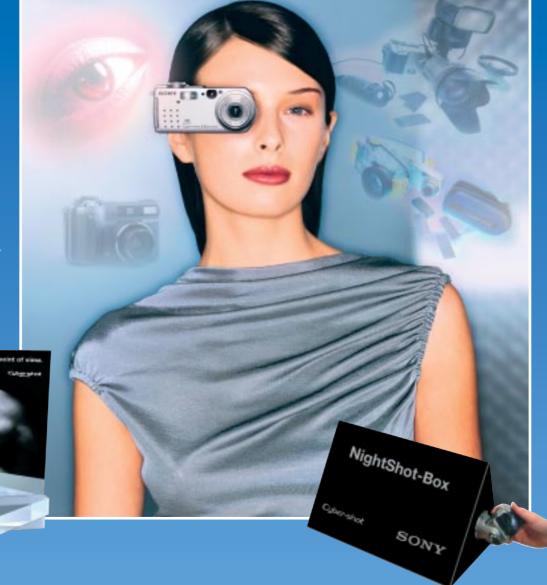
## DM 6,50 ISSN 1430 - 1121 30. Jahrgang G 30605 http://www.foto-contact.de

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

## Sony-Neuheiten zum Weihnachtsgeschäft

- Kampagnen unterstreichen Wert, Design und Qualität
- Verstärkte Werbung für DSC-F707 und DSC-P5



# Bilder-Packs, die Umsatz bringen.



des Jahres 2001 - 2002.

Ausgezeichnet von 16 europäischen Foto-Fachmagazinen.

Agfa Vista 100, 200, 400 & 800

AGFA 🐵



*51-56* 

## Erste PMA Europa Konferenz in München



Zum ersten Mal hat die Photo Marketing Association International (PMA) im Oktober in Europa eine Serie von Konferenzen durchgeführt. In sechs verschiedenen Ländern hatte die Fotobranche die Möglichkeit, sich auf Vortragsveranstaltungen über die neuesten Trends zu informieren, Produkte führender Hersteller auf einer Minimesse zu sehen und Kontakte zu pflegen. Zum Start in München kamen mehr als 250 Besucher.

## photokina 2002: Globale Imaging-Plattform

Mit einer Neuformulierung des Messekonzeptes trägt die photokina der Konvergenz von Bild- und Informationstechnik Rechnung. Dem erweiterten Anwendungsspektrum der Bildtechnologien entspre-



chend sollen neue Anbieter und Abnehmer aus Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, Computerbranche und Druckvorstufe in die Kölner Weltmesse einbezogen

werden. Das Ziel: Mit ihrem neuen Untertitel "World of Imaging" solle die Messe die optimale globale Business-Plattform für die Welt der Bildtechnologien werden, erklärte Messe-Geschäftsführer Bernd Aufderheide auf einer Pressekonferenz in Frankfurt. **Seite 28** 

## Carl Zeiss: Mehrwert durch Qualität

Die Partnerschaft von Carl Zeiss mit wichtigen Kameraherstellern stand im Mittelpunkt des diesjährigen Presse-Symposiums, zu dem



der Geschäftsbereich Photoobjektive des legendären Unternehmens nach Oberkochen eingeladen hatte. Führende Repräsentanten aller wichtigen Geschäftspartner stellten dabei ihre erfolgreichen Aktivitäten mit Carl Zeiss vor. Neu in der exklusiven Runde: das amerikanische Unternehmen Band Pro, das Zeiss Objektive im Bereich der digitalen Filmproduktion einsetzt. Nach Ansicht von Dr. Winfried Scherle, Leiter des Carl Zeiss Geschäftsbereiches Photoobjektive (Bild links), hat

sich die auf Partnerschaft mit wichtigen Kameraherstellern basierende Struktur des Objektivgeschäftes bei Carl Zeiss bewährt.

Soite 32



## profi-contact

Editorial
Seite 2

Termine

**Seite 3** Impressum

Seite 3

Bilder von Ludwig Friedel Seite 4

News

**Seite 5**Ansel Adams

Kalender
Seite 6



## imaging+foto-contact-Interviews



Kodak bietet mit einem neuen digitalen Minilab mit hervorragendem Preis-/Leistungsverhältnis dem Fotohandel die Möglichkeit, gemeinsam mit Kodak eine komplette Palette analoger und digitaler Dienstleistungen im Bildergeschäft anzubieten. imaging+foto-contact hat mit Gunter Plapp, Marketing Manager Digital im Kodak Geschäftsbereich Consumer Imaging, über die

Perspektiven für mehr Wertschöpfung durch Bilddienstleistungen vor Ort gesprochen. **Seite 14** 

Sony hat in jüngster Zeit als Hersteller von Digitalkameras im Fotohandel deutlich an Boden gewonnen. Dazu trug die Produktpalette des Unternehmens ebenso bei wie die Unterstützung durch eine spezielle Verkaufsmannschaft. Wir fragten Christian Lücke, Senior Product Manager Digital Photo bei Sony Deutschland, nach den Zielen des Unternehmens im Digitalkameramarkt. **Seite 20** 



## Ringfoto Herbstmesse ein voller Erfolg

Mit einer großen Zahl von Ausstellern und Besuchern war die Ringfoto Herbstmesse vom 5. bis 7.10.2001 in Erlangen ein voller Erfolg. Zusätzlich zum attraktiven Produktprogramm der Hersteller sorgten gute Zahlen aus der Ringfoto Zentrale für positive Stimmung. Auf über 2.000 qm Ausstellungsfläche im Kongreßzentrum Erlangen zeigten rund 110 Hersteller aus der Foto- und Imagingbranche ihre neuesten Produkte und Dienstleistungen. 750 angemeldete Fachhandelsunternehmen bedeuteten, daß nach Angaben der Organisatoren über 1.600 Besucher das Kongreßzentrum füllten. Dabei berichteten die Aussteller übereinstimmend über eine überdurchschnittlich gute Ordertätigkeit für das Weihnachtsgeschäft. Dazu trugen auch die Sonderangebote bei, die die Ringfoto Zentrale zur Messe mit verschiedenen Industriepartnern ausgehandelt hatte.



## Zum Titelbild Sony setzt Qualität gegen Wertverfall ..... Editorial Polaroid: Insolvenz bedeutet nicht das Aus ...... Internationale Messen Erste European Konferenz der PMA in München: Ideen und Kontakte ..... photokina 2002 mit erweitertem Angebotsspektrum: Globale Imaging-Plattform ... 28 Industrie Carl Zeiss und seine Objektivpartner bieten Mehrwert durch Qualität ..... Labor Das neue Agfa d-lab. 2 bringt Flexibilität in Laserqualität ..... Großlabor Stoppel feierte das 50jährige Bestehen.. 65 Minilab Wachstumsinitiative 2001 von Kodak Express bei Bilderprofi Behrens in Vechta ...... 73 Handel Vorsicht vor Falschgeld ...... 12 Photo + Medienforum feierte mit 150 Gästen ..... 35 Starke Beteiligung an der Ringfoto Hausmesse ... 18 Mit Walther Alben und Rahmen kommt der Handel mühelos zum Umsatzplus ...... 58 35. europa-foto-Hausmesse in Wiesbaden ....... 68 imaging+foto-contact-Interviews Gunter Plapp, Marketing Manager Digital im Kodak Geschäftsbereich Consumer Imaging: Bilder Center mit Kodak ...... 14

## Neue Canon PowerShots \$40 und \$30

Mit den Digitalkameras S40 und S30 präsentiert Canon zwei neue PowerShot-Modelle, die über Auflösungen von 4 und 3,2 Megapixeln verfügen, eine verbesserte Farbsensor-Technik bieten und die durch den "My Camera Mode" von



ihren Anwendern individuell gestaltet werden können. Neben ihrer hohen Auflösung verfügen beide Kameras über eine präzise Kameratechnik, modernste digitale Features und ein edles Anthrazit-Metallic-Gehäuse.

## Digitalkameras fürs Weihnachtsgeschäft

Seit unserer letzten Marktübersicht zur photokina 2000 hat sich dieser Markt enorm weiterentwickelt. Dies zeigt sich unter anderem darin, daß wir bei unserer jetzigen Marktübersicht, die

in der vorliegenden Ausgabe auf zehn Seiten angewachsen ist, insgesamt 94 Modelle aufgelistet haben. Berücksichtigt wurden bei unserer Erhebung aktuelle Kameras ab einer Auflösung von 1,3 Megapixeln, also diejenigen Modelle, die sich für die



Aufnahme und den Druck "echter" Fotos eignen. Die Vielfalt der Kameras und die gestiegene Auflösung bis über fünf Megapixel zeigen, daß die Digitalfotografie mehr und mehr zu einer ernstzunehmenden Konstante im Fotomarkt wird. Alle aufgeführten Modelle sind bereits lieferbar oder kommen bis spätestens Ende des Jahres auf den Markt.

Christian Lücke, Senior Product Manager Digital Photo bei Sony Deutschland: Qualität gegen Wertverfall	20
profi-contact Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände	51
Nachrichten	6
Digital Imaging Digitalkameras für das Weihnachtsgeschäft: 94 Modelle ab 1,3 Megapixel	38
Canon PowerShot S40 und S30:	
S-Klasse-Modelle mit 4 und 3,2 Megapixeln 3 Large-Format Printer Kodak Professional 5260 4	36 48
Neuheiten Digital Imaging	
Video	
U. Vielmuth: Neue Camcorder auf der IFA	64
Point of Sale	
	57 71
Neuheiten	60 63
Literatur	72
Rechtstips	70
Inserenten-Verzeichnis	79
Klein- und Personalanzeigen	75
Impressum	79

## Polaroid: Insolvenz bedeutet nicht das Aus

# Es geht weiter!

Am 12. Oktober 2001 hat die Polaroid Corporation, Cambridge, MA, USA, für sich und ihre Niederlassungen die Eröffnung eines freiwilligen Insolvenz-Verfahrens nach Kapitel 11 des amerikanischen Konkursrechtes beantragt. Das "Chapter 11 Filing" der großen Sofortbild-Marke machte weltweit Schlagzeilen - auch in Deutschland. Dabei wurde mehrfach die Fehlinformation verbreitet, daß es in Zukunft möglicherweise keine Polaroid Kameras und Filme mehr gebe. Der Fotohandel sollte bei seiner Kundenberatung auf die Fakten verweisen, die das Gegenteil aussagen.

Die Beantragung eines freiwilligen Insolvenz-Verfahren nach Chapter 11 des amerikanischen Konkursrechtes stellt gerade sicher, daß ein Unternehmen, das sich in Liquiditätsschwierigkeiten befindet, seine Aktivitäten fortsetzen kann. Denn die Gläubiger können nun vorläufig nicht mehr durch Vollstreckung ihrer Forderungen den Geschäftsbetrieb lahmlegen. Zudem sind Polaroid im Zuge des Verfahrens 50 Millionen US-Dollar von einem von J. P. Morgan Chase & Co. geführten Bankenkonsortium zugeflossen. Auf Anfrage von imaging+foto-contact teilte Skip Colcord, Sprecher der Polaroid Corporation, mit, daß die Tätigkeiten der Tochter-Unternehmen in Europa, Asien und Japan nicht von dem amerikanischen Verfahren betroffen sind.

Polaroid führt also die Geschäfte in vollem Umfang weiter. Das gilt auch für die deutsche Tochter-Gesellschaft in Offenbach, die in jeder Hinsicht lieferfähig ist und auch Service-Leistungen inklusive Garantie und Gewährleistung wie gewohnt fortführt.

Es besteht also kein Grund, die für das Weihnachtsgeschäft georderten Polaroid Kameras und Filme abzubestellen. Im Gegenteil: Dieses Produkt-Segment mag sich im Moment nicht durch spektakuläre Wachstumsraten auszeichnen, dennoch wird kein Fotohändler freiwillig auf die immer noch erheblichen Umsätze verzichten wollen. Allein im vergangenen Jahr wurden in Deutschland 8,5 Millionen Sofortbild-Filme verkauft – 98 Prozent davon von Polaroid. Weltweit betrug das Filmvolumen 100 Millionen Packungen - nach wie vor werden nach Angaben des Unternehmens auf der Welt jeden Tag 3,5 Millionen Polaroid Fotos gemacht.

Diese Zahlen bedeuten, daß selbst im schlimmsten aller denkbaren Fälle, nämlich dem endgültigen Konkurs der Polaroid Corporation, nicht zu erwarten ist, daß die Kameras und Filme dieses Herstellers vom Markt verschwinden. Die Nachfrage ist immer noch so groß, daß es sich auch für andere Hersteller lohnt, in dieses Geschäft einzusteigen – besonders, wenn damit bereits vorhandene Kapazitäten ausgelastet werden können.

Im Rahmen des Insolvenz-Verfahrens wird jetzt geprüft, ob Polaroid als Ganzes oder in Teilen verkauft werden kann. Dem Unternehmen in Cambridge liegt bereits ein Übernahmeangebot für den Geschäftsbereich ID Imaging (dazu gehören Systeme zur Herstellung von Führerscheinen, Werksausweisen usw.) in Höhe von 33 Millionen US-Dollar vor. In einem vorläufig für den 26. November dieses Jahres angesetzten Termin werden Interessenten die Möglichkeit haben, dieses Angebot zu überbieten.

Gegenüber imaging+foto-contact betonte Polaroid Sprecher Skip Colcord, alle wichtigen Produktlinien würden fortgesetzt – lediglich bei einzelnen Produkten mit geringem Volumen könnte es zu Sortimentsbereinigungen kommen. Auch die Einführung der digitalen Printsysteme Onyx und Opal ist nach Aussage von Colcord nach wie vor für das kommende Jahr geplant.

Aus Offenbach ist von der deutschen Polaroid Niederlassung ebenfalls kein Schwanengesang zu hören. Das Unternehmen, das seit dem Ausscheiden des letzten Geschäftsführers. Thomas Beyer, Anfang dieses Jahres von einem Management-Team geführt wird, das von Gianfranco Palma, Vice President Polaroid Europe als offiziellem Geschäftsführer unterstützt wird, will sich sogar personell für die Zukunft verstärken: In den nächsten Wochen soll der Name eines neuen Geschäftsführers bekanntgegeben werden, der die Operationen in Deutschland leiten wird.

Fazit: Die Schwierigkeiten von Polaroid bedeuten nicht das Aus für die Marke und das Sofortbild-Geschäft. Diese Botschaft sollte in den Krisennachrichten nicht untergehen.

