Halina und Goldline auf dem deutschen Markt an. „Dieses breitgefächerte Angebot von über 400 Produkten verschafft uns eine Spitzenstellung als Anbieter preiswerter Foto-produkte“, so Axel Flaig, Geschäftsführer von Keyphoto. Hinzu kommt ein Reparatur- und Umtauschservice, der über das Keyphoto-Büro in Hannover abgewickelt wird. Jedes Produkt, das von Keyphoto auf dem deutschen Markt verkauft wird, ist mit einer fünfjährigen Umtauschgarantie ausgestattet.

Canon Academy lädt zum Blitzfotografie-Workshop

Thema des Workshops ist die faszinierende Welt der Blitzfotografie mit 550 EX an EOS 1 V, EOS 3 und EOS 30 mit 420 EX. Zudem wird mit Agfachrome Professional Diafilmen gearbeitet, die zur sofortigen Kontrolle mit Tetenal entwickelt werden. Eingeladen sind Canons Partner aus dem Handel, dem CPS und engagierte Amateure. Voraussetzung ist, daß die Teilnehmer das EOS-System grundsätzlich kennen und mit der Bedienung keine Schwierigkeiten haben, damit man sich ganz dem Blitzen zuwenden kann. Der Workshop fin-

det vom 14.-16.11. in Thüringen, vom 21.-23.11. in Rauenberg und vom 28.-30.11. in Minden statt. Im Teilnahmebeitrag von 464 DM sind Unterkunft mit Vollpension, Modelhonorar, Material und Skript enthalten.

Für den 1./2.12. laden Canon und der AKF zu einem Vortrag von Paul Leclair in Zwiesel ein. Leclair berichtet am Beispiel ausgesuchter Fotos über seinen Werdegang, seine heutige Arbeit und seinen Einsatz moderner Foto-technik analog und auch digital. Abwechselnd werden Prints, Diaprojektoren und Beamer eingesetzt. Die Teilnehmer sind aufgefordert, in freier Diskussion ihre Fragen und Meinungen zu äußern und eigene Arbeiten mit Paul Leclair zu erörtern. Da Canon das Honorar des Referenten übernimmt, beträgt der Teilnahmebeitrag 50 DM.

„Copier of the Future“ erhält Award of Excellence

In New York ist Canon Inc. mit dem „IEA-DSM Award of Excellence“ ausgezeichnet worden. Das Unternehmen erhielt den Preis für den „Copier of the Future“. Der prämierte Canon Prototyp überzeugte die Juroren mit seiner speziellen Surf-Technik (Surface Rapid Fusing). Dabei sorgt ein kleines Heizaggregat aus Keramik für die Umsetzung von Wärme und Energie. So werden die Aufwärmzeit verkürzt und der Stromverbrauch reduziert. Somit erfüllt das Gerät die strengen Kriterien der Jury in puncto Leistung und Energieverbrauch. Fujio Mitarai, Präsident von Canon Inc., nahm die Auszeichnung entgegen. Die Verleihung fand im Rahmen der Canon Expo 2000 @ New York, der Technik- und Produktausstellung des Unternehmens, statt.

Service auf Sinar-Produkte gewährleistet

Alle Sinar-Produkte – in Deutschland vertrieben durch PSL Photosysteme in Ahrensburg – bieten eine Hersteller-Gewährleistungsfrist von zwei Jahren, bei CreoScitex-Produkten beträgt die Herstellergarantie sechs

Rundum's Minilab

- ➔ Zubehörgeräte
- ➔ Sleeve, Filter, Klebeband...
- ➔ Fotoboxen und Verpackungen
- ➔ APS-Zubehör



DOHM GmbH · Blumenstr. 31
D-72127 Mähringen
Tel. 070 71/91 29-0 · Fax 91 29-31

Internet: <http://www.dohm.de> · e-mail: info@dohm.de

Monate. Darüber hinaus seien auch die Reparatur- und Serviceleistungen auf Jahre hinaus sichergestellt, teilte das Schweizer Unternehmen in einer Presseerklärung mit. Zu den vom Sinar-Service begünstigten Produkten gehören neben den Sinar Fachkameras auch alle bisherigen, gegenwärtigen und zukünftigen Digitalrückteile von Sinar (Sinarback 22 und 23) und von Leaf CreoScitex (Leaf DCB I, Leaf DCB II und Leaf Volare).

Neuer Betreuer für den Fotohandel bei Yashica

Stefan Reutershan (36) hat bei Yashica Kyocera die Betreuung des Fotohandels für die Gebiete Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland übernommen. Reutershan ist somit Nachfolger von Werner Plösser (61), der jetzt als Contax Product Manager seine Erfahrung in diesem Produktbereich bundes- und europaweit einsetzt.

Inserenten-Verzeichnis

Agfa	23, 51	Metz	53
Bremaphot	7	Noritsu	14, 15
C.A.T.-Verlag	39, 55, 83	Pentax	31
CeWe-Color	27	PMA	37
Canon	96-98, 3. U., 4. U.	Presse Informations Agentur...	74
Dohm	85	Ritter & Wirsching	8
Erno	67, 69, 71	Rollei	61
Fuji	44, 45	Sony	9
Goltdammer	76	V-Dia	2. U.
Jobo	75	VGP	87
Kodak	20, 21	Kleinanzeigen	91-95
Loersch	50		

Der Versandhausberater

Verzeichnis des Versandhandels Deutschland – Österreich – Schweiz

Um erfolgreich arbeiten zu können, sind vor allem gute Branchenkenntnisse erforderlich. Marktübersicht und Konkurrenzanalyse sind das A und O für einen gewinnbringenden Handel. In der stetig wechselnden Mail-Order Branche sind gerade die aktuellen Firmeninformationen oberste Voraussetzung für erfolgreiche Firmenkontakte.



Mit mehr als 4.600 Versandhandelsprofilen und einem völlig überarbeiteten Dienstleisterverzeichnis mit über 1.600 Dienstleisterprofilen bietet das

Verzeichnis einen kompletten Marktüberblick der deutschen Versandhandelsszene. In der aktuellen fünften Ausgabe des Verzeichnisses des Versandhandels 2001 haben wesentlich mehr Unternehmen ihre Daten zur Verfügung gestellt, so daß die Angaben und die damit möglichen Analysen noch genauer sind.

Neben dem ausführlichen Verzeichnis der Versandhäuser, die umfassend dargestellt werden, bietet das Nachschlagewerk

- Wissenswertes rund um den Versandhandel,
- zahlreiche Ansprechpartner bei Verbänden und Institutionen,
- eine umfassende Übersicht über wichtige Partner des Versandhandels in der Paket- und Speditionspost,
- das Dienstleisterverzeichnis mit mehr als 1.600 Dienstleistern rund um den Versandhandel,
- die TOP 100 des Versandhandels,
- zahlreiche Suchkriterien auf CD-ROM, die die Suche nach Versandunternehmen, Dienstleistern bzw. den Mitbewerbern erleichtern,
- umfassender Überblick über die Direktfinanzdienstleister,
- Top Ranking der großen Call-Center in Deutschland.

Der Versandhausberater, Verzeichnis des Versandhandels 2001 Deutschland – Österreich – Schweiz, incl. CD-ROM,

727 Seiten, FID Verlag Fachverlag für Informationsdienste Bonn, ISBN 3-932017, 398,- DM.

Reinhard Eisele:

Reisefotografie – Praxiswissen eines weit gereisten Profis

Der erfolgreiche Reisefotograf Reinhard Eisele zeigt in diesem Buch anhand 150 seiner Fotos, wie man die eigene Reisefotografie professioneller gestalten kann. Dabei deckt er die ganze Bandbreite der Reisefotografie ab: die Landschaftsfotografie, Fotografieren in Städten, Begegnungen mit Menschen und Luftbildaufnahmen. Er zeigt auch, wie jeder Reisende durch gekonntes Fotografieren seine Reise inhaltlich verändern und erlebnisreicher gestalten kann.