Th. Blömer

## i+fc Nachrichten

## Hauptversammlung wählt Jean-Louis Dumas in den Leica-Aufsichtsrat

Die Hauptversammlung der Leica Camera AG, Solms, hat am 27. September den Vorstandsvorsitzenden der französischen Hermès International SCA, Jean-Louis Dumas, in den Aufsichtsrat der Gesellschaft gewählt. Der Aufsichtsratsvorsitzende und ehemalige Bundeswirtschaftsminister Dr. Hans Friderichs wurde von der Versammlung als Vertreter der Anteilseigner bestätigt und bleibt Vorsitzender. Als weitere Mitglieder des Aufsichtsrates wurden Herbert Kauffmann, Senior Vice President Controlling der DaimlerChrysler AG, Stuttgart, sowie Dr. Markus Rauh, Präsident des Verwaltungsrates der Swisscom AG, St. Gallen, wiedergewählt. Nach fünfjähriger Mitarbeit im Aufsichtsrat hat Norbert A. Platt, Vorsit-

## Kodak und Spector schließen Übernahme erfolgreich ab

Die Verhandlungen zwischen der Spector Photo Gruppe S.A. und der Eastman Kodak S.A. sind erfolgreichabgeschlossen worden und bedürfen jetzt der Genehmigung der zuständigen Aufsichtsbehörden. Das geht aus einer gemeinsamen Pressemitteilung der beteiligten Unternehmen vom 11. Oktober hervor. Die Vereinbarung umfaßt die Übernahme der Spector Großlabore in Frankreich, Deutschland und Österreich.

Wie aus einer vorhergehenden Pressemitteilung des Unternehmens hervorging, sind von den Vereinbarungen die Einzelhandels- und Mailorder-Geschäfte der Spector Photo Gruppe nicht betroffen. Kodak und die Spector Photo Gruppe sind zufrieden mit dem Abschluß. Für Kodak ist dies ein wichtiger Schritt in ihrer Strategie, im Großlabor- (Fotofinishing) und Servicegeschäft eine bedeutende Rolle in Europa zu spielen. Für die Spector Gruppe bedeutet die Transaktion, daß sie sich intensiv auf das Direktgeschäft mit dem Verbraucher konzentrieren kann. Die Vereinbarung betrifft elf Fotofinishing Labore und einige Einzelhandelsorganisationen, davon zwei Labore in Deutschland, acht in Frankreich und eines in Österreich.

zender der Geschäftsführung der Montblanc International GmbH, nicht erneut kandidiert. Die Leica Camera AG rechnet mit einer Beeinträchtigung der Umsätze durch die Attentate in den Vereinigten Staaten. Allein in Manhattan realisiert das Unternehmen in einem normalen Jahr Umsätze in Höhe von über 12 Millionen Euro.

## Agfa-Gevaert AG legte den "Horizon"-Plan für Wachstum und Effizienz vor

Die Agfa-Gevaert Gruppe hat Ende September auf einer Pressekonferenz in Antwerpen den angekündigten "Horizon"-Plan für Wachstum und Effizienz vorgestellt. Mit diesem soll eine dauerhafte Reduzierung der operativen Kosten um rund 550 Millionen Euro erreicht werden. Zusätzlich will der Agfa-Vorstand das Umlaufvermögen (Forderungen und Vorräte) bis 2003 um 500 Millionen Euro vermindern. Aus einer Pressemitteilung geht hervor, daß die einmaligen geschätzten Restrukturierungskosten von 550 Millionen Euro, die das Ergebnis der Jahre 2001 und 2002 belasten werden, einem Abbauvon 4.000 Stellen entsprechen könnten. Substantielle positive Effekte des "Horizon"-Plans werden für 2003 erwartet. Die komplette Wirkung soll ab 2004 erreicht werden.

Die Agfa-Gevaert Gruppe beschäftigt zur Zeit rund 22.000 Mitarbeiter und hat im vergangenen Jahr 5,26 Milliarden Euro umgesetzt.

## PixelNet AG korrigiert die Umsatzerwartung für das Jahr 2001

In einer Pressemitteilung vom 9. Oktober hat die PixelNet AG mitgeteilt, daß das Unternehmen jetzt von einem Gesamtumsatz von 222 Mio. Euro (minus 19 Prozent gegenüber Planung zur Bilanzpressekonferenz März 2001) für das Jahr 2001 ausgeht. Nach Angabe des Unternehmens haben die folgenden Aspekte zur Anpassung des Planumsatzes für das Jahr 2001 geführt:

- Konsolidierungszeitpunkt Photo Porst erst ab 19. Februar 2001 (Plangrundlage zur Bilanzpressekonferenz war der 1. Januar 2001)
- Eine rückläufige Marktentwick-

- lung im Consumerbereich (GFK-Schätzung: minus 25 Prozent)
- Die Umsatzabgabe im Telekommunikationsbereich an einen strategischen Vertriebspartner.

Dennoch hat das Unternehmen, wie es in der Pressemitteilung weiter heißt, auch im dritten Quartal bei Umsatz und EBIT zugelegt. Nach vorläufigen Berechnungen erzielte PixelNet im III. Quartal ein Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) in Höhe von 2,4 Mio. Euro (plus 259 Prozent gegenüber dem II. Quartal).

Der Umsatz der Gruppe stieg im III. Quartal auf 63,8 Mio. Euro. Damit beliefen sich nach vorläufigen Zahlen für die ersten neun Monate die kumulierten Umsätze dann auf 156,5 Mio. Euro. Wie es abschließend in der Pressemeldung heißt, sei man trotz der Umsatzrückgänge dennoch zuversichtlich, die Ergebnisziele für das laufende Geschäftsjahr zu erreichen.

## i+fc Leserbrief

Zu unserem Interview "Kodak Bilder Aktion war Riesenerfolg" mit Lutz Brüning, Direktor Marketing Kodak Consumer Imaging, in Ausgabe 10/01, S. 58, erreichte uns folgender Leserbrief:

Sehr geehrte Damen und Herren,

Lutz Brüning übertreibt mal wieder, oder er ist ein Umfrage-Extremist: Wie kann es sein, daß z. B. wir als zweimaliger Teilnehmer und Fotohändler mit, laut Brüning, jeweils ca. 15.000 Haushalts-Wurfsendungen nur eine magere Resonanz von zwei Kunden hatten, die ihren Gewinn, ein Poster und ein Film, auch noch anderweitig umtauschen wollten? Vielleicht sollte er, statt den Zahlen einer Leipziger Marktforschungs GmbH zu vertrauen, doch lieber mal die teilnehmenden Kodak Händler befragen. Dabei standen wir hier vor Ort nur als einziger Kodak Händler weit und breit auf den Bildertaschen.

Mit freundlichen Grüßen Otto Stutzer Foto Studio Stutzer Marktplatz 13 94107 Untergriesbach

## OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

## Make a difference

## NEU

## (AMEDIA C-40 Zoom

Nominiert für die beste Hauptrolle

- 4,0 Mega Pixel CCD
- 2,8fach optischer + 2,5facher digitaler Zoom
- ultra leicht bei 8,7 x 6,8 x 4,3 cm
- edles Design mit Aluminiumfront





## (AMEDIA C-700 Ultra Zoom

Beeindruckende Zoomleistung für exzellente Bildergebnisse

- 2,1 Mio. Pixel CCD
- 10fach optischer Zoom + 2,7fach digital Zoom
- elektronische Sucheranzeigen
- zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten
- Multimedia-Funktionen

• klein, leicht und kompakt

## (MMEDIA P-400

Erstklassige Digitalfotoprints in Sekundenschnelle

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





## Bremenois

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!



Mit dem für Europa völlig neuen Veranstaltungstyp der regionalen Imaging Konferenz will die PMA die Möglichkeit schaffen, den Kontakt zwischen Industrie, Handel und Dienstleistern in der Foto- und Imagingbranche zu intensi-

Dabei konnte sich die PMA von Anfang an auf die Unterstützung der führenden Anbieter von Imaging-Produkten und Dienstleistungen verlassen. Zehn "Gold Sponsoren"sicherten sich mit ihrem Engagement die Präsenz auf allen sechs Veranstaltungen, die innerhalb von zwei Wochen in Paris, Moskau, München, Barcelona, Mailand und London stattfanden: Agfa-Gevaert, Felix Schoeller, Fujifilm, Gretag, Hewlett-Packard, KIS/Photo-Me, Kodak, Noritsu, PixelNet und Sony.

Zu diesen Unternehmen gesellten sich auf den Minimessen weitere Aussteller. die jeweils einzelne Veranstaltungen belegt hatten. Dazu gehörten in München unter anderem Applied Science Fiction, der Pionier der "trockenen" Filmentwicklung, Ferrania, Ilford, International Paper und imaging+foto-contact.

Anders als bei Großmessen stand dabei der persönliche Kontakt zwischen Besuchern und Ausstellern im Mittelpunkt. Das zeigte schon die Tagesord-

# Erste Europa Konferenz der PMA in München

## deen und Kontakte

Zum ersten Mal führte die Photo Marketing Association International (PMA) im Oktober in Europa eine Serie von Konferenzen durch.

In sechs verschiedenen Ländern hatte die Fotobranche die Möglichkeit, sich auf Vortragsveranstaltungen über die neuesten Trends zu informieren, Produkte führender Hersteller auf einer Minimesse zu sehen und Kontakte zu pflegen. Zum Start kamen auf der deutschen Veranstaltung in München mehr als 250 Besucher.



Dr. Klaus Petersen, Leiter des europäischen PMA Büros in München (Mitte), Bruce Aldrich, Senior Operations Officer der PMA (rechts), und Jim Esp, Leiter der internationalen Aktivitäten der PMA Zentrale, freuten sich über den gelungenen Start der PMA Europa Konferenzen.

nung: Ein Empfang zum Start mit Kaffee und Tee bot die Möglichkeit, einander zu begegnen, gefolgt von zwei Stunden mit interessanten Seminaren, Anschließend gab es drei Stunden Gelegenheit, die Exponate der Aussteller auf der Minimesse zu begutachten und geschäftliche Gespräche zu führen – dabei wurde ein Mittagessen angeboten. Nach weiteren zwei Stunden mit Seminaren folgte zum Abschluß des offiziellen Teils eine Podiumsdiskussion mit Vertretern der Gold Sponsoren. Danach konnten die Besucher beim Cocktail Empfang und Gala Dinner die Eindrücke des Tages Revue passieren lassen.

## **Interessante Vorträge**

Dem Trend der Zeit folgend war das Seminarprogramm vom Einfluß der Digitaltechnik auf die Fotobranche geprägt. Zusätzlich konnten sich die Besucher aber auch über Erfolgsstrategien für den Foto-Einzelhandel und richtiges Finanzmanagement informieren.

Einen Überblick über digitale Printsysteme und die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Druckverfahren gab Prof. Dr. Manfred Schrev vom Institut für Medien und Fototechnik der Fachhochschule Köln. Möglichkeiten der Verarbeitung digitaler Bildaufträge für Fotohändler und Berufsfotografen stellte Markus Nigrin von der Silverlab Software GmbH in den Mittelpunkt seiner Präsentation. Dabei konnte der Software-Spezialist die brandneue Nachricht bekanntgeben, daß der Digitalgigant Microsoft mit seinem neuen Betriebssystem digitale Foto-Dienstleistungen populärer machen will: Das am 25.10.2001 vorgestellte Windows XP enthält einen speziellen Software-Assistenten, der es auf einfache Weise ermöglicht, Bilddateien zum Printen online zu einem Dienstleister zu schicken. Dazu kann der Anwender unter verschiedenen Anbietern auswählen, zu denen dann direkt eine Verbindung hergestellt wird. Man darf gespannt sein, auf welche Weise Microsoft die ohne Zweifel begehrten Plätze in dieser Menüleiste verteilen wird. In den Vereinigten Staaten drohte deswegen schon ein Rechtsstreit zwischen Microsoft und der Eastman Kodak Company. Dabei setzte Kodak bereits durch, daß entsprechende Anbieter in alphabetischer Reihenfolge auf der Menüleiste gelistet werden und daß Microsoft die

Applikationen anderer Anbieter nicht diskriminiert. Die Gespräche sind noch nicht abgeschlossen.

Zur Zeit gibt es noch keine verbindlichen Aussagen, welche deutschen Anbieter in dem Windows XP Betriebssystem gelistet werden. Gut informierte Kreise erwarten unter anderem die Präsenz von Fujifilm bzw. Eurocolor und Foto Quelle.

Die Chancen für den Einzelhandel, die sich durch die Digitalisierung der Fotografie ergeben, stellte Heinz Reese vom Photo+Medienforum Kiel in den Mittel-



Prof. Dr. Manfred Schrey vom Institut für Medien und Fototechnik der Fachhochschule Köln.



Markus Nigrin, Geschäftsführer der Silverlab Software GmbH, gab die Einbindung von Online-Fotofinishing-Dienstleistungen in das neue Microsoft Betriebssystem Windows XP bekannt.

punkt seines praxisbezogenen Vortrages. Dabei ging er auch ausführlich auf die Möglichkeit ein, durch neue Produkte und Dienstleistungen Zusatz-Umsätze zu generieren. Als gelungene Fortsetzung dieser Perspektive entpuppte sich der lebendige Vortrag von Martin Wagner (Ringfoto), der mit seiner Darstellung der digitalen Entwicklung wohl jedem Fotohändler im Raum Lust auf das Geschäft mit elektronischen Kameras und Bildern machte. In einer ausführlichen Präsentation der augenblicklichen und zukünftigen Entwicklung digitaler Technologien stellte Dr. Helmut Treiber, der frühere Leiter der Entwicklung von Laborgeräten bei Agfa, ein beeindruckendes Zukunftsszenario vor. Für Deutschland erwartet Dr. Treiber bis zum Jahr 2005 einen Bestand von 5 Millionen Digitalkameras, mit denen die Konsumenten 1,5 Milliarden Aufnahmen machen werden. Wenn man davon ausgeht, so Treiber, daß 20 Prozent dieser Bilder auf Papier geprintet werden, ergibt dies ein Volumen von 300 Millionen Farbfotos, von denen hoffentlich die Mehrzahl im Fotohandel verkauft wird. Dennoch, so betonte der frühere Agfa Manager, dürfe das analoge Segment nicht aus dem Auge verloren werden. Immerhin sei weltweit mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 4,5 Prozent bei analogen Kameras bis zum Jahr 2005 zu rechnen, denen allerdings ein Wachstum von durchschnittlich 45 Prozent bei Digitalkameras gegenüberstehe. Die Zahl der weltweit aufgenommenen analogen Bilder werde wegen des höheren Kamerabestandes von 70 auf 80 Milliarden wachsen, zu denen noch 7,8 Milliarden digitale Fotos kämen. Davon könnten, nach Einschätzung von Dr. Helmut Treiber, 3,9 Milliarden im Fotofinishing hergestellt werden.

Wie ein roter Faden zog sich durch alle Vorträge, die sich mit Digitalfotografie und ihren Auswirkungen beschäftigten, die Frage, auf welche Weise
die Verbraucher am besten motiviert
werden können, von ihren digitalen
Aufnahmen echte Fotos herstellen
zu lassen. Dabei betonten mehrere
Referenten die Notwendigkeit gemeinsamer Anstrengungen von Industrie,
Fotofinishern und Fotohandel.

Dies wurde besonders deutlich auf der Podiumsdiskussion betont, bei der sich führende Vertreter der Gold Sponsoren

## i+fc Internationale Messen



Heinz Reese, Photo+Medienforum Kiel, stellte die Chance der Digitalfotografie für den Einzelhandel praxisbezogen dar.

unter der Moderation von Thomas Blömer, imaging+foto-contact, den Fragen der Besucher stellten. Da es sich bei den Herstellern der Imaging- und Fotobranche im Vergleich zu den Giganten zum Beispiel aus der Automobil- oder Computer-Industrie um relativ kleine Unternehmen handelt, wurde die Notwendigkeit einer konzertierten Aktion besonders betont. Dabei wurde auch themati-

siert, daß die Entwicklung eines Standards, der den Weg zum digitalen Foto für Verbraucher und Anbieter einfach und preiswert vorzeichnet, höchste Priorität haben müsse. Zudem brachten mehrere Vertreter von Industrie, Fini-



Einen ausführlichen Überblick über Gegenwart und Zukunft des digitalen Bildes gab der ehemalige Leiter der Entwicklung von Laborgeräten bei Agfa, Dr. Helmut Treiber.

shern und Handel deutlich die Notwendigkeit zum Ausdruck, zumindest in absehbarer Zukunft die Renditen im analogen Geschäft nicht nur zu erhalten, sondern möglichst zu verbessern. Denn bei allem Wachstum der Digitaltechnik darf nicht vergessen werden, daß dieser Bereich zur Zeit vor allem Investitionen erfordert.

#### **Zufriedene Veranstalter**

Mit 250 Besuchern und gut gefüllten Seminar-Veranstaltungen waren die Veranstalter sehr zufrieden. "Die Resonanz hat unsere Erwartungen übertroffen", erklärte Dr. Klaus Petersen, Direktor des europäischen PMA Büros in München, dem imaging+foto-contact. "Wir sehen darin ein klares Zeichen, daß in der Imaging- und Fotobranche ein echter Bedarf nach solchen Veranstaltungen besteht, auf denen man sich gut informieren kann und die Möglichkeit hat, den Kontakt innerhalb der Fotobranche zu vertiefen. Nach diesem gelungenen Start wird die PMA intensiv daran arbeiten, dieses neue Konzept zu etablieren und in Zusammenarbeit mit Industrie, Fotofinishing und Fotohandel noch bedarfsgerechter zu gestalten."

kann das Filmentwicklungsverfahren.

digitalen Minilabs, eingesetzt werden.

auch in Verbindung mit anderen

Ausgabe-Geräten, zum Beispiel

bei dem keine flüssigen Abfälle anfallen,



Fiction will diese Technologie

auch an andere Hersteller von

Printstationen verkaufen.

Direktor des Unternehmens,

In München standen der Europa-

CD # 1210-1065-1719

PERSONAL PHOTOLAB

4 Applied Science Fiction

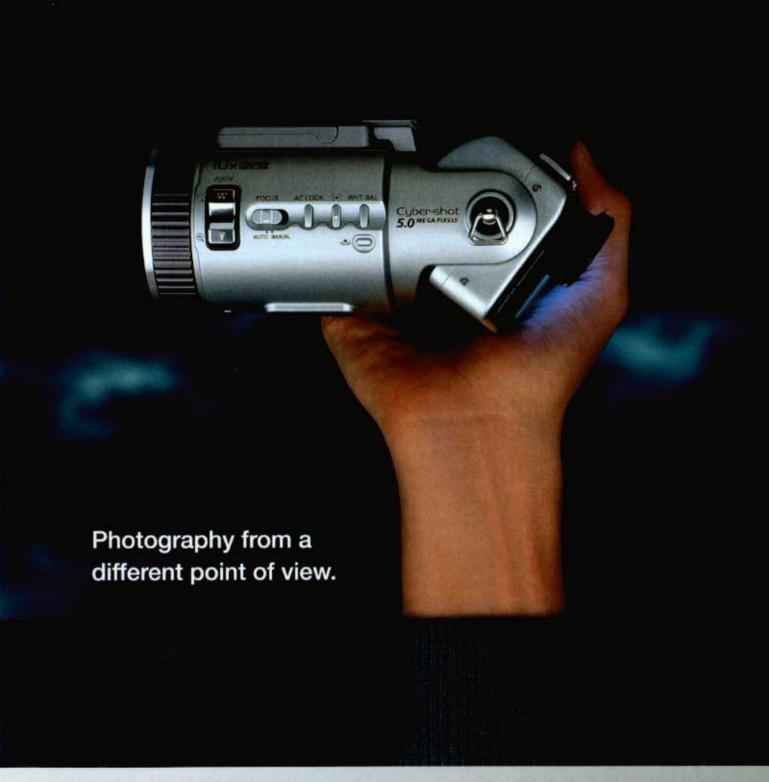
ten Kiosk Station

eingesetzt, dauert

der gesamte Prozeß

der Bilder mit einem

einschließlich Ausdruck

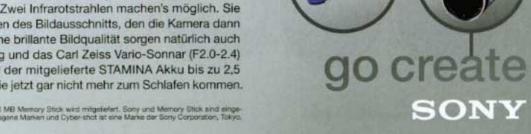


## Cyber-shot

## Die Sony Cyber-shot DSC-F707 - für Ihre Sicht der Dinge.

Die DSC-F707 macht Unmögliches möglich. Mit ihrem schwenkbaren Objektiv können Sie aus jedem Winkel fotografieren. Und dank NightFraming gelingen Ihre Fotos auch bei absoluter Dunkelheit. Zwei Infrarotstrahlen machen's möglich. Sie erleichtern Ihnen das exakte Aussuchen des Bildausschnitts, den die Kamera dann mithilfe eines Lasers fokussiert. Für eine brillante Bildqualität sorgen natürlich auch die effektiven 5,0 Megapixel Auflösung und das Carl Zeiss Vario-Sonnar (F2.0-2.4) mit 5fach optischem Zoom. Und weil der mitgelieferte STAMINA Akku bis zu 2,5 Stunden hält, kann es gut sein, dass Sie jetzt gar nicht mehr zum Schlafen kommen.





## Die "heiße Phase" der Euro-Umstellung beginnt

# Vorsicht vor Falschgeld!

Für den Handel hat Anfang September mit der offiziellen Präsentation der Euro Münzen und Euro Scheine endgültig die "heiße Phase" der Währungsumstellung begonnen. Neben betriebswirtschaftlichen Problemen, die für viele kleine und mittlere Unternehmen bis heute nicht gelöst sind, muß der Handel noch mit einem ganz praktischen Problem rechnen: Die Zahl der Versuche, Falschgeld in Umlauf zu bringen, wird gegen Ende des Jahres dramatisch steigen.

Um ein Gefühl für die Dimension zu geben, in der Geldfälscher aktiv sind, sei das Beispiel des relativ kleinen Bundeslandes Hessen genannt: Dort hat die hessische Polizei im vergangenen Jahr einen rasanten Anstieg bei Falschgelddelikten registriert. Nach Angaben des Landeskriminalamts in Wiesbaden stieg die Zahl der Falschgeldfunde um 54,9 Prozent auf 4.130. Darunter seien besonders viele falsche 500- und 1.000-DM-Scheine gewesen. Der Nennwert der sichergestellten Blüten belief sich den Angaben zufolge auf über 8,5 Millionen DM.

Das Bundeskriminalamt und die Landeskriminalämter gehen davon aus, daß sich alle Fälscher in den kommenden Monaten darum bemühen werden. ihre "Lager zu räumen". Bevor der Euro kommt, muß das alte Falschgeld weg sein, denn auch dieses verliert zum 1.3.2002 seine Gül-

tigkeit. Und welcher Fälscher bringt schon seine Blüten zu einer Zweigstelle der Deutschen Bundesbank? Also ist erhöhte Wachsamkeit in den kommenden Monaten das Gebot der Stunde.

Mit der Einführung des Euro ist das Problem des Falschgeldes allerdings nicht gelöst. Im Gegenteil: Während zumindestens schlecht gemachte Blüten für erfahrene Verkäufer und Kassierer noch relativ einfach zu erkennen sind, wird die Unsicherheit bezüglich der neuen Scheine und Münzen zu Problemen und sicherlich auch schwierigen Situationen beim Verkauf führen.

Denn seit Anfang September sind zwar die Geldscheine und deren Sicherheitsmerkmale bekannt, aber der Euro wird auf verschiedenen Papieren und in verschiedenen Druckereien des Eurolandes hergestellt. Daraus ergeben sich zwangsläufig Abweichungen im Aussehen. Wie groß aber die Unterschiede beispielsweise zwischen deutschen, französischen oder italienischen Euro sein werden, kann bislang niemand voraussagen.

Es ist in jedem Fall ratsam, wenn sich Chefs und deren Mitarbeiter frühzeitig mit den spezifischen Kennzeichen des neuen Geldes vertraut machen. Und dies nicht nur in der Theorie, sondern auch in der Praxis. Viele Geldinstitute bieten dazu die Möglichkeit, entweder, indem sie Euro-Schulungen veranstalten oder indem sie ihren Kunden die neuen Scheine zumindestens einmal in die Hand geben können.

100 EURS

Hier die Erkennungsmerkmale des neuen Geldes:

#### Die acht Euro-Münzen

Die acht Euro-Münzen sind einfach zu erkennen, da sie sich in Gestaltung, Größe und Farbe unterscheiden. Ein Euro entspricht 100 Cent. Es gibt Münzen zu 1, 2, 5, 10, 20 und 50 Cent sowie zu einem Euro und zwei Euro. Die Münzen mit hohem Nennwert - 1 Euro und 2 Euro - sind zweifarbig (silber-und goldfarben). Die Münzen mit mittlerem Nennwert - 10, 20 und 50 Cent - sind goldfarben und die mit niedrigem Nennwert - 1, 2 und 5 Cent - kupferfarben. Die gemeinsamen Seiten der Euro-Münzen zeigen die zwölf Sterne und den Umriß der Europäischen Union in drei verschiedenen Ansichten.

Während die acht Münzwerte einheitliche Vorderseiten aufweisen, hat jedes Euroland die Rückseiten mit eigenen Motiven gestaltet. Die in Deutschland geprägten 1-Euro- und 2-Euro-Münzen zeigen den Bundesadler, auf den 10-, 20- und 50-Cent-Stücken ist das Brandenburger Tor und auf den drei Münzen mit den niedrigsten Nennwerten der Eichenzweig abgebildet.













Wichtiger als die Münzen sind jedoch zweifellos die Geldscheine, die naturgemäß eher dazu geeignet sind, gefälscht zu werden. Seit Anfang September sind die Kriterien bekannt, die Euro-Scheine besonders sicher machen sollen.

#### Die siehen Euro-Scheine

Die sieben Euro-Banknoten im Wert von 5, 10, 20, 50, 100, 200 und 500 Euro sind leicht zu erkennen. Jeder Banknotenwert hat eine andere Farbe und eine andere Größe. Dabei gilt: Je höher der Wert, desto größer der Schein. Die Fenster und Tore auf der Vorderseite der Scheine symbolisieren Offenheit, die Brücken auf der Rückseite stehen für die Zusammenarbeit zwischen den Völkern Europas sowie zwischen Europa und der übrigen Welt. In die Euro-Banknoten wurde eine Reihe von Sicherheitsmerkmalen eingearbeitet, damit jedermann eine echte Banknote leicht auf einen Blick erkennen kann. Die Euro-Geldscheine werden auf Papier aus reiner Baumwolle gedruckt, das sich spürbar von normalem Papier unterscheidet. Durch die Verwendung einer speziellen Drucktechnik sind einige der Bildelemente auf der Vorderseite der Banknoten ertastbar. Weitere Sicherheitsmerkmale sind zu erkennen, wenn die Banknote gegen das Licht gehalten oder gekippt wird. Zwei dieser Sicherheitsmerkmale auf den 50-, 100-, 200und 500-Euro-Banknoten unterscheiden sich von denen auf Geldscheinen mit niedrigerem Wert.

Die Sicherheitsmerkmale der 5-, 10und 20-Euro-Scheine im einzelnen:

- Wasserzeichen: Im Gegenlicht sind das jeweilige Architekturmotiv und die jeweilige Wertzahl zu sehen.
- Sicherheitsfaden: Im Gegenlicht wird eine dunkle Linie sichtbar.
- Spezial-Folienstreifen: Beim Kippen der Banknote erscheinen auf einem silbrigen Streifen, je nach Betrachtungswinkel, das Euro-Symbol oder die jeweilige Wertzahl als Hologramm.

• Perlglanzstreifen: Beim Kippen der Banknote wird ein goldfarbener Streifen sichtbar, in dem das Euro-Symbol und die jeweilige Wertzahl zu erkennen

Die Sicherheitsmerkmale der 50-, 100-, 200- und 500-Euro-Scheine im einzel-

- Wasserzeichen: Im Gegenlicht sind das jeweilige Architekturmotiv und die jeweilige Wertzahl zu sehen.
- Sicherheitsfaden: Im Gegenlicht wird eine dunkle Linie sichtbar.
- Spezial-Folienelement: Beim Kippen der Banknote zeigt ein Hologramm, je nach Betrachtungswinkel, das jeweilige Architekturmotiv oder die Wertzahl.
- Farbwechsel: Beim Kippen der Banknote wechselt die Farbe der großen Wertzahl rechts unten auf der Rückseite von Purpurrot zu Olivgrün oder Braun.

## Mikroschrift bietet zusätzlichen Schutz

Darüber hinaus trägt jeder Schein eine winzig kleine Schrift, die sogenannte Mikroschrift. Diese taucht derzeit auf mehr als 140 Banknoten der verschiedensten Währungen und in jüngster Zeit auch zunehmend auf Kreditkarten auf. Anders als bei den bekannten Sicherheitsmerkmalen der existierenden Geldscheine ist es Fälschern bislang nicht gelungen, die Mikroschrift nachzuahmen. Sie ist deshalb auch ein zuverlässiges Sicherheitsmerkmal für den Euro. Das Problem beim Erkennen dieses Sicherheitsmerkmales war bislang allerdings, daß die Winzschrift nur mit dem Mikroskop lesbar und deshalb kein Sicherheitsmerkmal für "jedermann" war.

Inzwischen haben sich aber auch die Hersteller von Geldschein-Prüfgeräten auf die Euro-Währung eingestellt. So gibt es jetzt auch Geräte, die problemlos in der Lage sind, die Mikroschrift deutlich zu machen. Der Handel täte in seinem eigenen Interesse gut daran, sich rechtzeitig mit den unterschiedlichen Prüfgeräten auszustatten.

## Zehn Fragen zum Euro in Ihrem Unternehmen

Sie sind gut auf den Euro vorbereitet, bzw. Sie liegen mit Ihren Vorbereitungen gut in der Zeit, wenn Sie die folgenden zehn Fragen mit "Ja" beantworten können.