Durch zahlreiche nützliche Tips wird die Qualität der Reisefotografie deutlich verbessert:

Zu einer sinnvollen Planung der Reise gehört es, die Filme und Ausrüstung gezielt auszuwählen, zu transportieren und einzusetzen. Eine wichtige Rolle für gelungene Fotos spielen auch die optimalen Uhr- und Jahreszeiten; durch die Auseinandersetzung mit dem richtigen Licht, der idealen Tageszeit, dem spannendsten Moment, dem besten Standpunkt und der gewollten Bildaussage beginnt man, Dinge intensiver zu betrachten und damit auch intensiver zu erleben.

Auch schwierige Motive sind zu meistern: So gibt der Autor beispielsweise Tips, wie man Menschen in ihrer Umgebung fotografiert, ob in der Sahara oder in der Wall Street. Und auch bei schlechten Lichtverhältnissen sind gute Fotos möglich. Ein weiteres Thema ist die gelungene Luftbildaufnahme.



Bilder originell zu gestalten, ist ein weiterer Schwerpunkt des Buches. Hier geht es darum, Städte fotografisch zu entdecken, bei Landschaftsaufnahmen eindrucksvolle Stimmungen zu erzeugen und eine eigene Sichtweise zu entwickeln.

Der Fotograf, Designer und Autor Reinhard Eisele, 1953 in Augsburg geboren,

hat auf der ganzen Welt fotografiert. Seine Fotos erscheinen in Magazinen wie „Merian“, „Geo“, „National Geographic“, „Zeit-Magazin“ u.v.m. und sind bei internationalen Bildagenturen weltweit vertreten. Besonders erfolgreich sind seine großformatigen Bildbände über Indien, Bali, Kalifornien, die Karibik und die Toskana.

Reinhard Eisele, Reisefotografie – Praxiswissen eines weit gereisten Profis, Augustus Verlag, München 2000, 96 Seiten, vierfarbig, 21,0 x 26,0 cm, Hardcover, ISBN 3-8043-5138-7, DM 39,90.

Rudolf Majonica:

People & Porträt

Wer die Porträtfotografie beherrschen möchte, muß einige Voraussetzungen erfüllen:

Zum einen sollte er die fotografisch technischen Voraussetzungen beherrschen und außerdem das Licht adäquat nutzen oder zu seinem Zweck lenken. Darüber hinaus gilt es, die richtige Balance zu finden zwischen dem Wunsch, sowohl die Realität abzulichten als auch mit der beabsichtigten Nachricht des Bildes sich selbst einzubringen.



Die neue Porträtfotografie will den Menschen nicht einfach abbilden, sondern versucht, die Vielfalt seines Wesens sichtbar zu machen.

Die ausschließliche Ausrichtung des Buches auf Schwarzweiß-Abbildungen dient der notwendigen Konzentration auf das Wesentliche.

Das Buch von Rudolf Majonica verfolgt die Zielsetzung, jeden engagierten (auch Amateur-) Fotografen fit für erfolgreiche Porträtfotografie in Schwarzweiß zu machen.

Ausführlich kommentierte Bildbeispiele von namhaften Fotografen aus aller Welt, unter anderen Nobuyoshi Araki, Peter Brückmann, Josef H. Darchinger, Will McBride, Duane Michals, Andreas Pohlmann, Wolfgang Tillmanns, Pan Walther, Andy Warhol und Hilde Zemann, machen es möglich, dem Leser

und Lernenden Beispiele vor Augen zu führen, die Anregung geben und Mut machen zu eigener, fotografischer Kreativität. Porträtiert wurden u.a. Mario Adorf, Willy Brandt, Jacqueline Onassis, Roman Polanski, Elvis Presley, Gerhard Schröder, Frank Sinatra, Rita Süßmuth und Sharon Tate.

Der Autor, Rudolf Majonica (DGPh), langjähriger Verlagsleiter bekannter Fotobuch-Verlage, gehört zu den kompetentesten Kennern der Fotoszene; zudem hat er in den letzten Jahren selbst mehrere Foto-Bildbände mit seinen Fotos ausgestattet.

Rudolf Majonica, People & Porträt, Das Bild vom Menschen in Schwarzweiß, 96 Seiten, 200 Abbildungen, 21,0 x 26,0 cm, Hardcover, Augustus Verlag München 2000, ISBN 3-8043-5143-3, DM 39,90.

Julien Busselle:

Schwarzweiß entwickeln und vergrößern

Der Fotograf und Fachautor Julien Busselle, der in North Devon, England, lebt und arbeitet, beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit der Schwarzweiß-Fotografie, wobei seine Aufnahmen in vielen Zeitschriften und Büchern erscheinen. Sein Buch mit dem Titel „Schwarzweiß entwickeln und vergrößern“ stellt einen Leitfaden für die Arbeit im eigenen Fotolabor mit detaillierten Informationen dar. Denn nur wer seine Aufnahmen selbst entwickelt, kann auch seine ganz persönlichen Vorstellungen von einem gelungenen Foto verwirklichen. Die gezielte Auswahl von Papier und Entwickler, die Festlegung von Format und Bildausschnitt, spezielle Techniken der Belichtung und Vergrößerung – all dies eröffnet die Möglichkeit, das Potential der Aufnahme voll auszuschöpfen, ihr eine bestimmte Interpretation zu geben oder auch „nur“ eine problematische Belichtungssituation im nachhinein zu bewältigen. Techniken, die im Zeitalter der „schnellen“ Digitalfotografie mit anschließender Bildbearbeitung am PC wieder einen besonderen Reiz gewonnen haben.



Julien Busselle zeigt Schritt für Schritt, wie man das eigene Fotolabor optimal einrichtet und ausstattet. Er erläutert, welche Materialien benötigt werden und führt in die Verfahren für Negativ- und Positiventwicklung ein bis zum perfekten Abzug. Am Beispiel ausführlich kommentierter Schwarzweiß-Abzüge internationaler Top-Fotografen werden die

Labortechniken der Profis vorgestellt und durch Skizzen und Diagramme veranschaulicht. Hinweise zu Lagerung und Präsentation der Fotos ermöglichen den professionellen Umgang mit den Abzügen sowie die Erhaltung ihrer Qualität. Eine Vielzahl großformatiger Reproduktionen im Duplexdruck macht das Buch darüber hinaus zu einer Galerie moderner Schwarzweiß-Fotografie.

Julien Busselle, Schwarzweiß entwickeln und vergrößern, Laboreinrichtung – Filmentwicklung – Abzüge, 128 Seiten, 93 Duplex-Abbildungen und 42 Zeichnungen, Format 23 x 26 cm, broschiert, Verlag Laterna magica, München 2000, ISBN 3-87467-759-1, DM 59,90.

Über 50 Jahre Partner des Handels – die Photo-Grossisten der VGP:

J. H. Annacker GmbH

50678 Köln, Josephstr. 33 • 50442 Köln, Postf. 10 02 42

☎ 02 21 / 31 10 77 • Fax 02 21 / 33 11 64

Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51

☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55

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

Dominik Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

☎ 0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59

www.dinkel-foto.de

Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

☎ 03 82 04 / 686 - 0 • Fax 03 82 04 / 686 - 90

Kleffel + Aye

(GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51

☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55 • www.kleffel-aye.de

Photo Universal

Kleiber GmbH & Co. KG

70736 Fellbach, Max-Planck-Str. 28 • 70708 Fellbach, Postf. 18 04

☎ 07 11 / 9 57 60 - 0 • Fax 07 11 / 9 57 60 - 40

Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

26133 Oldenburg, Meerweg 30 - 32 • 26042 Oldenburg, Postf. 52 40

☎ 04 41 / 4 80 91 77 • Fax 04 41 / 48 09 183

Ihre Partner für Photo, Digital und Imaging!

**Horst Dieter Lehmann**

Zeitenwende

Die Zeit nach der photokina ist gleichzeitig der Beginn der Vorweihnachtszeit, in der wir uns ernsthafte Gedanken um das Weihnachtsgeschäft machen müssen. Der Händler fragt sich, was er an „Analog, APS und Digital“ ordern muß.

Leichter ist es auch durch die Weltmesse der Photographie kaum geworden, sich zu entscheiden – nicht für den Kunden und nicht für den Händler. Dabei ist auch zu beachten, daß durch den Vormarsch der Digitaltechnik der Umsatz und die Argumente für APS kaum zu steigern sind.

Wenn die Blätter fallen, sinken auch erst einmal die Umsätze, denn der November ist nicht gerade ein besonders umsatzträchtiger Monat. Der Händler wie der Portraitist können trotz aller Anstrengungen das Weihnachtsgeschäft nicht vorverlegen. Im Gegensatz zu manch anderen Branchen, von denen wir einmal die „Zuckerbäcker“ hervorheben wollen. Anfang September erschien in einer Zeitschrift eine Karikatur des bekannten Zeichners Marunde, die einen Weihnachtsmann an einem überfüllten Badestrand zeigte. Dieser fuhr mit seinem Karren voller Schokoweihnachtsmänner und Lebkuchen bimmelnd durch die Menge und pries seine Süßigkeiten an. Unter dem Bild stand: „Am 1. September beginnt die Vorweihnachtszeit!“ Dauerte es bis vor einigen Jahren noch bis zum Erntedankfest Ende September, bis die Weihnachtsmänner in den Regalen in Reih und Glied standen, wetteifern sie jetzt bereits vier Wochen eher mit Zimtsternen und Schokoherzen um die Gunst der Käufer.

Dem Fotohändler und Fotografen kann es egal sein, es sei denn, er ist ein Freund von Süßigkeiten und hat Probleme, nicht schon vor Weihnachten etliche Pfunde zu viel auf die Waage zu bringen.

Ein größeres Problem ist es sicher für uns, dem Kunden die für ihn richtige Kamera zu verkaufen. Der Preis spielt ja auch eine Rolle, und da wird die Kamera des „alten Systems“ sicher noch einige Zeit führend sein.

Der Dialog zwischen Analog und Digital wird aber weitergehen. Von besonderer Bedeutung für den „kleinen Mittelhändler“ ist es, wie sich für ihn der nicht aufzuhaltende, rasante Fortschritt auswirkt, ob der Umsatz an digitalen Kameras zum Kundenschwund führt. Die Nachbearbeitung wird in diesem Bereich vorrangig in den Mittelpunkt treten. Bekanntlich ist der Kameraverkauf, egal welchen Fabrikates und welcher Art, ohnehin nicht allzu lukrativ, so bleibt für uns ohnehin dieser Marktbereich.

Prognosen sind immer mit gewissen Unsicherheiten verbunden. Eines dürfte jedoch klar sein: Eines Tages gehört die analoge Fotografie der Vergangenheit an, und keiner weiß, was nach der „Digitalära“ kommt. Weiterentwicklungen wird es immer geben, und die Generation nach uns kennt den Papierentwickler nur noch aus Geschichtsbüchern. Verschießen wir uns nicht dem, was auf uns zukommt, aber

überbewerten wir es auch nicht! Ohnehin schaut der überwiegende Teil der Fotokonsumenten nur nach dem Preis. Will jemand einmal Schwarzweißbilder haben, was die große Ausnahme ist, legt er eben einen Schwarzweißfilm ein, und alles andere ergibt sich von selbst.

Da sah es bei den Profis, besonders in der Werbung und beim Portrait, schon ganz anders aus! Nicht wenige hervorragende Spitzenkräfte weltweit und in ihrer Zeit versanken beim Aufkommen der Farbfotografie in der Mittelmäßigkeit oder gingen ganz unter. Ihre Bilder hängen in Museen und werden für horrend Summen gehandelt. Nicht immer lag die Ursache darin, daß sie mit der Farbe nicht zurechtkamen. Die Zahl der Mitbewerber wurde immer größer, und es wurde immer schwieriger, im Rausch der Farben seine eigene Handschrift zu bewahren. Das war bei den ganz Großen der Zunft so, das erlebt der Fotograf und Händler von heute tagtäglich. Zerbrechen wir uns heute auch den Kopf, wie schnell und mit welchem materiellen Einsatz wir uns „digitalisieren“ müssen, haben die meisten „Fotografierer“ andere Sorgen. Es ist noch gar nicht so lange her, da waren Filmeinlegen, Belichtung und sogar das Blitzen noch für viele ein echtes Problem. Die Hilfe und die gute Ausarbeitung lagen in den Händen der Händler. Service war nicht nur gefragt, er war unerläßlich! Richtig gute Bilder machte nur der Fachmann, der Laie staunte und bezahlte. Heute genügt der Druck auf den Auslöser, der Blitz schaltet sich automatisch dazu, und ein zumindest technisch brauchbares Bild ist da. Noch bis vor wenigen Jahren war es für das Brautpaar „Ehrensache“, den Fachmann aufzusuchen oder kommen zu lassen. Jetzt aber wetteifern die Gäste mit Video und Kameras darum, das Geschehen möglichst oft festzuhalten – gerade bei dem enorm preiswerten Film- und Bildmaterial. Pannen passieren des öfteren, und deshalb wird der Fachmann immer öfter nur zur Sicherheit bestellt. Er hat dann die ehrenvolle Aufgabe, sich zuerst einmal von den Mitfotografierern zu distanzieren, d.h. diese möglichst fernzuhalten. Das ist im Atelier kein Problem, auf „freier Wildbahn“ aber schon eher. Die Freilichtreportage ist nun mal gefragt, und nicht immer hat der Fotograf hier alleiniges Jagdrecht. Letztendlich zählt das Endresultat. Zumindest sollte das spätere Urteil in etwa so ausfallen: „Ja, man sieht eben doch, was ein Fachmann ist und wer ein Auge hat.“ Aber um bei der Jagd zu bleiben: Viele Hunde sind des Hasen Tod, und gute Augen haben nicht wenige Jäger, auch wenn sie keine Vollprofis sind.“

Nicht uninteressant ist aber auch hier wieder eine Frage: Welche „Flinte“ benutzt der Meister? Oder er wird sich von seiten einiger hämischer Semiprofis Kritik und Zweifel an seiner Kompetenz anhören müssen, wenn er ohne Digitalkamera erscheint. Ob man will oder nicht, man ärgert sich doch. Das Endresultat ist ja später erst zu sehen, was (bislang noch) die Spötter verstummen ließ. Womit auch immer belichtet wird, vorrangig müssen genug Kunden in den Genuß der Werke kommen. Wie schön wäre es für uns Fotografen zu sagen: „Am 1. November beginnt die Hochsaison für die Weihnachtsbilder!!“

Veränderungen bei Spector

Johan Mussche, Vorstandsvorsitzender der Spector Photo Gruppe, zu der auch Photo Porst gehört, zieht sich aus gesundheitlichen Gründen von der Leitung des operativen Geschäfts zurück. Er bleibt allerdings Vorsitzender des Aufsichtsrates.

Mit Bekanntgabe dieser Veränderung hat der Aufsichtsrat Luc Vansteenkiste zum stellvertretenden Vorsitzenden ernannt. Seine erste Aufgabe soll in der Verstärkung des Managements der Spector Photo Gruppe bestehen.

Tonny Van Doorslaer, Chief Operating Officer von Spector, hat ab sofort den Vorsitz des Vorstandes übernommen.