- · Sie sind sich bewußt, daß Sie nur noch zwei Monate Zeit haben, um sich vollständig auf die Einführung des Euros vorzubereiten?
- Sie haben verinnerlicht, daß Sie am 1. (oder 2.) Januar 2002 ohne Wenn und Aber startklar sein müssen?
- Sie haben für die "heiße Phase" einen konkreten Umstellungsplan und haben festgelegt, wer in Ihrem Unternehmen für was zuständig und verantwortlich ist?
- · Sie wissen, wie hoch Ihr Wechselgeldbedarf in den ersten Tagen nach dem Jahreswechsel ist und wann Sie sich bei wem mit den neuen Euros eindecken wollen?
- · Sie haben mit Ihrer Versicherung gesprochen?
- Sie haben Ihren IT-Dienstleister kontaktiert und Termine vereinbart, an

- denen Ihr Warenwirtschaftssystem, Ihre Kassen, Waagen und Einkaufswagen eurofähig gemacht werden?
- Sie haben einen konkreten Plan, von welchem Zeitpunkt an Sie verlustfrei vom DM-Preisregime auf das Euro-Preisregime umstellen wollen?
- Sie wissen, was Sie tun müssen, um das Vertrauen der Verbraucher nicht zu verspielen und ihm den Übergang zum Euro zu erleichtern?
- Sie wissen, daß Sie ständig kontrollieren müssen, daß Ihre Pläne auch termingerecht umgesetzt werden?
- Sie und Ihre Mitarbeiter haben sich eingehend mit der neuen Währung auseinandergesetzt (oder beabsichtigen, dies noch bis Dezember zu tun) und kennen die Merkmale, die echte von gefälschten Euro-Geldscheinen unterscheiden?













## Vom Picture Maker bis zum digitalen Minilab

## **Bilder Center mit Kodak**



des Fotohandels im Bildergeschäft deutlich erweiterte. Mit zusätzlichen modularen Komponenten wie der Order Station und dem Poster Printer baute Kodak dieses Konzept für Bildkompetenz im Foto-

handel inzwischen systematisch aus. Jetzt bietet das neue digitale Minilab mit hervorragendem Preis-/

Leistungsverhältnis dem Fotohandel die Möglichkeit, gemeinsam mit Kodak eine komplette Palette analoger und digitaler Dienstleistungen im Bildergeschäft anzubieten. imaging+foto-contact hat mit Gunter Plapp, Marketing Manager Digital im Kodak Geschäftsbereich Consumer Imaging, über die Perspektiven für mehr Wertschöpfung durch Bilddienstleistungen vor Ort gesprochen.

Gunter Plapp, Marketing Manager Digital im Kodak Geschäftsbereich Consumer Imaging: "Jetzt wird es dem Fotohandel möglich, mit einer überschaubaren Investition die gesamte Palette digitaler und analoger Dienstleistungen im eigenen Geschäft zu produzieren."

imaging+foto-contact: Herr Plapp, in den vergangenen Jahrzehnten gab es für das Bildergeschäft des Fotohandels gewöhnlich die Alternative: Bilder aus dem Großlabor oder – für Standorte mit hohem Filmaufkommen – das eigene Minilab. Welche Perspektiven bietet das Kodak Bilder Center Konzept jetzt dem Fotohandel in einer Zeit, wo das Bildergeschäft durch besonders harten Preiswettbewerb gekennzeichnet ist?

Gunter Plapp: Kodak hat schon frühzeitig erkannt, daß die Kompetenz des Fotohandels neben dem standardisierten Bildergeschäft die gesamte Palette von Bilddienstleistungen umfassen sollte. Durch die Digitaltechnik hat sich die Zahl der Möglichkeiten in den vergangenen Jahren stetig vergrößert. Kodak hat darum ein modulares System entwickelt, um die Chance zu nutzen, den Bildermarkt durch neue Dienstleistungen zu vergrößern und damit die Wertschöpfung im Fotohandel zu verbessern. Der erste Schritt war bereits 1995 die Einführung des Picture Makers, der damals unter dem Namen Digital Print Station auf den Markt kam.

imaging+foto-contact: Nun war dieses Gerät nicht von Anfang an ein Erfolg.

Gunter Plapp: Wir brauchten tatsächlich eine gewisse Anlaufzeit. Die ersten Stationen waren fast ausschließlich für eine neue Variante des Bild-vom-Bild-Geschäftes konzipiert und ermöglichten es, direkt vor Ort hochwertige Bilder zu produzieren und zu einem Premiumpreis mit außerordentlich guter Handelsspanne zu verkaufen. Das Hereinbrechen der PC-Welt machte es für uns damals schwer, dem Fotohandel zu vermitteln, daß man nicht alle Bilddienstleistungs-Funktionen in einem Gerät konzentrieren kann, sondern daß der Picture Maker ein ausbaufähiges System ist, um ein völlig neues Geschäft

imaging+foto-contact: Wie ist es Ihnen gelungen, die Akzeptanz für dieses Konzept beim Fotohandel zu erhöhen?

Gunter Plapp: Nach einiger Zeit konnten wir anhand eindrucksvoller Beispie-

le aus der Praxis belegen, daß die Sorge einiger Fotohändler, ob man ein Bild tatsächlich für 15.- DM verkaufen kann. unbegründet war. Dabei bleibt bis heute wichtig, daß man den Kunden diese neue Dienstleistung aktiv anbieten muß – diejenigen Fotohändler, die das in der Praxis umsetzen, erzielen mit unseren Geräten hervorragende Ergebnisse. Ein weiterer Schritt war die Einbindung der Paßbild-Dienstleistung in das Picture Maker Konzept. Durch die Kombination mit einer Kodak Digitalkamera, einer Multiblitz Studioanlage und einem Paßbilddrucker stellten wir eine gewisse Auslastung der Picture Maker Geräte von Anfang an sicher und machten darum vielen Fotohändlern den Einstieg bedeutend leichter. Wenn die Kunden durch ihre Paßbilder die Möglichkeiten und das hohe Qualitätsniveau des Picture Makers einmal erkannt haben, ist es

für aktive Fotohändler vergleichsweise

einfach, weitere Dienstleistungen mit

hoher Wertschöpfung zu verkaufen.



Kombination des Kodak Picture Makers mit der Order Station bietet das Kodak Bilder Center die Möglichkeit, den Kunden sowohl hochwertige Digitalprints vor Ort als auch Digitalfotos aus dem Großlabor mit günstigem Preis-/Leistungsverhältnis anzubieten.

imaging+foto-contact: Für die Herstellung der Bilder beim Picture Maker setzen Sie das relativ teure Thermosublimationsverfahren ein. Würde es sich nicht anbieten, zumindest als Alternative auch preiswertere Printverfahren wie zum Beispiel Inkjet anzubieten, um die Preisschwelle für die schnellen Bilder im Fotogeschäft zu senken?

Gunter Plapp: Der Picture Maker ist in erster Linie ein Gerät für das Angebot schneller Bilder in höchster Qualität im Fotogeschäft – dafür kann auch ein Premium-Preis erzielt werden. Die Thermosublimationstechnologie ist anderen digitalen Printverfahren zur Zeit in bezug auf Qualität, Haltbarkeit und Zuverlässigkeit deutlich überlegen. Für Dienstleistungen wie das schnelle Bildvom-Bild gibt es eine bestimmte Zielgruppe, die durch niedrigere Preise nicht in gleichem Maße wächst, wie die Wertschöpfung pro Auftrag abnimmt. Deshalb setzen wir für den Picture Maker die beste und nicht die billigste Technologie ein - wobei man natürlich nicht ausschließen kann, daß in Zukunft auch andere Printverfahren das Niveau erreichen, das wir heute mit dem Thermosublimationsdruck erzielen. Zur Zeit ist das aber nicht abzusehen.

Dabei gibt uns der Erfolg des Picture Makers Recht: Mit rund 1.200 installierten Geräten sind wir mit Abstand Marktführer für digitale Kiosk-Systeme.

imaging+foto-contact: Würde es sich nicht anbieten, die Picture Maker Kiosks in verstärktem Maße für die Herstellung von Bildern aus Digitalkameras zu nutzen?

Gunter Plapp: Natürlich bieten die Picture Maker Kiosks dieses Feature und sind gut dafür geeignet, Bilder aus Digitalkameras in hervorragender Qualität zu drucken. Wegen des hohen Preises werden sie vornehm-

lich für das Printen einzelner Fotos eingesetzt, bei denen es auf Qualität und Schnelligkeit ankommt. Für das Massengeschäft mit Fotos von digi-

talen Aufnahmen, das wir mit steigender Digitalkamera-Population erwarten. bieten wir mit der Kodak Order Station ein bedienungsfreundliches Annahme-Terminal zur Online-Übertragung digitaler Bilddateien in die Kodak Großlabore. Damit kann der Fotohandel auf einfache Weise hochwertige Digitalfotos auf echtem Fotopapier anbieten und das hervorragende Preis-/ Leistungsverhältnis der Silberfotografie auf die digitale Welt übertragen.

imaging+foto-contact: Kodak hat sich mit der Einführung solcher Order Stationen im



Markus Pfander, Vertriebsdirektor Digitale Systeme, demonstriert die Kodak Order Station, mit der der Fotohandel auf einfache Weise hochwertige Digitalfotos auf echtem Fotopapier anbieten kann.

#### Vergleich zu anderen Laborbetrieben relativ viel Zeit gelassen. Warum?

Gunter Plapp: Wir wollten sichergehen, dem Verbraucher und dem Fotohandel von Anfang an eine praktikable und leicht zu bedienende Lösung in diesem Segment, das ja jetzt erst anfängt, sich zu einem Markt zu entwickeln, anzubieten. Dabei wollten wir den Bedürfnissen der Verbraucher ebenso gerecht werden wie den Anforderungen im Fotohandel. zum Beispiel an die Bedienungsoberfläche. Und wir wollten natürlich den reibungslosen Ablauf der Auftragsbearbeitung in unseren Labors sicherstellen. Dies ist inzwischen geschehen: Rund 300 Kodak Order Stationen sind installiert. Es werden ständig mehr, und unsere Marktforschung hat bei den Verbrauchern eine hohe Zufriedenheit mit diesen Systemen festgestellt. Das gilt übrigens auch für den Fotohandel.

#### imaging+foto-contact: Können Sie dies mit Zahlen illustrieren?

Gunter Plapp: Die Zahl der Aufträge in unseren Labors entwickelt sich stetig nach oben – das gilt auch für die Anzahl der Bilder pro Auftrag, die inzwischen mit durchschnittlich 25 Prints in einer ähnlichen Größenordnung liegt wie beim normalen Film.

#### imaging+foto-contact: Ist die Möglichkeit, von Aufnahmen mit der Digitalkamera echte Fotos beim Fotohandel zu bekommen, den Verbrauchern denn ausreichend bekannt?

Gunter Plapp: Hier liegt mit Sicherheit noch eine große Aufgabe für die gesamte Branche und besonders für den Fotohandel. Unsere Marktuntersuchungen haben ergeben, daß fast 80 Prozent der Konsumenten durch Beratung im Fotogeschäft oder POS-Material über die Möglichkeit dieser Dienstleistungen informiert worden sind. Es ist im ureigensten Interesse des Fotohandels, durch permanente Beratung, die natürlich schon beim Verkauf einer Digitalkamera einsetzen muß, sein eigenes Bildergeschäft auch für die digitale Zukunft zu sichern.

Dabei unterstützen wir unsere Handelspartner sehr intensiv. Dieser Aufwand lohnt sich mit Sicherheit: Unsere Marktuntersuchungen haben ergeben, daß immer mehr Verbraucher von ihren digitalen Aufnahmen Prints haben möchten. Vor zwei Jahren haben nur 20 Prozent der Digitalkamera-Anwender als

## i+fc Interview

Verwendungszweck ihrer digitalen Aufnahmen die Herstellung von Prints angegeben. Inzwischen sind es bereits fast 40 Prozent. Was die Zufriedenheit der Kunden mit den von Kodak im Zusammenhang mit der Order Station angebotenen Labordienstleistungen angeht, so bewerteten rund 90 Prozent der Verbraucher die Printqualität als gut oder sehr gut. Auch Preise und Lieferzeiten werden bereits heute von den Konsumenten akzeptiert. Dabei beobachten wir den Trend, daß sich die Zielgruppen für das digitale und normale Bildergeschäft angleichen: Innerhalb von zwei Jahren ist zum Beispiel der Anteil der Frauen, die digitale Fotos bestellen, von gerade 2 auf 21 Prozent gestiegen.

imaging+foto-contact: Nun sind Bilder von Digitalkameras und schnelle Prints vor Ort nur relativ kleine Segmente des Bildermarktes. Welche Perspektiven bietet das Kodak Bilder Center Konzept für das "Brot- und Buttergeschäft" des Fotohandels, nämlich die Erstentwicklung, die ja bekanntlich unter besonders starkem Preisdruck steht?

Gunter Plapp: Unsere Großlabors bieten dem Fotohandel mit ihren Premium-Linien und speziellen Dienstleistungen eine große Palette von Möglichkeiten, sich von Billiganbietern zu differenzieren. Zudem führen wir jetzt mit unserem digitalen Minilab ein neuartiges Gerät ein, das sich durch ein konkurrenzlos günstiges Preis-/Leistungsverhältnis in diesem Segment auszeichnet. Während sich bisher digitale Minilabs nur für Standorte mit außerordentlich hoher Kapazität gerechnet haben, wird es jetzt dem Fotohandel möglich, mit einer überschaubaren Investition die gesamte Palette digitaler und analoger Dienstleistungen im eigenen Geschäft zu produzieren und sich auf diese Weise von den Billigangeboten der Ketten deutlich abzuheben.

## imaging+foto-contact: Wie groß ist diese Investition?

Gunter Plapp: Der Listenpreis für unser digitales Minilab liegt unter 200.000,-DM. Dafür erhalten unsere Kunden nicht nur das Gerät, sondern einen Tag Einweisung vor Ort, zwei Tage Training in Stuttgart und Unterstützung in bezug auf die Positionierung der digitalen Dienstleistungen. Zum Lieferumfang gehören zudem Papiermagazine, Filmscanner, PC, eingebautes Sitometer, Promotion-Material und PoS-Werbemittel.

#### imaging+foto-contact: Welches Leistungsprofil bietet dieses Gerät?

Gunter Plapp: Mit dem digitalen Minilab von Kodak kann der Fotohandel Erstaufträge von allen gängigen Filmformaten anbieten – und zwar in hervorragender Qualität durch die Digitaltechnik. Der Film wird zunächst gescannt, dann werden die Bildinformationen über eine LCD-Einheit auf Fotopapier belichtet. Dabei bietet sich die Möglichkeit digitaler Bildverbesserung, zum Beispiel durch das Korrigieren des Rote-Augen-Effektes, Schärfeoptimierung, Dichtekorrektur und so weiter. Die Kapazität von 500 Bildern im Format 10 x 15 cm pro Stunde ist für die meisten Standorte vollkommen ausreichend – diese Kapazität wird auch nicht geringer, wenn neben den Bildern Zusatzprodukte, wie zum Beispiel unsere Picture CD, hergestellt werden. Denn für die Herstellung der CD ist kein weiterer Scanvorgang notwendig. Zudem kann mit dem Kodak Minilab die gesamte Palette digitaler Bilddienstleistungen hergestellt werden: Bilder von der Digitalkamera oder anderen Datenträgern ebenso wie Printaufträge aus dem Internet über die eigene Homepage des Händlers. Natürlich



Das digitale Minilab von Kodak zeichnet sich durch ein besonders günstiges Preis-/Leistungsverhältnis aus.

werden. Das Gerät ist zudem zur Herstellung digitaler Paßbilder geeignet – diese werden mit Priorität behandelt und liegen in wenigen Minuten fertig vor. Kurzum, das digitale Minilab von Kodak bietet bis zum maximalen Format von 24 x 30 cm die Möglichkeit, die gesamte Palette analoger und digitaler Bilddienstleistungen herzustellen. Dabei empfehlen wir die Kombination mit der

Kodak Order Station. Sie macht es dem Kunden einfach, die Bilder vom digitalen Datenträger zum Printen zu selektieren, unterschiedliche Formate einzugeben und sich mit den vielfältigen Möglichkeiten der digitalen Bilddienstleistungen auseinanderzusetzen, ohne daß das Personal im Fotohandel mit der Auftragsannahme über Gebühr belastet wird.