Für die ersten acht Monate des Jahres 2000 hat die Spector Gruppe ein Umsatzwachstum von 11% bekanntgegeben. Aufgrund zurückgehender Margen konnte das Vorjahresergebnis allerdings nicht erreicht werden.

Gebietsreform bei Lehnig

Ab Oktober ist Malte Piel als weiterer Bezirksleiter für die Handelsvertretung Lehnig KG tätig.



Er ist durch seine bisherige Tätigkeit im Handel für seine neue Aufgabe bestens gerüstet und in allen Warenbereichen kompetent, die durch die Lehnig KG vermarktet werden.

Nach gründlicher Einarbeitung wird Malte Piel einen eigenen Verkaufsbezirk übernehmen. Die übrigen Gebiete werden dadurch verkleinert, so daß in Zukunft die Betreuung des Handels optimiert ist.

Neue Unternehmensstruktur bei Kodak

Die Eastman Kodak Company hat ihre Geschäftsbereiche neu formiert, um eine schlankere Struktur und schnellere Entscheidungswege sicherzustellen. Dabei werden die bisherigen sieben Geschäftsbereiche in zwei Gruppen integriert. Zusätzlich sollen in einer weiteren Business Group neue Geschäftsbereiche aufgebaut werden.



„Mit dieser Maßnahme schaffen wir am Beginn des Digital-Zeitalters in der Fotoindustrie die Voraussetzung, unseren Anteil an einem Markt zu erhöhen, der mit Sicherheit bedeutend größer als die traditionelle Fotografie ist“, erklärte dazu Dan Carp, Präsident/CEO der Eastman Kodak Company.

Die neue Consumer Business Group umfaßt die Geschäftsbereiche Consumer Imaging und Digital & Applied Imaging, deren Präsidenten Daniel P. Palumbo für Consumer Imaging und Willy Shih für Digital & Applied Imaging direkt an Dan Carp berichten, der diese Gruppe selbst führt.

Die Geschäftsbereiche Medizin, Kodak Professional, Document Imaging, Entertainment Imaging und Weltweiter Kundendienst werden in der Commercial Business Group zusammengefaßt, die von Martin M. Coyne II, bisher Präsident des Geschäftsbereiches Medizin/Technik, als Präsident geführt wird. Er wurde vom Kodak Aufsichtsrat zum Executive Vice President der Eastman Kodak Company ernannt.

Die neue Gruppe New Business wird gemeinsam von James C. Stoffel, Kodak Chief Technical Officer und Direktor Forschung und Entwicklung, sowie Ted G. Lewis geleitet. Lewis stieß von der Daimler-Chrysler Corporation als Senior Vice President zu Kodak, um die Leitung des Bereichs Digital Business Development zu übernehmen. Der erste neue Geschäftsbereich der New Business Gruppe heißt Kodak Display und wird die Vermarktung von Kodaks Organic Light Imaging Diodes (OLID) übernehmen. Der neue Geschäftsbereich wird von Les Polgar geleitet, der von dem Elektronik-Unternehmen Etec Systems Inc. zu Kodak stieß.

Neuer Vorstand bei der DGPh

Die Deutsche Gesellschaft für Photographie (DGPh) hat auf ihrer Jahreshauptversammlung am 24. September 2000 einen neuen Vorstand gewählt. Hans-Joachim Nierentz tritt als Vorsitzender der DGPh die Nachfolge des im Februar

verstorbenen Professor Dr. Karl Steinorth an. Professor Gottfried Jäger bleibt stellvertretender Vorsitzender, Hans Aisenbrey Schatzmeister.

Als weitere Vorstandsmitglieder wurden Dr. Marlene Schnell-Schneyder (zuständig für die Koordination der Sektionen) und Hans-Günther von Zydowitz (Öffentlichkeitsarbeit) gewählt.

Kostendämpfung

Nun soll es ja eigentlich so sein, daß der Ausbilder die Kosten einer Berufsausbildung trägt. Das gilt auch für sogenannte außerbetriebliche Ausbildungsmaßnahmen. Dazu gehört aber nicht die Teilnahme am Blockunterricht an einer auswärtigen Berufsschule mit den dadurch verursachten Internatskosten. Die echte außerbetriebliche Ausbildung ist Teil der praktischbetrieblichen Ausbildung (LAG Baden-Württemberg – Urteil vom 17.2.2000 – 21 Sa 39/99).

Schlußakkord

Wenn einer sich nicht an die Spielregeln hält, darf er sich nicht wundern, wenn er dafür die rote Karte bekommt. So geschehen einem (Buch)Händler, der seinen Kunden im Laden Internet-Bestellungen nach Österreich ermöglichte, um so die deutsche Buchpreisbindung zu umgehen. Das geht natürlich nicht, meinte das LG Berlin, und hielt in diesem Fall sogar eine Liefersperre des Verlags für gerechtfertigt (Urteil vom 18.7.2000 – 102 O 133/00 – noch nicht rechtskräftig).

Rettender Einfall

Geben ist seliger als Nehmen und Zurückbekommen schwieriger als Verlieren. Das ist einfach so. Deswegen sehen Gratifikationsvereinbarungen beispielsweise detaillierte Rückzahlungsklauseln vor. Verlangt ein Tarifvertrag sogar, daß eine Zuwendung bei Vorliegen bestimmter Voraussetzungen „in voller Höhe“ zurückzuzahlen ist, dann umfaßt die Rückzahlungspflicht auch die vom Arbeitgeber an das Finanzamt abgeführte Lohnsteuer (BAG – Urteil vom 5.4.2000 – 10 AZR 257/99).

Hilfsmaßnahme

Computerprogramme können hochentwickelt und teuer sein. Da läßt man Fremde nicht gerne in die Karten gucken. Auf der anderen Seite ist Software irgendwo noch immer anfällig und bringt so manchen User zur Verzweiflung. Dann kommt der Schrei nach Hilfe. Und wenn man sich vorher verpflichtet hat, das genutzte Programm Dritten nicht zugänglich zu machen? Dann kann einem trotzdem nicht generell untersagt werden, für die Fehlerbeseitigung eine externe Person

Im Focus: Wenn die Konten voller werden ...

Es weihnachtet: Bald geht der ganze Streß wieder los. 5,4,3,2,1 und GO! Das Weihnachtsgeschäft steht vor der Tür, die langen Samstage werfen ihre Schatten voraus. 2., 9., 16. und 23.12. sind die Tage, die man sich merken sollte. Und den 30.11. natürlich auch. Dann gibt's bei den meisten Mitarbeitern leuchtende Augen. Das Weihnachtsgeld ist auf dem Konto.

Mal so, mal so: Weihnachtsgeld ist nicht gleich Weihnachtsgeld. Bei den einen heißt es tarifliche Sonderzuwendung, bei den anderen anders. DM-mäßig ist zwar in beiden Fällen mehr in der Lohntüte, die Voraussetzungen, unter denen diese zusätzlichen Leistungen gewährt werden, sind jedoch unterschiedlich. Das eine muß vom Arbeitgeber aus einem tariflichen Zwang heraus gezahlt werden, das andere ist eine freiwillige Leistung. Um die geht es hier.

Vom Glanz geblendet: Der tiefe Schluck aus der Lohnbuddel erfüllt seinen Zweck: mehr Steuern, mehr Beiträge, mehr Solidarität. Und so ganz nebenbei hat der beschenkte Mitarbeiter sogar selbst etwas davon. Er kann sich zum Fest mal was Besonderes leisten und freut sich schon Wochen vorher darauf. Anspruchsgrundlage für dieses Sahnehäubchen zum Normalgehalt ist der Arbeitsvertrag, eine Betriebsvereinbarung, eine Gesamtzusage oder auch bloß eine betriebliche Übung. Der Arbeitgeber hat sich halt irgendwie selbst verpflichtet. Freiwillig.

Mal selig, mal froh: Im Regelfall macht sich weder der Arbeitgeber noch sein Mitarbeiter Gedanken darüber, was aus dem Weihnachtsgeld wird, wenn nicht alles glatt geht. Muß der Arbeitnehmer das Geschenk zurückgeben, wenn er vorzeitig aussteigt? Hat er Anspruch auf ein anteiliges Weihnachtsgeld, wenn er vor dem Zahltag draußen ist? Kann er auch das volle Weihnachtsgeld kriegen, wenn er bei der Auszahlung erst wenige Monate im Unternehmen ist. Ja, gibt's überhaupt eine Wartezeit? Und was ist mit Schwangeren und Erziehungsurlaubern? Bekommen die auch was? Und wer das ganze Jahr krank war, was ist mit dem?

Mehr geben als nehmen: Während Tarifverträge in der Regel detailliert festhalten, unter welchen Voraussetzungen ein Anspruch entsteht oder wieder entfällt, ist das beim Weihnachtsgeld vielfach nicht so. Hier muß der Arbeitgeber aktiv werden. Er muß die Klauseln, die er für notwendig hält, im Arbeitsvertrag vereinbaren. Er hat die sogenannten Anspruchsvoraussetzungen ebenso festzulegen wie die Tatbestände, die den Anspruch wieder zunichte machen. Keine Regelung heißt in den meisten Fällen: Das Geld bleibt, wo es ist. Der Mitarbeiter lacht sich ins vorweihnachtliche Fäustchen, der Arbeitgeber ärgert sich. Dabei sollte das Fest der Freude doch für alle eins sein. Erst recht für den, der die Freude bringt.

Das ist eben so: Erst denken, dann schenken! Das Wichtigste ist eine Rückzahlungsvereinbarung für den Fall des vorzeitigen Ausscheidens (sie ist allerdings bei einem Weihnachtsgeld bis 200 Mark unzulässig, bei 200 Mark bis zu einem Monatsgehalt auf den 31.03. beschränkt und erst danach bis zum 30.06. streckbar). Die Zwölfteilung im Ein- oder Ausstiegjahr ist keine Automatik. Sie muß ebenso vereinbart werden wie der Stichtag oder eine besondere Wartezeit. Ist das Weihnachtsgeld nur eine freiwillige Festgabe, bekommt auch der Kranke was. Natürlich nur, wenn man es nicht anders geregelt hat. Die vereinbarte Kürzung für Zeiten des Erziehungsurlaubs ist okay, die Kürzung für Zeiten der Mutterschutzfristen nicht (BAG – Urteil vom 12.1.2000 – 10 AZR 840/98). Wie war das noch mit „Ihr Kinderlein...?“

einzuschalten (BGH – Urteil vom 24.2.2000 – IZR 141/97).

Kompensationsmodell

Im Augenblick sind die Gewerkschaften in puncto 35-Stunden-Woche im Einzelhandel ja ziemlich friedlich. Wenn es denn mal wieder so weit ist, werden sie für die eingesparten Stunden aber sicher wieder den vollen Lohnausgleich verlangen. Daß außertarifliche Zulagen von Gehaltsempfängern dafür nicht gekürzt werden können, hat das BAG bereits bestätigt (Urteil vom 3.6.1998 – 5 AZR 616/97). Nun hat es festgestellt, daß der Lohnausgleich für die Arbeitszeitverkürzung auch bei Stundenlöhnern nicht auf die AT-Zulage angerechnet werden kann (BAG – Urteil vom 15.3.2000 – 5 AZR 557/98).

Fata Morgana

Nur der schöne Schein. Die Werbung war gelaufen. Ein PC-Komplettangebot günstig, günstig, und beim Kunden die erhoffte Möglichkeit sofortiger Mitnahme. Aber nicht nur das: Nach der Anzeige konnte er sogar erwarten, daß ihm das Paket sofort ausgehändigt wird. Stellt sich dann heraus, daß der PC gar nicht verfügbar ist, kann das den Tatbestand einer irreführenden Werbung erfüllen. Als Gegenmittel reicht da u.U. selbst der Hinweis „Auf Grund der Vielzahl von Waren ist nicht immer alles sofort verfügbar, wir bestellen sofort für Sie. Keine Mitnahme-Garantie“ nicht aus (BGH – Urteil vom 17.2.2000 – IZR 254/97).

Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff



Gretag Imaging ist ein expansiv ausgerichtetes, global agierendes und sehr erfolgreiches Unternehmen in den Bereichen Finishing, Minilab und digitale Bildverarbeitung. In vielen Bereichen sind wir Marktführer. Die deutsche Niederlassung - mit dem künftigen Sitz in Wiesbaden - expandiert und wird das Team um wichtige Mitarbeiter erweitern.

Verkaufsberater Fotofinishing

Für den deutschen Fotofinishingbereich, der auf einem insgesamt hohen Niveau produziert, suchen wir aktive Verkaufsberater die den Work-Flow in diesem Marktsegment kennen und unsere Kunden kompetent beraten. Gretag Imaging bietet neben der gesamten Hardwarepalette auch die modernste Software zur Prozesssteuerung.

Wir suchen Mitarbeiter die kundenspezifische Lösungen erarbeiten, um die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden zu steigern. Auch die neuen Herausforderungen durch digitale Files und das WWW sollten Sie beherrschen.

Verkaufsberater Profilabore

Sie haben Erfahrung im Work-Flow der Profilabore. Für unsere Produktlinien Sienna, Cymbolic Sience und andere professionelle Produkte suchen wir verkauforientierte Praktiker aus dem Profibereich. Selbstorganisation, hohe Reisebereitschaft usw. setzen wir voraus.

Verkaufsberater Minilab

Für den deutschen Minilabmarkt suchen wir Verkaufsberater mit Marktkenntnissen, die unsere Kunden kompetent beraten. Neben den verschiedenen Minilablösungen bietet Gretag Imaging auch in diesem Segment modernste Softwarelösungen an.

Wir wünschen uns Berater, die kundenspezifische Lösungen erarbeiten und die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden steigern. Dabei denken wir auch an die neuen Herausforderungen durch digitale Files und das Internet.

Marketing- mitarbeiter/in

Die Koordination der verschiedenen Marketingaktivitäten, ihre administrative Begleitung, aber auch die Pflege einer Kundendatenbank sind einige Ihrer Aufgaben. Idealerweise verfügen Sie über erste Erfahrungen durch eine Tätigkeit in einer vergleichbaren Position.

Spezialist für Foto E-commerce

Telepix, ein Tochterunternehmen der Gretag Imaging AG, bietet dem Fotomarkt Komplettlösungen von der Hardware bis zur Software an, realisiert werden auch Internetauftritte und Serverlösungen. Insgesamt lösen wir kundenbezogen alle in Verbindung mit Foto E-commerce anfallenden Aufgaben. Für die Beratung auf diesem Gebiet suchen wir einen verkaufsorientierten Spezialisten für Deutschland mit Reisebereitschaft.

Wir erwarten motivierte, selbständig handelnde, verhandlungs- und abschlußsichere Außendienstmitarbeiter. Sie sollten den Erfolg suchen und über eigene innovative Ideen verfügen. Erfahrungen im Absatz von Investitionsgütern sind wünschenswert. Wir bieten eine gründliche Einarbei-

tung, eine den Positionen entsprechende, großzügige Gehalts-, (Fixum plus Leistungsprämie), Spesen- und Dienstfahrzeugregelung. Wir freuen uns auf Ihre vollständige Bewerbung und möchten ausdrücklich betonen, daß wir auch weibliche Interessentinnen ansprechen.