#### imaging+foto-contact: Können Sie bereits über erste Reaktionen des Fotohandels auf dieses Konzept berichten?

Gunter Plapp: Gerade wegen des enormen Preisdruckes im traditionellen Bildergeschäft stellen wir eine hohe Bereitschaft des Fotohandels fest, sich durch das Kodak Bilder Center Konzept mit allen seinen Komponenten als Anbieter mit umfassender Bildkompetenz zu positionieren und sich dadurch von preisagressiven Wettbewerbern abzuheben. Wir bieten ein modulares System für eine Vielzahl von Dienstleistungen vom hochpreisigen schnellen Bild mit dem Picture Maker über den digitalen Printauftrag an der Order Station bis zur umfassenden Dienstleistungspalette mit dem digitalen Minilab. Dazu kommt noch unser Kodak Poster Printer, der einen attraktiven Sofortservice für die Herstellung fotorealistischer Posterdrucke bis zum Format A1 auf Glossy-, Satin- oder Fine Art-Papieren ermöglicht. Dieses Gerät ist übrigens nicht nur für Fotohändler mit Industriekundschaft interessant, sondern auch für Berufsfotografen, die in den Bereichen Werbung oder Portrait aktiv sind und hier eine weitere Möglichkeit nutzen können, die Palette ihrer Angebote auszubauen und zusätzliche Wertschöpfung zu erzielen.

Wichtig ist, daß alle diese Kodak Komponenten aufeinander abgestimmt sind und miteinander vernetzt werden können. Damit bieten wir ein modulares System, das den heutigen Anforderungen hervorragend gerecht wird, aber auch die Möglichkeit bietet, auf neue Herausforderungen des dynamischen Bildermarktes schnell und kostengünstig reagieren zu können. Das Kodak Bilder Center bietet dem Fotohandel also nicht nur mehr Rendite im Bildergeschäft heute, sondern vor allem Zukunftssicherheit für den Markt von morgen.

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



## Starke Beteiligung an der Ringfoto Herbstmesse

# Veiter im Plus Mit einer großen Zahl von Ausstellern und



Freuten sich über die gute Stimmung auf der Ringfoto Herbstmesse: (von rechts) Hauptgeschäftsführer Michael Gleich, Vertriebsleiter Andreas Timm-Stöffhaas, Marketingleiter Hans Schulz-Nigmann und Gerhard Brischnik, Geschäftsführer der österreichischen Ringfoto Gesellschaft.

Mit einer großen Zahl von Ausstellern und Besuchern war die Ringfoto Herbstmesse vom 5. bis 7.10.2001 in Erlangen ein voller Erfolg. Zusätzlich zum attraktiven Produktprogramm der Hersteller sorgten gute Zahlen aus der Ringfoto Zentrale für positive Stimmung.

## Erste Voigtländer Digitalkamera



Die erste Voigtländer Digitalkamera heißt Voigtländer X1 digital und bietet mit 2,1 Millionen Pixeln, 3fach-Zoomobjektiv und einem UVP von 999,- DM ein besonders gutes Preis-/Leistungsverhältnis.

Pünktlich zur Ringfoto Herbstmesse stellte die Kooperation wichtige Neuheiten ihrer Traditionsmarke Voigtländer vor. Besonders starkes Interesse fand die erste Digitalkamera mit dem legendären Schriftzug, die Voigtländer X1. Mit 2,1 Millionen Pixeln und 3fach-Zoomobjektiv bietet sie

zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 999,- DM ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis. Die Speicherung der Bilddaten erfolgt auf der SD Memory bzw. Multi-Media Karte. Das Gerät verfügt nicht nur über eine Menüführung in deutscher Sprache, sondern ist – sympathisches Detail am Rande – auch bei den Bedienelementen mit deutscher Beschriftung versehen. Die Kamera wird also nicht "off", sondern "aus" geschaltet. Günstig ist bei der Voigtländer X1 übrigens nicht nur der Verkaufspreis: Bei einem Netto-EK-Preis von 688,- DM ergibt sich eine Spanne von 20,1 Prozent, ein sehr guter Wert im digitalen Sortiment.

Zum 101. Geburtstag des Heliar Objektives bringt Voigtländer eine Sonderserie in limitierter Auflage heraus, bei der das 50 mm Heliar in Chrome mit einem Bessa-T Gehäuse kombiniert wird. Die Kamera ist in vier verschiedenen Farben (schwarz, grau, blau, oliv) jeweils 500 x in dieser Kombination erhältlich. Das Jubiläumsset mit Bessa-T Gehäuse, inkl. Spezialsucher 50 mm, Gegenlichtblende, Objektivabdeckung, M-Bajonett-Adapterring und farblich passendem T-Winder plus 50 mm Heliar wird 3.499,- DM kosten.

Zusätzlich stellte Voigtländer fünf interessante 35 mm Kompaktkameras in den wichtigsten Marktsegmenten vor. Auf über 2.000 qm Ausstellungsfläche im Kongreßzentrum Erlangen zeigten rund 110 Hersteller aus der Foto- und Imagingbranche ihre neuesten Produkte und Dienstleistungen. 750 angemeldete Fachhandelsunternehmen bedeuteten, daß nach Angaben der Organisatoren über 1.600 Besucher das Kongreßzentrum füllten. Dabei berichteten die Aussteller übereinstimmend über eine überdurchschnittlich gute Ordertätigkeit für das Weihnachtsgeschäft. Dazu trugen auch die Sonderangebote bei, die die Ringfoto Zentrale zur Messe mit verschiedenen Industriepartnern ausgehandelt hatte.

## Wachstum gegen den Trend

Während in der Fotobranche zur Zeit die Umsatzbäume bekanntlich nicht in den Himmel wachsen, meldete die Ringfoto Zentrale zur Messe eine weiterhin positive Entwicklung: Die per Ende September 2001 aufgelaufenen Umsätze liegen um 3 Prozent über dem vergleichbaren Zeitraum des Vorjahres. Dabei konnte das Lagergeschäft um 9 Prozent gesteigert werden. Ganz ohne Sorgenfalten geht es aber auch bei der mitgliederstärksten deutschen Kooperation nicht ab. Hauptgeschäftsführer Michael Gleich: "Während das Streckengeschäft bei der Hardware noch ein Wachstum von 2.1 Prozent aufweist, ist der abgerechnete Laborumsatz aufgrund des ruinösen Wettbewerbs der Drogeriemärkte und des damit einhergehenden Preisverfalls deutlich rückläufig."

Die höchsten Wachstumsraten im Lagergeschäft verzeichnete im laufenden Jahr der Bereich der digitalen Fotografie. Hier hat sich per Ende September der Umsatz auf hohem Niveau gegenüber dem Vorjahr um 59 Prozent erhöht. Neben hochwertigen Digitalkameras gehören auch digitale Camcorder zu den Bestsellern. Positiv gegen den Trend entwickelt sich bei den Ringfoto Händlern die analoge Fotografie. Während der Markt für Sucherkameras um 8.8 Prozent und für SLR Kameras um 9,5 Prozent deutlich zurückging, konnte Ringfoto in diesen Warengruppen im Lagergeschäft ein Plus von 12,3 Prozent bzw. 4,5 Prozent erzielen. "Möglich wurde diese Entwicklung durch gezielte Werbemaßnahmen besonders SLR-Sets - und exklusive Angebote der namhaftesten Hersteller", erklärte Michael Gleich,

## Ringfoto WebWorld erfolgreich gestartet

Das auf der Frühjahrsmesse vorgestellte e-Commerce-Programm von Ringfoto ist planmäßig angelaufen. Bis Ende September verzeichnete die Kooperationszentrale 40 Anwender. die auf über 480,000 Seitenaufrufe verweisen können. Nach Ansicht von Michael Gleich wird die geplante Zahl von 50 Teilnehmern bis zum Jahresende mit Sicherheit erreicht werden. Obwohl Werbung und Marketing für die Ringfoto WebWorld noch nicht voll eingesetzt haben, gibt es auch schon nennenswerte Umsätze: Allein in den Monaten Juli, August und September wurden 250.000 DM erzielt.

Für das Gesamtjahr rechnet die Ringfoto Zentrale mit einem Umsatzplus in Höhe von 3 Prozent auf ca. 550 Millionen DM. Dabei erwarten die Verantwortlichen, daß die Einführung des Euro und die verlängerten Gewährleistungsfristen Auswirkungen auf das bevorstehende Weihnachtsgeschäft haben werden. Mit den bereits feststehenden Aktionen zum Jahresende sollen gerade aus diesen Anlässen viele Endverbraucher motiviert werden, beim Fotofachhandel einzukaufen.

Per Ende September 2001 gehörten Ringfoto 532 Gesellschafter und 854 Partner mit insgesamt 2.223 Vertriebsstellen an. Zum Jahresende 2000 waren es noch 510 Gesellschafter und 824 Partner mit 2.170 Vertriebsstellen. In diesen Zahlen sind bereits 43 allkauf Händler mit 50 Vertriebsstellen enthalten, die als Ringfoto Gesellschafter bzw. Partner der Gruppe beigetreten sind. Zusammen mit Plusfoto (223 Mitglieder und 328 Vertriebsstellen per Ende September 2001) ist die Ringfoto Verbundgruppe damit auf insgesamt 1.609 Mitglieder mit 2.551 Vertriebsstellen angewachsen.

## **Dieser stumme** Verkäufer verdient 900 Mark für Sie!



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

## **Das WALTHER Alben-Mixdisplay**

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

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



## Innovation und **Partnerschaft**

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

Alben & Rahmen

## Sony will im Digitalkamera-Markt weiter wachsen

## **Qualitat** gegen Wertverfall



## Interview mit Christian Lücke, Senior Product Manager Digital Photo der Sony Deutschland GmbH

Der Unterhaltungselektronik-Gigant Sony hat in den vergangenen zwei Jahren als Hersteller von Digitalkameras im Fotohandel deutlich an Boden gewonnen. Dazu trug die umfassende Produktpalette des Unternehmens, das im Objektivbereich mit Carl Zeiss zusammenarbeitet, ebenso bei wie die systematische Unterstützung des Fotohandels durch eine spezielle Verkaufsmannschaft. imaging+foto-contact hat mit Christian Lücke, Senior Product Manager Digital Photo bei der Sony Deutschland GmbH, über die Ziele des Unternehmens im Digitalkamera-Markt gesprochen. Die führende Position, die Sonv erklärtermaßen anstrebt, soll nicht über eine Niedrigpreis-Politik erreicht werden.

imaging+foto-contact: Herr Lücke, Sony ist in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen Anbieter des Fotohandels geworden. Welche Bedeutung hat dieser Vertriebsweg für Ihr Unternehmen, das bekanntlich Marktführer im Bereich der Unterhaltungselektronik ist?

Christian Lücke: Die Marktentwicklung bei Digitalkameras hat klar bewiesen, daß der Fotohandel ein unverzichtbarer Vertriebskanal für jeden Hersteller ist, der in diesem Bereich ernst genommen werden möchte. Die ersten Digitalkameras mit niedriger Auflösung waren noch im Bereich der Computer-Peripherie angesiedelt. Sony stieg damals mit den bis heute durchaus erfolgreichen Mavica-Modellen in den Markt ein, bei denen die Bilder auf Disketten abgespeichert wurden. Dieses populäre Spei-

chermedium machte die Übertragung der digitalen Bilder zum Computer denkbar einfach. Mit steigender Auflösung und besserer Bildqualität ent-

stand der Bedarf nach neuen Speichermedien wie der CD oder dem Memory Stick, der aufgrund seiner Kompaktheit bei unseren Cyber-shot-Modellen zum Der Qualitätsanspruch Sonys zeigt sich auch bei der Gestaltung der edlen Plexialas-Displays, hier



Einsatz kommt. Mit der Verbesserung der Bildqualität durch höhere Auflösung und anspruchsvollere Kamerafunktionen fand die Digitalfotografie auf natürlichem Weg ihre Entsprechung beim Fotohandel, dem klassischen Vertriebsweg mit Bildkompetenz und Dienstleistungs-Know-how.

imaging+foto-contact: Wie spiegelt sich diese Entwicklung in Ihrer Produktpalette wider?

Christian Lücke: Wir haben bei Sony schnell erkannt, daß neben der Größe und dem Design die Bildqualität das wichtigste Qualitätsmerkmal von Digitalkameras ist. Deshalb haben wir nicht nur die Auflösung unserer Digitalkamera-Modelle stetig gesteigert, sondern vor allem sichergestellt, daß die fotografische Ausstattung den Ansprüchen unserer Zielgruppen entspricht. Jüngstes Produkt ist unsere DSC-F707 mit effektiven 5 Megapixeln, einem hochwertigen 5fach-Zoomobjektiv von Carl Zeiss sowie einer anspruchsvollen Kamera-Ausstattung, die auch den Bedürfnissen ambitionierter Fotografen gerecht wird. Damit gehen natürlich auch innovative Features wie Night-Framing oder der weltweit erste lasergestützte Autofocus einher. Der Fotofachhandel ist geradezu prädestiniert, solche Produkte kompetent zu verkaufen.

#### imaging+foto-contact: Welche weiteren Zielgruppen haben Sie mit Ihrer Produktpalette im Visier?

Christian Lücke: Der Markt für Digitalkameras läßt sich in unterschiedliche Anwendergruppen aufteilen, denen wir jeweils die richtigen Produkte anbieten wollen. Natürlich gehören Fotoenthusiasten dazu, die auf dem neuesten Stand der Technik sein wollen und auch bereit sind, dafür einen höheren Preis zu zahlen. Für Sony haben wir dieses Segment vor zwei Jahren mit der Vorstellung der ersten Sony Digitalkamera mit Carl Zeiss Objektiv, der DSC-F505, erschlossen und



Die Einführung der beiden neuen Modelle DSC-P5 und DSC-F707 wird von einer massiven Printkampagne begleitet. Dabei wird für die P5 zielgruppengerecht in Lifestyle-Magazinen, für die F707 in Foto-Fachzeitschriften geworben.

werden hier unsere Position mit der DSC-F707 ausbauen. Für Hobbyfotografen, die mehr an Qualität als an technischen Finessen interessiert sind, bieten wir die Produktlinie unserer DSC-S Modelle mit der S75 und der S85 an. Das "S" steht für das englische Wort "Serious" und unterstreicht den Anspruch, den wir auch an diese Produktlinie haben, die durchweg mit hochwertigen CCD's und ebenfalls mit Objektiven von Carl Zeiss ausgestattet ist. Das dritte Marktsegment, das wir gemeinsam mit unseren Partnern im Fotohandel anpeilen, ist die breite Masse der Anwender, die sich für Design begeistern lassen und eine gute Bildqualität mit dem Bedienungskomfort einer Kompaktkamera verbinden wollen. Hier haben wir zur photokina im vergangenen Jahr mit der Vorstellung der DSC-P1 einen Trend gesetzt, den wir mit weiteren "Pocket"-Modellen wie der DSC-P50 fortgesetzt haben. Unsere neue DSC-P5 ist hier ein weiterer Meilenstein und hat in diesem Marktsegment zum Weihnachtsgeschäft wie schon der Vorgänger das Zeug zum Bestseller.

imaging+foto-contact: Nun sind Ihre Marktanteile in den letzten Monaten im Digitalkamera-Markt nicht gerade in den Himmel geschossen, sondern haben sich im Bereich von knapp über zehn Prozent eingependelt. Haben Sie nicht ehrgeizigere Ziele?