GRETAG IMAGING
Deutschland GmbH
Herr Rainer Bauer
Röntgenstraße 10
40699 Erkrath
Tel.: 02104-9330
Fax: 02104-933133
e-Mail: rainer.bauer@gretagimaging.de
www.gretagimaging.com

Kleinanzeigen • Personalanzeigen • Kleinanzeigen • Personalanzeigen

PSL PHOTOSYSTEME ist weiterhin auf Expansionskurs. Für die Beratung unserer anspruchsvollen Kunden und zum Verkauf der PSL Studiosysteme SINAR, BALCAR, ELINCHROM, FOBA, BACHT suchen wir

1. den Gebietsverkaufsleiter Rhein/Main

2. den überregionalen Lichtprofi für Süddeutschland

Wir bieten unseren Kunden professionelle Phototechnik die begeistert. Analog und Digital.

Wenn Sie mit Ihrem Fachwissen, mit Energie und Ausdauer zielorientiert und eigenverantwortlich diese Botschaft unseren Kunden vermitteln können, dann sind Sie unser Mann!



Ihre Bewerbung richten Sie bitte direkt an unseren Geschäftsführer Herrn Hans-Peter Oberhoff
PSL PHOTOSYSTEME GmbH, Kurt-Fischer-Str. 25,
22926 Ahrensburg, Tel. 04102/464-191

Vertriebsprofi, 36 Jahre

15 Jahre Branchenerfahrung mit erfolgreichen Tätigkeiten in Industrie und Handel als Produktmanager und Verkaufsleiter sucht interessantes Engagement in der Fotoindustrie. Fernost- und Führungserfahrungen sowie perfekte Englisch- und PC-Kenntnisse (MS-Anwendungen) vorhanden.

Weitere Infos unter Chiffre 1037211100

Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox
Sony • Panasonic Camcorder

Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell

KARL-HEINZ
HOPFAUER
KAMERA
SERVICE GmbH

Rhönstraße 18 • 97422 Schweinfurt
Tel. 09721/28566 • Fax 09721/25716

Kleinanzeigen • Angebote

Billingham General-Import für Deutschland.

Weitere Highlights aus dem
CF Foto-Profi-Programm:

BENBO – Ultimate Allround-Stativ
Stand auf jedem erdenklichen Terrain.

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

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

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

Bevor Sie lange suchen, einfach gratis
Unterlagen und Händlernachweis anfordern:
Amstelstr. 23, 51149 Köln
Tel. 02203/16262, Fax 13567,
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.benbo.de

AZ-Video

Videoschnitt-Produktion-Videobedarf,
Transfer von Super 8/Normal 8
Videofilme auf CD im MPG-Verfahren.
Schnutenhausstr. 41, 45136 Essen
Tel. 0201/267237, Fax 0201/256241
<http://www.az-video.purespace.de>

Geschäftsidee für Selbständige!

Suchen auch Sie ein zweites Standbein, das
eventuell ihr erstes wird? Bis DM 12.284,-
pro Monat und mehr möglich ohne traditionelle
Kosten. Ideal für Fotohändler
Tel. 0 91 31 / 2 82 25 od. 01 71 / 9 90 17 57

Wir bieten

Foto-/Journalisten

(auch freiberufl. u. Berufsanfänger) und
Verlagen Hilfe durch Vermittlungsdienst,
Fachliteratur und -informationen, u.U.
Ausstellung eines Presseausweises,
Beratung, Unfallschutz, Internetforum,
Medienvorsorgung und mehr.
Kostenlose Informationen:

DPV Deutscher Presse Verband e.V.
Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 72 99 • Fax 040/8 99 27 79
e-mail: dpv.hf@dpv.org • www.dpv.org

LIGHT IS WHAT YOU MAKE IT!



**ENDLICH: PROBLEMLOS
HOCHZEITSFOTOS UM 12:00 MITTAGS**
RIESIG in der Anwendung - WINZIG im Tragebeutel
EINZIGARTIG in der Festigkeit

WWW.SUNBOUNCE.COM

Tel. 04172-96 1142 • Fax 04172-96 1143

CALIFORNIA SUNBOUNCE
LIGHT - MODULATORS - PHOTOGRAPHY - EQUIPMENT

Zentraler Reparatur-Service



GEDDERT

– Meisterbetrieb –

Film – Foto – Elektronik – HiFi – Video – TV
Autorisierter Computer Service
Amstrad – Comodore – Schneider

Voigtländer-Ricoh-Service

Benno-Strauß-Straße 39 **SPEZIAL REPARATUREN FÜR:**
90763 Fürth
Postfach 22 41
90712 Fürth
Telefon 09 11/6 58 51 84
Fax 09 11/6 58 51 44

Alfo – Carena – Chinon
Cosina – Exakta – Haking
Toshiba – Revue – Ricoh
Petri – Porst – Noris
– Nalcom –

Kleinanzeigen • Angebote

STADLER

... wir reparieren für Sie

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

Telefon 0711 – 32 60 999
Telefax 0711 – 32 60 909
E-mail Stadler-Esslingen@t-online.de

PENTAX KONICA MINOX

Aus Alt mach Neu!



vorher

Ihr Fachbetrieb für
Reproduktionen,
Retuschen und
Colorierungsarbeiten



nachher

Foto- und Bilderklinik Altenburg

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

Gute und preiswerte Color-Chrom-

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-Farb-Druckträger, WPK
Einbildkarte nach Dia 195,- DM
2-4 Bildkarte nach Dia 295,- DM
– incl. Probeindruck –

Auflagendruck
1.500er 99,- DM per 1000
3.000er 77,- DM per 1000
5.000er 69,- DM per 1000
10.000er 65,- DM per 1000
+ MwSt.

Fordern Sie die Unterlagen an:

WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn
Telefon 0 52 51/6 26 14, Telefax 0 52 51/6 50 46

Über 20 Jahre

VIERNHEIMER VIDEO-TRANSFER

Modernste Abtastung mit Komponententechnik:

Normal 8, Super 8, 16 mm, auch mit Mono, Duoplay od. Lichtton, Dias,
Planfilme, Zeichnungen, Bilder usw. auf jedes Heim- oder Profisystem ab, und
kopieren alle Systeme untereinander. Kopierservice PAL – NTSC – SECAM.

Fordern Sie deshalb Preisliste und Werbematerial bei uns an.

Video-Produktion Rudek, Schultheißenstr. 9, 68519 Viernheim
Tel. 0 62 04/7 19 84 oder 7 32 05, Fax 0 62 04/7 63 33



Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrath Weg 25
41366 Schwalmtal - Waldniel

Telefon (0 21 63) 48 48
Telefax (0 21 63) 4 52 88



Auftrag

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

- ☐ einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
☐ in den Ausgaben

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

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

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

D - 40832 Ratingen

Klein- und Personalanzeigen

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

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

Kleinanzeigen • Angebote

Location:  <http://www.pslphotosysteme.de>

Mit PSL besser im Bild.

FILM- u. VIDEOSERVICE

FILMKOPIEN, TONSPUREN
VIDEOÜBERSPIELUNGEN
VIDEOKOPIEN - NORMWANDLUNG
VHS - SERIENKOPIEN

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

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

Nikon

ALBRECHT KAMERA SERVICE GmbH
NIKON VERTRAGSWERKSTATT

Nikon Digital-Kameras und Diascanner

Longericher Straße 205 • 50739 Köln-Bilderstöckchen
Telefon (0221) 9 17 5100 • Telefax (0221) 9 17 5111 • E-Mail: nikon@aol.com

**K
K
S**

Tokina
European Servicecenter

Longericher Straße 205 Telefon (0221) 9 17 52 22
50739 Köln-Bilderstöckchen Telefax (0221) 9 17 52 23
E-Mail: tokinarep@aol.com

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica

Mez

Rollei

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team
für Sucherkameras
und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS

Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung
Termine auf Anfrage

40233 Düsseldorf - Albertstr. 92 - 94
Telefon 0211 / 98 68 88 0 - Fax 0211 / 98 68 88 29

nass

GmbH & Co. KG

foto • video • elektronik

Rollei Nizo BRAUN SONY
fototechnik Filmgeräte Blitzgeräte Camcorder

Nikon RICOH Leica

BAUER KINDERMANN JOBO
BOSCH Gruppe

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

Feldstraße 4 • 30171 Hannover
Tel 05 11-80 40 07 • Fax 05 11-88 99 50

Ihr Reparatur-Service
für Foto, Film, Video,
AV und Hightech
sämtlicher Hersteller



FOTO-, VIDEO-, HIFI-
REPARATUREN
HERBERT GEISSLER
Lichtensteinstraße 75
72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN
Telefon 0 70 72/92 97-0
Telefax 0 70 72/20 69

Autorisierte
Vertragswerkstatt

Canon

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Rollei

BAUER
BOSCH Gruppe

ZETT
Germany The Leica Camera Group

Kodak

PHILIPS

Mez

reflecta

GAF Vertragswerkstatt

**W
W**

Service für: Film- + Fototechnik
Kameras
Objektive

Filmkameras
Dia-Projektoren
Schmalfilm-Projektoren
aller Systeme

Wolfgang Würz
Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Telefon/Fax (0 22 03) 12136

WILHELM SCHÄFER
kameraservice und Handels GmbH



Friedenstraße 5
45964 Gladbeck
Postfach 666
45956 Gladbeck
Tel. 0 20 43/2 12 02

Öffnungszeiten: Di. 10.00-14.00 Uhr
Mi. 10.00-12.00 Uhr

Reparaturen von
Foto-, Video-, Blitz-
und Projektionsgeräten.

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Imotec Beteiligungs GmbH Internationaler Vertrieb

- Erstklassige Minilabs aller Fabrikate (Fuji, Agfa, Noritsu, Konica, Gretag etc.)
- Generalüberholt
- Zubehörteile (Objektive, Papiermagazine etc.)

Wir kaufen und verkaufen Minilabs

Imotec Beteiligungs GmbH International
In der Flachsau 6 – D-65611 Niederbrechen
Tel.: 0049-(0)6438-92 11 35
Fax: 0049-(0)6438-92 11 37

Suche Nachfolger

für Minilab und Paßbildstudio in Miet-
räumen (günstige Miete), Kundenstamm
vorn, Geschäft kann sofort weitergeführt
werden, Preis VB. Tel. 06078/9107 86

Kaufe Leica
Tel.: 06 11 / 37 92 50

Foto-Aktienkurse

	18.10.1999	18.10.2000	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa	EUR 17,65	26,3	17,05	29
Bayar	EUR 36,1	44,7	38,52	49,3
Canon	YEN 2.870	4.230	2.725	5.620
Casio	YEN —	1.192	620	1.330
CeweColor	EUR 22	20,7	19,2	25,2
Du Pont	USD 62 7/16	40,5625	38,1875	74
Eastman Kodak	USD 70 7/8	38,9375	38,8125	72,4375
Fujifilm	YEN 3.460	3.750	3.130	5.300
Gevaert	EUR 48,1	45	36,3	54,9
Gretag Imaging	CHF 405	771	402	1.538
Hewlett-Packard	USD —	90,625	67	156
Hitachi	YEN —	1.271	1.000	1.709
ICI	GBP 605 1/2	377	348	705,5
Imation	USD 26 11/16	16,1875	15,375	34,25
Jenoptik	EUR 18,6	34,3	15,6	41,5
Konica	YEN —	785	320	1.135
Kyocera	YEN 8.060	15.150	7.950	28.000
Leica	EUR 9,3	8,9	6,52	10,75
Lintec Computer	EUR 84	38	19,25	47,8
Minolta Camera	YEN 476	542	360	684
Olympus	YEN 1.319	1.510	1.100	2.200
PixelNet	EUR —	10,4	8,7	14,4
Polaroid	USD 20 15/16	11,5625	10,875	28,4375
Samsung	KRW —	48,8	44,5	109,5
Sharp	YEN —	1.653	1.480	2.675
Sony	YEN —	10.060	7.565	16.950
Spectra	EUR 33,07	22,81	18,9	43
Toshiba	YEN —	870	632	1.280
Union Carbide	USD 53 3/4	34,8125	31,25	68,4375
Varta	EUR 122	11,7	8,7	12,25
Zeiss Ikon	EUR 92,1	148	92	155

Kurs: 1 EUR = 1,95583 DM

Kursangaben: Deutschen Bank AG, Filiale Ratingen

Wir können Ihre Unternehmens- Nachfolge lösen!

Wir suchen für solvente Käufer in Groß-
und Mittelstädten in der gesamten BRD.

Foto-Fachgeschäfte Foto-Filialunternehmen Foto-Franchisebetriebe

Wir sichern absolute Diskretion zu. Sperr-
vermerke werden verbindlich berücksichtigt.



Unternehmensberatung

Gärtnerstraße 10 · 90408 Nürnberg

Tel. 09 11/93 48 40 · Fax: 09 11/34 64 24

Gutgehendes Fotogeschäft

40 Jahre bestehend, **Bielefeld-Brackwede**, Haupt-
straße, Agfa-Minilab, hoher Coloranteil, krankheitshalber
zu günstigen Konditionen kurzfristig zu verkaufen.

Chiffre 1037431100

Zu verkaufen:

Polaroid Passbild-Camera Mod. 403
mit angebautem Blitz, Filmmagazin +
Thermoback incl. 2 Passbildfilme
650.- DM + MwSt.

Peter Burger-Foto 07835-65520

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

Minolta Spezi repariert

SRT-XE-XG-XD, X-300,
X-300S, X-500, X-700
u. ä. Typen und Zubehör,
preiswert und schnell.
Tel./Fax 040/7382823

Gutgehendes Fotogeschäft

in Kölner City, 1A Lage, zum 1.1.2001 oder
später zu verkaufen. Hochwertige Laden-
einrichtung incl. DPS-Station, hoher Stamm-
kundenanteil, guter Labor-, Film- und Rahmen-
umsatz, Warenübernahme möglich, Kapital-
nachweis erforderlich. VB 150.000,- DM.

Chiffre 1037791100

Impressum: imaging+foto-contact

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

Mit Verlegerbeilage „Der Handel“

Herausgeber: vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29,
40832 Ratingen. Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90

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

Verlagsleitung: H.J. Blömer (Geschäftsführer der Vereinigung
von Grossisten für den Photohandel e.V.), Eleonore Blömer

Redaktion: Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich), Dipl.-Kfm. A. Blömer, H.G. Karber, Dipl. Journ. Herbert Päge,
Jutta Ramlow, Dipl. rer. pol. Karla Schultze, Birgit Höcker MA, Lidija Mizdrak MA.

Neuheitenredaktion und Herstellung: Th. Six, Steuerfragen: Dipl.-Finanzwirt E. Ewerhart, Steuerberater,
Düsseldorf-Benrath. Anzeigen: Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich), Ralf Gruna, Gültige Anzeigenpreisliste Nr. 27.

Vertrieb: Karin Engemann. Als Fachzeitschrift für die deutsche Fotobranche erscheint
imaging+foto-contact zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Jahresabonnement 71,50 DM,
Auslandspreis 107,- DM. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung
der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen.
Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden. Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Digitaler Mehrwert: PowerShot G1 Zubehör.

Die neue PowerShot G1 bietet neben einer hohen Auflösung von 3,34 Mio. Bildpunkten eine Fülle sinnvoller fotografischer Funktionen, die sowohl Einsteigern als auch erfahrenen Fotografen kaum Grenzen setzt. Das umfangreiche Zubehör für die PowerShot G1 sorgt für noch mehr Spielraum sowohl bei Schnappschüssen als auch bei fotografischen Experimenten – und schafft auch Mehrwert bei Ihrem Umsatz.