Christian Lücke: Wir streben, um es vorwegzunehmen, auch im Digitalkamera-Markt eine führende Position an, wie sie Sony seit Jahrzehnten in der Unterhaltungselektronik innehat. Wir wollen dieses Ziel aber nicht übereilt und um jeden Preis erreichen. Die verhaltene Entwicklung in den letzten Monaten hatte ihren Grund zuletzt in Modellwechseln - besonders in der Ablösung der DSC-P1 durch die neue DSC-P5. Es wäre verhältnismäßig leicht gewesen, durch den Ausverkauf des alten Modells zu niedrigen Preisen Marktanteile zu gewinnen. Für ein solches Vorgehen gibt es ja bei unseren Mitbewerbern durchaus Beispiele. Wir sind allerdings der Meinung, daß wir mit solchen Aktionen den Preisverfall im Digitalkamera-Markt beschleunigt hätten und damit nicht nur uns selbst, sondern unseren Partnern im Fotohandel keinen Gefallen getan hätten. Darum haben wir uns für eine saubere Übergangsplanung entschieden: Die Stückzahlen der DSC-P1 wurden in den letzten zwei Monaten planmäßig reduziert. Erst nachdem dieser Ausverkauf ohne drastische Preiseinbrüche durchgeführt war, haben wir mit der Einführung des Nachfolgemodells, der DSC-P5, begonnen. Mit dieser Strategie haben wir zwar nicht gerade Marktanteile gewonnen, aber die Rendite unserer Handelspartner gesichert und Marktbeunruhigungen vermieden. Der Handel hat es uns gedankt mit Aufträgen, im Anschluß daran wird sich auch unser Anteil im Weihnachtsgeschäft positiv entwickeln.

imaging+foto-contact: Trotz Ihrer umfangreichen Produktpalette ist Sony im Bereich der preiswerten kompakten Digitalkameras, die in diesem Jahr an Bedeutung gewonnen haben, nicht vertreten. Warum?

Christian Lücke: Wir glauben, daß dieses Marktsegment zur Zeit nicht der

Qualitätsphilosophie entspricht, die wir mit der Marke Sonv auf dem Markt verfolgen. Sony steht von jeher für Qualität, Innovation und exklusives Design und nicht für Palettenware aus Plastik. Wir glauben, daß wir mit dieser Strategie auch am besten den Interessen unserer Partner im Fotohandel dienen: Denn am Ende zählt nicht nur die prozentuale Marge, sondern der Deckungsbeitrag, der beim Verkauf eines Produktes in der Kasse bleibt. Man kann sich leicht ausrechnen, daß dieser Betrag bei qualitativ höherwertigen Produkten selbst dann höher ist, wenn die Marge in Einzelfällen geringer ist als bei Billigangeboten. Vielleicht werden wir irgendwann auch im Einstiegssegment vertreten sein, aber sicherlich nicht um jeden Preis. Über die weitere Entwicklung wird der Markt entscheiden. An unserer Strategie, mit der Marke Sonv einen echten Mehrwert zu verbinden, der uns von anderen Anbietern in diesem Markt unterscheidet, wird sich in keinem möglichen Marktsegment etwas ändern.

imaging+foto-contact: Mit der Einführung Ihrer neuen Digitalkameras zur Internationalen Funkausstellung haben Sie auch eine große Palette an passendem Zubehör vorgestellt. Welche Bedeutung hat dieses Geschäft für Sony?

Christian Lücke: Wir zeigen mit unserem umfangreichen Zubehör-Sortiment, wie ernst wir das Segment der Digitalfotografie nehmen. Sony hat von



A wie Akku bis Z wie zirkularem Polfilter ein sehr breitgefächertes Angebot. Dazu zählen Stative, Unterwassergehäuse, Schutztaschen, Vorsätze, verschiedene Filter oder auch Kabel-Fernbedienungen und Infrarotleuchten speziell für den Einsatz bei Nacht. Da ein großer Teil dieses Zubehörs auch für die Camcorder-Palette eingesetzt werden kann, wird die Lagerhaltung des Fotohandels erleichtert. Grundsätzlich bietet der Verkauf von Zubehör dem Fotohandel eine ernstzunehmende zusätzliche Einnahmequelle. Das gilt nicht nur für Aufnahme-

## i+fc Interview



Sony bietet für alle digitalen Fotoprodukte (das Foto zeigt die P5 mit passendem Zubehör) und auch für die Camcorder des Unternehmens eine große Zubehörpalette.

Zubehör, sondern bei Digitalkameras vor allem auch für Speichermedien. Hier finden zwar momentan erhebliche Preisanpassungen statt: 64 MB Memory-Stick statt 239,- DM jetzt nur noch 169,-DM, aber dafür steigen die Absatzzahlen sprunghaft in die Höhe. Darüber hinaus kommt der Memory Stick schon längst nicht mehr nur in Digitalkameras zum Einsatz, sondern dient als Transfermedium in vielen Kompaktgeräten aus der Unterhaltungselektronik und dem IT-Bereich, die nicht nur von Sony, sondern auch von anderen Herstellern kommen. Das bietet dem Fotohandel die Möglichkeit, mehr Speichermedien zu verkaufen, als eigentlich für Digitalkameras benötigt werden.

#### imaging+foto-contact: Welche Werbeaktivitäten führt Sony durch, um den Handel beim Abverkauf der Digitalkameras zu unterstützen?

Christian Lücke: Die Einführung der DSC-P5 und der DSC-F707 wird jeweils von einer großangelegten Printkampagne unterstützt. Passend zur Zielgruppe der P5 werben wir in sogenannten Lifestyle-Magazinen, um so trendige und junge Konsumenten unter dem Motto "Eyewear by Sony" auf die Vorzüge einer kompakten und leistungsfähigen Digitalkamera hinzuweisen. Die F707 wird in nahezu allen Foto-Fachzeitschriften beworben. Die Anzeige konzentriert sich auf die Fotografie in ungewöhnlichen Situationen und stellt heraus, daß die Kamera durch Features wie ein schwenkbares Objektiv, NightFraming, Night-Shot und Laser-AF selbst unter extremen Lichtbedingungen scharfe Bilder ermöglicht. Daneben laufen bereits unsere Online-Broschüren, die sogenannten Microsites im Internet, auf denen der Kunde die Möglichkeit hat, die Produkte interaktiv zu bedienen, aus allen Blickwinkeln zu betrachtenund selbst Details zu erforschen. Das ganze wird natürlich durch eine Bannerkampagne auf den führenden Fotoseiten unterstützt.

#### imaging+foto-contact: Was bietet Ihr Unternehmen für die Verkaufsunterstützung am PoS?

Christian Lücke: Sony bietet dem Fotohandel eine große Palette an PoS-Materialien. Das reicht von hochwertigen Displays aus Plexiglas über Regal-Aufsteller bis hin zu Plakaten und Werbefahnen in verschiedenen Formaten. Darüber hinaus haben wir uns für die Vermarktung der F707 zwei ganz besondere Produkte ausgedacht. Zum einen stellen wir dem Handel ein hochwertiges Fotoalbum im DIN A4-Format mit echten Musterbildern zur Verfügung. Damit kann der Verkäufer vor Ort seinen Kunden hervorragend die Leistungsfähigkeit der Kamera z. B. anhand von Nachtaufnahmen oder Meeresbildern demonstrieren. Zusätzlich haben wir speziell für die F707 eine NightShot-Box konzipiert. In ihrem Inneren wurden zwei Modellautos integriert. Der Kunde kann im Geschäft mit der Kamera diese ablichten und sich gleich vor Ort von der Bildqualität überzeugen, die mit den bereits erwähnten modernen Features der Kamera erreicht wird.

## imaging+foto-contact: Ihr Digitalkamera-Angebot umfaßt eine ziemlich große Produktpalette. Wie behalten Händler und Verkäufer den Überblick über das passende Zubehör?

Christian Lücke: Damit Händler beispielsweise schnell herausfinden können, welches Zubehör für eine Digitalkamera benötigt wird, haben wir unter dem Titel "Digital Imaging Accessories" ein Kompatibilitätsbuch herausgebracht, wo sie ohne langes Suchen sofort das passende Zubehör zu Kameras und auch Camcordern finden können. Darüber hinaus gibt es für den Bereich Video und Kameras jeweils eine Thekenmatte, die das wichtigste Zubehör zu den aktuellen Produkten auf einen Blick zeigt. Statt bei iedem neuen Kameramodell einen Flyer herauszubringen, legen wir ungefähr zweimal im Jahr eine Line-Up-Broschüre mit dem aktuellen Produktsortiment auf. damit sich der Kunde einen Überblick verschaffen und vergleichen kann.

imaging+foto-contact: Mit dem Sony-Info-Net – einem Webauftritt, der speziell auf die Bedürfnisse des Fotohandels ausgerichtet

#### ist – haben Sie auch das Internet als verkaufsförderndes Medium entdeckt. Welche Aktivitäten gibt es auf diesem Gebiet?

Christian Lücke: Beim Sony-InfoNet, das Sie in der vorherigen Ausgabe des ifc ja ausführlich dargestellt haben, können wir jeden Tag neue Anmeldungen verzeichnen. Die Resonanz ist absolut positiv. Inzwischen haben wir über 1.000 User verzeichnet, die das InfoNet entweder für die schnelle Informationssuche oder die bequeme Bestellung von PoS-Materialien nutzen. Verstärkt melden sich jetzt auch nicht direkt von uns betreute Kunden dort an, um sich genauer über unser Angebot zu informieren und Sony-Produkte besser als in der Vergangenheit zu verkaufen. Zudem hat der Fotohandel dort die Möglichkeit, die Banner für unsere Online-Broschüren herunterzuladen und damit seinen eigenen Webauftritt aufzuwerten. Alles wei-



Die Thekenmatte zeigt dem Fotohändler auf einen Blick das gesamte erhältliche Zubehör zu den verschiedenen Sony Digitalkameras.

tere, sogar Testberichte zum Download, findet der Händler unter www.sony-infonet.de.

#### imaging+foto-contact: Eine abschließende Frage: Muß der Fotohandel angesichts der schrecklichen Ereignisse vom 11. September und ihren wirtschaftlichen Folgen auch Auswirkungen auf das Wachstum des Digitalkameramarkes befürchten?

Christian Lücke: Ich denke, daß sich trotz dieser schrecklichen Ereignisse das Konsumklima zumindest in Deutschland nach einer kurzen schwächeren Periode wieder verbessert. In bezug auf den Digitalkameramarkt bin ich davon überzeugt, daß wir den angepeilten Wert von über einer Million verkauften Digitalkameras für 2001 erreichen werden. Ich behaupte sogar, daß der Markt im Wert auf die magische Grenze von einer Milliarde DM zusteuert.

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

# Ein Bild, bleibt ein Bild, bleibt ein Bild!

CeWe Color revolutioniert die Bildbestellung von Digitalkameras.



Profitieren Sie vom boomenden Digitalkameramarkt bestellen Sie jetzt den DigiFilm Maker!

- >> platzsparende Station, die Daten direkt auf CD brennt
- >> einfachste Bedienung, kein PC
- >> gewohnt einfache Bildbestellung per Fototasche
- >> Fortsetzung des zukünftigen digitalen Massenmarktes
- >> Erhaltung des Filmentwicklungs-Erlöses durch Archiv CD + PhotoIndex (empf. VK € 2,99)

DigiFilm

>> original Fotos + praktische Archiv CD + PhotoIndex

\*(plus MwSt.) zzgl. einer Aufstellpauschale

Infos unter:

nur € 999,\* Größe: 40 x 40 cm

Fotos einfach bestellt!

Tel.: 0441-404 311 | E-Mail: digifilm@cewecolor.de



## Das Agfa d-lab.2 bringt Flexibilität in Laserqualität

## Imaging-Intelligenz

Ein gutes Jahr nach dem Start des ersten volldigitalen Agfa Minilabs, des d-lab.3, bringt Agfa mit dem d-lab.2 ein digitales Minilab für die Herstellung größerer Bildformate auf den Markt. Wie das Schwestermodell verbindet es die ungeschlagene Qualität der Laserbelichtung mit dem vollautomatischen Bildverbesserungssystem d-TFS.

Mit der Markteinführung des d-lab.2 unterstreicht Agfa-Gevaert seinen Anspruch, als Weltmarktführer für Laborgeräte den Trend bei digitalen Printverfahren zu bestimmen. Im Rahmen des vor kurzem angekündigten Restrukturierungsplanes "Horizon" soll die Bedeutung des Geschäftsfeldes Laborgeräte weiter gestärkt werden. So steht in diesem Bereich der größte Einzeletat im Agfa Forschungsbudget zur Verfügung: "Im vergangenen Jahr beliefen sich die Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Geschäftsfeld Laborgeräte auf 224 Millionen Euro", erklärte Dr. Michael Müller, Marketing Manager Laborgeräte, auf einer Pressekonferenz in München. "Zum Vergleich: Im selben Zeitraum setzte der Geschäftsbereich Consumer Imaging 1,478 Millionen Euro um."

Neben dem für das Jahr 2003 erwarteten volldigitalen Printer für Großlabors will Agfa vor allem das Minilab-Geschäft ausbauen, mit dem zur Zeit 48,9 Prozent der Umsätze des Geschäftsfeldes Laborgeräte erzielt werden. Ein wichtiger Schritt ist jetzt die Einführung des d-lab.2, das es dem Anwender durch seine Flexibilität ermöglicht, eine große Palette analoger und digitaler Bild-Dienstleistungen anzubieten.

## Viele Möglichkeiten

Das neue Agfa d-lab.2 bietet mit 1.200 Bildern (10 x 15 cm) in der Stunde eine geringere Kapazität als das d-lab.3 mit 1.700 Prints, ermöglicht aber ein

maximales Bildformat bis zu 30 x 45 cm. "Damit bietet es besonders Fachgeschäften die Möglichkeit, neben der Ausführung von Standardaufträgen zu höherer Wertschöpfung mit Spezialprodukten zu gelangen", erläuterte Dr. Michael Müller. "Denn Zusatzprodukte wie Vergrößerungen können bei entsprechendem Einsatz des Betreibers nicht nur rund zehn Prozent des Auftragsvolumens ausmachen, sondern 50 Prozent des Gewinns erzielen."