Das umfangreiche Zubehörsortiment für die PowerShot G1



Weitwinkel-Konverter WC-DC58
Der Weitwinkel-Konverter ermöglicht eine Brennweitenverkürzung um den Faktor 0,8 auf eine Brennweite von 27,2 mm.



Tele-Konverter
Der Tele-Konverter verlängert die Brennweite der PowerShot G1 um den Faktor 1,5 auf 153 mm.



Nahlinse 250D
Mit der Nahlinse im Makromodus und Telebereich ab 12 cm – Details zum Greifen nah.



Objektivadapter LA-DC58
Als Zwischenverbindung von Objektiv, Weitwinkel- und Tele-Konverter sowie Nahlinse.



Speedlite EX Systemblitze
Externe Blitzgeräte aus der EOS EX Serie zur hervorragenden Ausleuchtung der Motive.

Akku BP-511
260 Aufnahmen mit LCD-Monitor / 800 Aufnahmen ohne LCD-Monitor oder 160 Minuten Playback mit dem Lithium-Ionen Akku, der aus der Videotechnologie stammt.



Ladegerät Autobatterie CR-560
Zum Aufladen des Lithium-Ionen Akkus der PowerShot G1 während der Autofahrt.



Speicherkarten
Original Canon CompactFlash-Speicherkarten bis 128 MB Kapazität (CF Typ I).



PC-Card-Adapter
Adaptiert die CompactFlash-Speicherkarten auf den weit verbreiteten PC-Card (PCMCIA)-Standard. Für alle Speicherkarten mit CF Typ I Baugröße.



IBM microdrive
Superkompakte Festplatte mit bis zu 1 GB Speicherkapazität für Fotoeinsätze mit extrem großen Bildmengen. Wird mit PC-Card-Adapter und Treibersoftware ausgeliefert.



Weichtasche SC-PS400
Schützt die Kamera effektiv und bietet zusätzlich Platz für Ersatzakkus und mehrere Speicherkarten.



Weihnachts-Schmuckstücke: Die MV3 und MV300 Camcorder

Digital

Der neue MV3:

Der kleinste digitale Camcorder der Welt**

Der neue MV3 bietet High-Tech zum Anfassen in seiner schönsten Form. Ausgestattet mit einem 1/4"-Progressive-Scan-CCD mit 800.000 Pixeln und RGB-Filter bieten die MC-Versionen die erste Memory-Card-Funktion created by Canon. Weitere Top-Features sind die Photofunktion und der praktische Mehr-Bildschirm.

Die i-Versionen bieten den digitalen Eingang (DV-in) serienmäßig.

MV3: DM 3.199,-*

MV3i: DM 3.499,-*

MV3^{MC}: DM 3.499,-* MV3i^{MC}: DM 3.799,-*



MV3



MV300

GLÄNZEN IN IHREM
WEIHNACHTSGESCHÄFT:
DER MV3 UND DER MV300.
CREATED BY CANON.

Der MV300:

Ein Höchstmaß an ungetrübtem Videovergnügen

Der Mini-DV-Camcorder MV300 erlaubt es, jede Szene in den Griff zu bekommen. Sieben verschiedene Aufnahmeprogramme, vielfältige Spezialeffekte, die flexiblen Möglichkeiten der Nachvertonung, der schwenkbare 2,5" TFT LCD-Farbmonitor und die Plug-and-Play Schnittstelle sorgen für ungetrübtes Videovergnügen. In der Version MV300i verfügt er neben dem DV-Ausgang sogar noch über einen DV-Eingang.

MV 300: DM 1.998,-*

MV 300i: DM 2.299,-*



* Unverbindliche Preisempfehlungen der Canon Euro-Photo GmbH, mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. ** Stand: Juli 2000.

Canon

Imaging across networks

Mysteriöse Highlands. Faszinierende EOS. Es kann nur eine EOS 300 geben.

Camera

Denn nur sie ist die Erfolgreichste, mit 7 AF-Meßfeldern und dem neuen EF 28-90 mm Zoomobjektiv in Silber. Und nur sie hat die neue einzigartige Highland-Promotion!

Es kann nur eine beste Highlander-Deko geben.

Achten Sie Anfang November auf das Deko-Paket in Ihrem Briefkasten und nehmen Sie die Herausforderung an – mit Ihren Waffen: Dekorieren Sie Ihren Shop mit der „EOS 300 Highland-Promotion so kreativ und effektiv wie kein anderer. Lassen Sie sich von unseren hochwertigen Werbemitteln inspirieren und verzaubern Sie Ihren Shop mit mystischen und heroischen Elementen der schottischen Highlands. Beweisen Sie dabei Mut und Kreativität – mit eigenen,

zusätzlichen Deko-Ideen. Fotografieren Sie das Ergebnis und senden Sie das

Bild an Canon Euro-Photo. (Einsendeschluß ist der 31.12.2000.)

Mit ein bißchen Glück werden Sie der Sieger sein – und schon bald stolzer Besitzer eines echten „Freelander“ im Wert von DM 45.000.



Es kann nur einen **Sieger** geben.
Warum nicht Sie?



Poster



Dispenser



Mobile



Endverbraucherleaflet



Display



Canon

Imaging across networks



IXUS CONCEPT Arancia

Unbegrenzter Fotospaß in limitierter Auflage: das neue Mitglied der Canon IXUS Familie, die IXUS CONCEPT **Arancia**. Sie sieht nicht aus wie eine Ixus, ist aber eine – mit all den Qualitäten, für die der Name IXUS steht.

Eine APS-Kompaktkamera der Superlative – bunt, rund und trendy, für auffallend fruchtigen Spaß beim Fotografieren! Ab Ende November wird sie in Ihrem Geschäft Aufsehen erregen.



IXUS CONCEPT Arancia DM 299,-*

Die Auflage der IXUS CONCEPT **Arancia** wurde auf 20.000 Stück limitiert und wird ausschließlich auf dem europäischen Markt erhältlich sein.



Limitiert: 20.000 Stück

Es begann als Designstudie und wird als limitierte Auflage, exklusiv für Europa, Wirklichkeit. Die IXUS CONCEPT **Arancia** wurde zum heimlichen Star und Liebling der photokina 2000. Die leuchtende Farbgebung und ein außergewöhnliches, formvollendetes Design setzen neue Akzente im APS-Markt.

FEATURES



Als APS-Kamera verfügt sie über die klassischen Features wie drei wählbare Bildformate,

Datums-/Uhrzeitaufdruck sowie IX Datenspeicherung. Das 23 mm 1:4,8 Autofokusobjektiv, der eingebaute Blitz mit der Funktion zur Verringerung des Rote-Augen-Effekts und der Selbstauslöser erhöhen das Fotovergnügen, und ihr taschengerechtes Format machen sie zum ständigen Wegbegleiter.

Die Concept-Idee wird auffallend und eindrucksvoll vermittelt.

Schon die ungewöhnliche, farbenfrohe Verpackung der IXUS CONCEPT **Arancia** wird für gesteigerte Aufmerksamkeit in Ihren Verkaufsräumen sorgen!

Canon

update

Imaging across networks

BUNT UND RUND:

**IXUS CONCEPT
ARANCIA**

IMMER EIN GEWINN:

**EOS 300
HIGHLAND-PROMOTION**

DIGITALER MEHRWERT:

**POWERSHOT G1
ZUBEHÖR**

WEIHNACHTS-
SCHMUCKSTÜCKE:

MV3 UND MV300

November 2000

Limitiert
und fruchtig:



IXUS Arancia
CONCEPT