Als vollständig digitales Minilab ermöglicht das Agfa d-lab.2 die Herstellung hochwertiger Bilder von allen gängigen Filmformaten und Speichermedien. Zudem ist es voll netzwerkfähig und kann zur Verarbeitung von Internet-Aufträgen ebenso genutzt werden wie im Zusammenhang mit der digitalen Order Station e-box. Durch die



Möglichkeit der Herstellung großer Formate ist es besonders für die Verarbeitung anspruchsvoller Bildbearbeitungs-Aufträge mit einer angeschlossenen Workstation oder von Spezialprodukten mit der Agfa Pixtasy Station geeignet.

#### **Intuitives Bedienkonzept**

Trotz seiner Leistungsfähigkeit bietet das Agfa d-lab.2 eine unkomplizierte Handhabung. Sämtliche Eingaben können über ein auch mit Handschuh bedienbares Touch Screen mit intuitiver Menüführung erfolgen. Ein hoher Automatisierungsgrad gewährleistet hervorragende Bildqualität ohne manuelle Eingriffe und damit die wirtschaftliche und schnelle Verarbeitung von Erstaufträgen.

Auch das Chemiehandling ist kinderleicht. Alle Chemikalien werden in einer handlichen Box zusammen geliefert, die einfach und ohne lästige Mischprozeduren an das Gerät angesetzt wird. Unterschiedliche Anschlüsse für Entwickler, Bleichfixierer und Stabilisator machen Fehler praktisch unmöglich.

## Top-Qualität dank Laser

Wie schon beim d-lab.3 setzt Agfa auch beim d-lab.2 auf Lasertechnologie zur Belichtung des Fotopapiers mit einer Auflösung von 400 dpi. Während das rote Licht von einer Laserdiode stammt, dient als Lichtquelle für blau und grün ein Argon-Ionen-Laser. "Beim Einsatz dieser Technologie konnten wir auf die profunde Erfahrung unseres Geschäftsbereiches Medizintechnik zurückgreifen", erläuterte Dr. Jörk Hebenstreit, Leiter Entwicklung und Produktion Laborgeräte. "In Kombination mit den von uns entwickelten Algorithmen zur Bildverbesserung ermöglicht dies eine Bildqualität, die höchsten Standards gerecht wird."

Aufgrund der für Laserverfahren typisch extrem kurzen Belichterzeit hat Agfa für die digitalen Minilabs d-lab.3



Sind vom Erfolg des d-lab.2 überzeugt: Dr. Michael Müller, Marketing Manager des Geschäftsfeldes Laborgeräte, und Wolfgang Marx, Leiter des Vertriebsbereiches Consumer Imaging bei Agfa Deutschland.

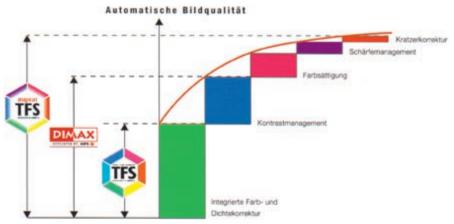
und d-lab.2 ein spezielles Fotopapier entwickelt, das auch bei Belichtungszeiten von deutlich unter 100 Nanosekunden hohe Dichten im Bereich von 2,3 bis 2,5 überstrahlungsfrei gewährleistet. Damit ist die Wiedergabe tiefer Schwärzen ebenso möglich wie die differenzierte Reproduktion hochfarbgesättigter Bildpartien.

## Bildverbesserung durch d.TFS

Da auch die beste Belichtungseinheit nur die Bildqualität auf das Fotopapier schreiben kann, die von der Elektronik des Minilabs zur Verfügung gestellt wird, hat Agfa besonderen Wert auf die Weiterentwicklung der hauseigenen Technologien zur automatischen Bildverbesserung gelegt. Hier verfügt das Unternehmen nicht nur als Minilab-Produzent, sondern vor allem als Weltmarktführer für Laborgeräte über anerkannte Kompetenz. Dabei bildete das Know-how aus der Großlabortechnik die Grundlage für die Entwicklung des digitalen Bildverbesserungs-Systems d-TFS, mit dem automatische Korrekturen möglich sind, die bei ausschließlich optischen Printverfahren utopisch wären.

Bereits 1985 hat Agfa mit der Entwicklung von TFS (Total Film Scanning) für den Hochleistungsprinter MSP einen Standard für automatische Bildverbesserung gesetzt, der den legendären Agfa Printer zum mit Abstand meistverkauften Großlabor-Gerät der Welt machte. Auch bei den Agfa MSC Minilabs bewährte sich diese Technologie. Bei TFS wird der gesamte Film in den Farben Rot, Grün und Blau gescannt und die charakteristische Verteilung von Farbe und Dichte auf dem jeweiligen Film ermittelt. Dadurch ist es möglich, die generellen Eigenschaften des Films von den individuellen Merkmalen der Einzelbilder zu unterscheiden und Farbe und Dichte für jedes Bild automatisch zu optimieren, ohne daß Farbsprünge innerhalb desselben Films auftreten.

Vor einigen Jahren fügte Agfa diesem Verfahren mit der DIMAX-Technologie das Kontrastmanagement hinzu. Dabei wird die Lichtmenge für sehr dunkle und sehr helle Partien des Negativs lokal gesteuert, indem in Sekundenbruchteilen eine unscharfe Maske auf einem Schwarzweiß-LCD erzeugt wird,



Mit d-TFS hat Agfa die Bildverbesserungs-Möglichkeiten der in der Großlabor-Technik bewährten Systeme TFS und DIMAX nochmals wesentlich erweitert.

## i+fc Labor

das sich im Strahlengang des Printers befindet.

Bei d-TFS, der Weiterentwicklung von TFS für digitale Belichter, geht Agfa noch weiter: Bei diesem Verfahren wird das Bild pro Farbe in 6 Millionen Pixel zerlegt, wobei jeder einzelne Bildpunkt berechnet und individuell belichtet wird. Das hört sich einfach an, ist aber ein komplexer High-Tech-Prozeß:

Er beginnt damit, daß der Film im Agfa d-lab zweimal gescannt wird, zuerst in



Dr. Jörk
Hebenstreit,
Leiter Entwicklung und
Produktion
Laborgeräte
bei Agfa: "Die
Korrekturfähigkeiten
von d-TFS
sind bei Bildern aus Digitalkameras
noch wichtiger
als beim Film."

Vorwärtsrichtung mit niedriger Auflösung, um, ebenso wie beim analogen TFS, die Position und die erforderlichen Bildkorrekturen für jedes einzelne Bild zu ermitteln. Dann erfolgt in Rückwärtsrichtung ein weiterer Scan in einer Auflösung von 2.000 x 3.000 Pixeln und einer Farbtiefe von 12 Bit pro Farbe für jedes Negativ. Dabei werden nicht nur die drei Primärfarben Rot, Grün und Blau analysiert, sondern auch ein Infrarot-Scan durchgeführt. Er liefert die Daten für automatisches Retuschieren von Staub und Kratzern, das zum Leistungsprofil der d-lab Minilabs gehört.

Die Daten dieses hochauflösenden Scans werden an einen Bildprozessor weitergegeben, der das Bild auf die gewünschte Größe skaliert und alle erforderlichen Korrekturen ausführt. Weil dies pixelgenau geschieht, sind riesige Datenmengen zu bewältigen. Dafür wurde mit patentierter Agfa Technologie eine spezielle Hochleistungs-Prozessorkarte entwickelt, deren Leistung der von vier bis fünf Pentium III-Prozessoren entspricht. So wird es möglich, ein Bild im Format 10 x 15 cm in nur 1,5 Sekunden vollständig zu verarbeiten und zu skalieren. Die einzelne Belichtung jedes Pixels mit der Lasereinheit ermöglicht zusätzliche Korrekturen von Kontrast. Farbton, Farbsättigung und Schärfe.

Dr. Jörk Hebenstreit: "Daher können bei der digitalen Belichtung erheblich mehr Parameter als bei analogen Verfahren beeinflußt werden."

In der Praxis zeigt sich das durch vielfältige automatische Bildverbesserungen:

- Die Kontrastanpassung, wie sie vom Hochleistungs-Printer Agfa DIMAX bekannt ist, kann mit d-TFS noch präziser durchgeführt werden, weil die Belichtung für jedes einzelne Pixel direkt gesteuert wird.
- Bei unterbelichteten Negativen lassen sich die Bilder mit digitalen Mitteln erheblich verbessern.
- d-TFS erlaubt zudem eine Erhöhung der Schärfe ohne Steigerung der Körnigkeit. Dazu werden die Bilddaten in einen Farbraum transformiert, in dem die Helligkeitsinformation von der Farbinformation getrennt ist.
- Dies erlaubt auch eine Verbesserung der Farbtondifferenzierung, was sich besonders bei der Wiedergabe stark gesättigter Farben auswirkt. Bei der analogen Belichtung gehen in solchen Partien oft Details verloren, obwohl sie vom Film korrekt erfaßt wurden. Der Grund liegt im begrenzten Farbumfang des Papiers. Bei d-TFS, wo die Farbund Helligkeitsinformationen getrennt vorliegen, kann die Bildinformation exakt auf den Farbraum des Papiers umgerechnet werden, so daß auch hochgesättigte Farben detailgetreu wiedergegeben werden.
- Dazu kommt das automatische Retuschieren von Staub und Kratzern auf den Negativen und natürlich die Möglichkeit, spezielle Bildeffekte zu erzielen: Denn die automatischen Bildkorrekturen lassen sich zusätzlich auch manuell beeinflussen.

#### Top-Qualität nicht nur vom Film

Anders als TFS und DIMAX verbessert d-TFS automatisch nicht nur Bilder vom Film, sondern auch Aufnahmen aus der Digitalkamera. Das ist nicht nur wegen der steigenden Zahl digitaler Bildaufträge wichtig. Während Farbfilme unterschiedlicher Hersteller heute eine sehr konstante Qualität und relativ geringe Abweichungen untereinander aufweisen, sieht es bei Digitalkameras

ganz anders aus. "Die Dichte- und Farbcharakteristiken von Kameras verschiedener Hersteller weisen eine beträchtliche Streuung auf", erklärte Dr. Jörk Hebenstreit. "Daher sind die automatischen Korrekturfähigkeiten von d-TFS in diesem Bereich fast noch wichtiger als bei Bildern vom Film, wenn man eine konstante Bildqualität gewährleisten will."

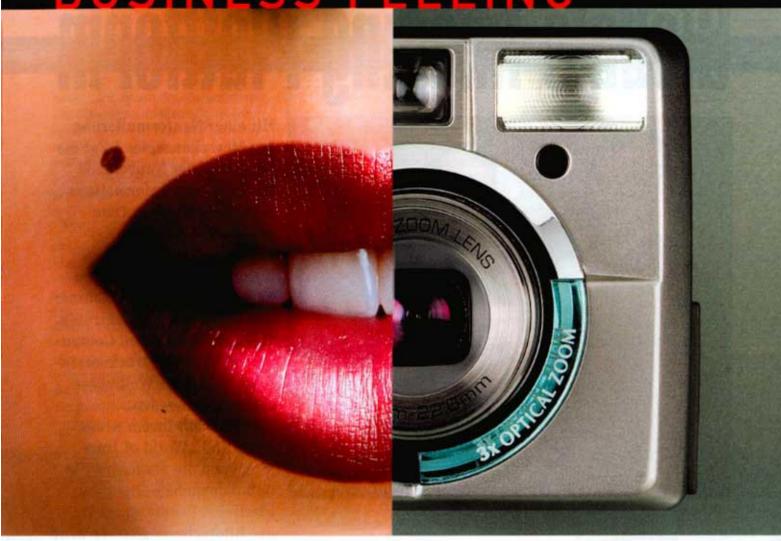
#### Mehr als ein Gerät

Mit dem d-lab.2 bietet Agfa-Gevaert Minilab-Anwendern nicht nur ein erstklassiges Gerät, sondern auch die gesamte Dienstleistungspalette, mit der die Verantwortlichen des Geschäftsfeldes Laborgeräte ihre Kunden unterstützen. Dazu gehört zum Beispiel im Vorfeld des Verkaufs eine sorgfältige Standortanalyse und die Beratung, wie erfolgreiches Minilab-Geschäft aufgehaut werden kann. Auch nach Installation des Gerätes bleiben die Agfa Service-Mitarbeiter in dieser Sache am Ball: Den Kunden stehen umfangreiche Trainingsmaßnahmen sowie technische und kaufmännische Unterstützung zur Verfügung. Dabei werden permanent neue Geschäftsmöglichkeiten für die Agfa Minilab Kunden entwickelt: von e-Commerce-Konzepten bis zu Strategien für den Filmverkauf und Ideen für attraktives Shop-Design im Rahmen des Agfa Image Center Konzepts. "Wir wissen, daß wir mit Geräten wie dem Agfa d-lab.2 nur so erfolgreich sein können wie unsere Kunden", resümierte Dr. Michael Müller.



Alle notwendigen Chemikalien für die Papierentwicklung werden in einer praktischen Box geliefert, die einfach an das Gerät angesetzt wird.

BUSINESS FEELING



## EINFACH VERFÜHRERISCH UND KAUM ZU HALTEN:

OPTIO 330 - 3.34 MEGAPIXEL UND 3-FACH-ZOOM IM MIKROKOMPAKT DESIGN

Eine Kamera zum Verführen:

Mit der OPTIO 330 lassen sich nicht nur Design-Ästheten begeistern – Technik-

INKLUSIVE FOTOPRINT-GUTSCHEIN FÜR IHRE KUNDEN Freaks werden von diesem High-Tech Charmeur im Zigarettenschachtelformat ebenso überzeugt sein.

Superklein, superchic und besonders groß in der Leistung. Absatzstarke Argumente zum Verlieben. Verlassen Sie sich auf Ihr Gefühl. OPTIO 330 – das 3.34 Megapixel-Schmuckstück zählt zu den kleinsten und leichtesten Digitalkameras mit 3-fach-Zoom. Im eleganten Edelstahlgehäuse steckt auf winziger Größe ein Wunderwerk modernster Technik. Als Plus bieten wir zu jeder Optio 330 einen Gutschein über 12 kostenlose Prints (10 x 15 cm) auf original Fotopapier – bei Ihnen einzulösen!

- > superkleine (92 x 59 x 31 mm) und unglaublich leichte (240 g) 3.34 Megapixel Digitalkamera mit optischem 3-fach-Zoom
- > Movie-Funktion (max. 30 Sek. bei 15 B./Sek.)
- > einfache Bedienung über Vierwege-Controller
- > wird per USB-Verbindung vom Rechner als Laufwerk erkannt

Sprechen Sie mit unserem Außendienstmitarbeiter oder rufen Sie uns direkt an: Tel. 040-56 192-123.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.pentax.de und dem für Sie eingerichtetem Händlerbereich. Lassen Sie sich registrieren!



PENTAX

FOCUS ON YOUR FEELINGS

# Globale Imaging-Plattform



Dieter Werkhausen, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes (links), und Bernd Aufderheide, Geschäftsführer der KölnMesse GmbH, stellten auf einer Pressekonferenz in Frankfurt das neue Konzept der photokina 2002 vor.

"Mit dem neuen zukunftsorientierten Konzept unterstreicht die photokina ihre Funktion als weltweite Leitmesse". erklärte Bernd Aufderheide, Geschäftsführer der KölnMesse GmbH, auf einer Pressekonferenz in Frankfurt. "Das Zusammenwachsen analoger und digitaler Systeme – die Konvergenz von Bildund Informationstechnik - erweitert das Anwendungsspektrum der Bildtechnologien deutlich. Diese Entwicklung spiegelt sich im neuen Konzept der photokina wider."

Bereits äußerlich wird das neue Konzept der photokina durch eine neue Belegungsstruktur und eine Neugliederung der Angebotszentren deutlich. Auf der um rund 20.000 gm auf 220.000 gm vergrößerten Hallenfläche sollen nicht nur neue Anbieter von Consumer Electronics, Telekommunikation und Informationstechnik ein gutes Umfeld für ihre Messestände finden, sondern auch die Besucherströme durch breitere Gänge entzerrt werden. Bernd AufderMit einer Neuformulierung des Messekonzeptes trägt die photokina der Konvergenz von Bild- und Informationstechnik Rechnung. Dem erweiterten Anwendungsspektrum der Bildtechnologien entsprechend sollen neue Anbieter und Abnehmer aus Unterhaltungselektronik, Telekommunikation, Computerbranche und Druckvorstufe in die Kölner Weltmesse einbezogen werden. Das Ziel: Mit ihrem neuen Untertitel "World of Imaging" soll die photokina die optimale globale Business-

Plattform für die ganze Welt

der Bildtechnologien werden.

## Hallenbelegung/Hall Layout CONSUMER PHOTO • VIDEO • IMAGING Hallen 1-11 PROFESSIONAL PHOTO & IMAGING Hallen 9, 10 PROFESSIONAL MEDIA/INFOCOMM EUROPE Halle 14 Durch eine neue Hallenbelegung wird auf der kommenden photokina eine klare Angebotsstruktur ermöglicht.

## 25. bis 30. September 2002

## hotok

heide: "Die neuen Anwendungsbereiche der digitalen Fotografie sprechen nicht nur neue Abnehmerkreise aus dem Handel, sondern auch ein breiteres Publikum an, was sich in weiter steigenden Besucherzahlen niederschlagen dürfte."

### Neugliederung des Angebotes

Die Schwerpunktgliederung der photokina 2002 wird entsprechend der technologischen Entwicklung auf drei Zentren konzentriert: Consumer Photo-Video-Imaging belegt die Hallen 1 bis 8 und 11. Professional Photo & Imaging wird in den Hallen 9 und 10 zu Hause sein, und die Professional Media/Infocomm Europe in Halle 14. Dabei sollen die großen Kamerafirmen im Consumer Bereich die Obergeschosse der Hallen 1 bis 3 und 8 belegen, während in den Untergeschossen der Hallen 1 bis 3 die Anbieter von Kamerazubehör plaziert sein werden. Die Vollsortimenter werden in den Hallen 4, 5 und 6 ihre Stände aufbauen. Anbieter aus den Bereichen Consumer Electronics, Informationstechnik und Telekommunikation können die Besucher in Halle 11.1 sowie einem Teil der Halle 8.2 finden. Aussteller von Alben, Rahmen und Fotozubehör werden in Halle 11.2 konzentriert.

#### **Neues Prepress-Angebot**

Um den Wünschen der bisherigen Aussteller nach mehr Standfläche zu entsprechen und neue Anbieter aufnehmen zu können, soll das Zentrum Professional Photo & Imaging ebenfalls erweitert werden: Erstmals wird neben der Halle 10 die gesamte Halle 9 mit

Erd- und Obergeschoß in diesen Angebots-Schwerpunkt einbezogen. Hier werden auch die Anbieter von Fotofinishing-Systemen konzentriert, die nach Einschätzung der KölnMesse fast ausnahmslos mit digitalen Verarbeitungs- und Ausgabetechniken arbeiten und daher logischerweise im Zentrum Professional Photo & Imaging ihre Messe-Plattform finden.

Durch die dynamische Entwicklung im Bereich der Digitaltechnik wachsen die Segmente Imaging und Prepress immer stärker zusammen, denn immer mehr Bilder werden ohne die bisherigen Zwischenschritte direkt für Druckanwendungen genutzt. Dieser Entwicklung wird die photokina 2002 durch die Initiierung eines internationalen Prepress-Workshops entsprechen. "In Zusammenarbeit mit der

Dieter Werkhausen, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes: "Den Erfolg unserer Branche nicht schlechtreden."

## FOTOMARKT IM ERSTEN HALBJAHR IM PLUS

Die photokina wird von KölnMesse und Photoindustrie-Verband gemeinsam veranstaltet. Der Vorsitzende des Verbandes, Dieter Werkhausen, Geschäftsführer der Kodak GmbH, nutzte die Pressekonferenz in Frankfurt zu einer Darstellung der Situation auf dem Foto- und Imagingmarkt. Quintessenz: In einem schwierigen Konsum-Umfeld ist die tatsächliche Lage besser als die Stimmung. Jetzt ist Aktivität gefragt.

Zwar habe sich das Konsumklima deutlich verschlechtert und die Verunsicherung der Verbraucher sei groß, erklärte Werkhausen. Dies habe sich bei den Konsumenten aber faktisch nicht auf die Bewertung der eigenen finanziellen Situation ausgewirkt. Die Fotobranche biete in diesem Umfeld sogar ein besonders gutes Bild: "Wir haben im Bereich Foto im ersten Halbjahr bei Fotoprodukten/Handelswaren ein Umsatzplus von respektablen 9,2 Prozent", betonte Werkhausen. Selbst wenn man die vom Preisverfall bekanntlich besonders betroffenen Bild-Dienstleistungen einbeziehe, bleibe immer noch ein respekta-



Dieter Werkhausen, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes: "Das Umfeld, in dem wir uns bewegen, ist nicht einfacher geworden, wir müssen die Ärmel hochkrempeln und unsere Chancen suchen und nutzen.

bles Wachstum von 2,9 Prozent: "Damit konnten wir uns in einem schwierigen Umfeld außerordentlich gut behaupten. Das kann und muß uns Selbstvertrauen und Selbstbewußtsein geben."

## i+fc Internationale Messen

einschlägigen Industrie und der Druck-Fachpresse ist ein hochkarätiges Programm geplant, das den Anwendern aus der Druckvorstufe Know-how, maßgeschneiderte Problemlösungen und Zukunftstrends vermitteln soll", betonte Bernd Aufderheide.

Das bewährte Forum "Meet the Professionals" soll auch im kommenden Jahr der kreativen Szene aus Fotografie, Werbung, Presse, Content, Dienstleistung und elektronischen Medien ein attraktiver Anlaufpunkt sein. Dazu soll an der Schnittstelle zwischen Consumer- und Profi-Bereich in Halle 8.1 eine internationale Business-to-Business-Plattform mit interessanten Events, Workshops und Ausstellungen angeboten werden.

### Zentrum der AV-Kommunikation

Wie bisher soll die Professional Media im Rahmen der photokina in der Halle 14 das Angebot der professionellen Bildkommunikation präsentieren. Neu ist dabei der inhaltliche Einbezug der



Christian Müller-Rieker, Projektleiter photokina bei der KölnMesse, erwartet von der neuen Messekonzeption steigende Aussteller- und Besucherzahlen.

Infocomm Europe. Diese Veranstaltung, die seit diesem Jahr jährlich in Köln durchgeführt wird, soll in ungeraden Jahren als separate Veranstaltung

und in geraden Jahren im Rahmen der photokina stattfinden. Zum eigenständigen Profil dieser Infocomm Europe at photokina wird auch die ICIA (International Communications Industries Association) – der ideelle Träger der Infocomm Europe – einen Beitrag leisten. Sie wird das in diesem Jahr mit Erfolg gestartete internationale Seminarprogramm mit hochkarätigen Experten-Vorträgen zu aktuellen Branchenthemen fortsetzen.

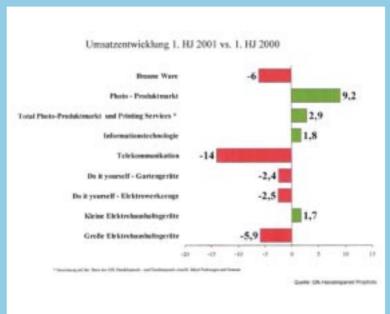
## **Erweitertes Rahmenprogramm**

Neben dem Angebots-Spektrum der Aussteller soll auf der photokina 2002 auch die Bandbreite der Rahmenveranstaltungen wachsen. Auch hier zeigt sich die Initiative der Organisatoren, neue Zielgruppen anzusprechen: Als besondere Attraktion für die Jugend ist erstmals eine eigenständige "Event-Halle" geplant. In Halle 7 sollen mit Super-Shows, Action-Centern und Erlebniswelten Jugendliche an die Faszination der World of Imaging herangeführt und spielerisch mit den

## 1,7 Millionen Kameras im ersten Halbjahr

Als besonders positive Tatsache hob Werkhausen hervor, daß im ersten Halbjahr 1,7 Millionen neue Kameras (analog und digital) verkauft worden seien. Zwar stehe dem ein leichter Rückgang im Filmgeschäft des ersten Halbjahres um 2 Prozent gegenüber, der vor allem durch die negative Entwicklung im Schwarzweiß- und Sofortbild-Bereich getragen sei. "Der Colornegativfilm hat sich insgesamt mindestens auf dem hohen Niveau des Vorjahres gehalten, mit einem Wachstum von 9 Prozent bei APS Filmen", erklärte Werkhausen. "Das ist eine gute Nachricht."

Darum sei davon auszugehen, daß der Markt für Colorpapierbilder auch in diesem Jahr leicht wachsen werde – auf et-



Trotz des schlechten Konjunkturklimas steht die Foto- und Imagingbranche im Vergleich mit anderen Segmenten sehr positiv da. wa 5,2 Milliarden Colorpapierbilder aus Erstbestellungen plus 800 Millionen Bilder aus Nachbestellungen. Beim Absatz von Analogkameras habe es zwar im ersten Halbjahr einen Rückgang um 14 Prozent gegeben. APS Kameras ohne Autofocus hätten ihr Volumen aber ausbauen können. Dazu käme, so Werkhausen, ein Mengenzuwachs von 96 Prozent bei Digitalkameras. "Eine Absatzmenge von voraussichtlich rund 3,5 Millionen Analogkameras zum Ende des Jahres bedeutet, daß allein in den letzten fünf Jahren annähernd 19,5 Millionen Analogkameras verkauft wurden, die erfreulich häufig genutzt werden", betonte Werkhausen. "Die im gleichen Zeitraum verkaufte Menge an Digitalkameras wird sich bei etwa 2,1 Millionen Stück bewegen." Dieser Schwung im Digitalkamera-Markt habe sich auch auf den Verkauf von Speicherkarten ausgewirkt, deren Volumen sich um 150 Prozent verbessert haben dürfte - nach 220.000 Stück im Vorjahr. Zudem seien im vergangenen Jahr rund 3 Millionen Inkjet Packungen mit 189 Millionen Blättern verkauft worden – gefolgt von einer Steigerungsrate von annähernd 30 Prozent bei den Packungen und 14 Prozent nach Blättern im ersten Halbjahr 2001.

neuen Techniken der grenzenlosen Bilderwelten vertraut gemacht werden. "Mit den Jugend-Events wollen wir vor allem am Wochenende zahlreiche Besucher aus unserer bevölkerungsstarken Region anlocken - allein im Umkreis von 50 km um Köln leben über

8 Millionen Menschen. Populäre Bands, Showstars und Jugendsender Rundfunk und von Fernsehen werden dazu beitragen, daß in Halle 7 die Post abgeht", betonte Bernd Aufderheide.

Ein stärkeres Gewicht als in den vergangenen Jahren wird auf der photokina 2002 auch die Präsentation von Bildern haben. Daher ist in Zusammenarbeit mit der internationalen

Photo-Szene Köln und den Kölner Museen ein Ausstellungsprogramm geplant, das höchsten qualitativen Ansprüchen gerecht werden soll. "Was könnte die Bildkompetenz der World of Imaging anschaulicher demonstrieren als ein hochkarätiges internationales Ausstellungsprogramm, das zeigt, welche kreativen, experimentellen und künstlerischen Meisterleistungen mit Hilfe der Fotografie - ob analog oder

> digital - geschaffen wurden", sagte Bernd Aufderheide. Einige der geplanten Ausstellungen werden voraussichtlich auch in einem gesonderten Komplex innerhalb der photokina auf dem Messegelände gezeigt werden.

> "Damit haben wir eine hervorragende Basis geschaffen, daß die Aussteller- und Besucherzahlen der photokina im kommenden Jahr weiter resümierte wachsen",

Bernd Aufderheide. "Mit neuen Impulsen für die Imagingbranche werden wir die Position der photokina als zentraler, globaler Marktplatz für die ganze



Markus Oster, Geschäftsbereichsleiter Kommunikation und Medien der KölnMesse, war an der Entwicklung des neuen Konzeptes maßgeblich beteiliat.

Welt der Anwendungen, Technologien und Kommunikation rund ums Bild sichern und ausbauen."

Alles in allem habe sich, so Werkhausen, der Gesamtumsatz mit Amateur-Fotoprodukten trotz der Rückgänge in einzelnen Segmenten im ersten Halbjahr leicht verbessern können: "Wir gehen darum davon aus, 2001 ein Marktvolumen von über 6,55 Milliarden DM zu erreichen." Dabei spielt nach Ansicht des Vorsitzenden des Photoindustrie-Verbandes der Fotofachhandel eine besonders wichtige Rolle, denn, so Werkhausen, rund 55 Prozent aller Digitalkameras, 62 Prozent aller Analogkameras, 43 Prozent Filme und 76 Prozent aller Speicherkarten wurden vom Fotofachhandel verkauft.

#### Größerer Markt

Werkhausen erinnerte bei seiner Marktübersicht an die Ausweitung des Fotomarktes durch die digitale Entwicklung: Die Konvergenz der Technologien führe zu einem neuen Marktsegment des Info-Imaging, das allein in Deutschland einschließlich des Profi-Marktes im vergangenen Jahr für ein Umsatzvolumen von 25,6 Milliarden DM gestanden habe (vergleiche imaging+foto-contact 6/2001, S. 8ff.). Die Fotobranche sei besonders gefordert, den Begriff InfoImaging durch Bildkompetenz mit Inhalt zu füllen.

### Gemeinsam die Verbraucher informieren

Dabei seien nicht nur einzelne Unternehmen, sondern die gesamte Branche gefragt, um den Verbrauchern "alles rund ums Bild", sei es analogen oder digitalen Ursprungs, anzubieten. Vor allem müsse der Zugang zu den digitalen Bildtechnologien einfacher werden: "Der Erfolg der analogen Fotografie weltweit bestand und besteht in der Überwindung der Inkompatibilität. Kameras, Filme und Finishing bilden eine technologisch weitestgehend standardisierte Einheit mit dem Ziel, dem Verbraucher optimale Bildergebnisse zur Verfügung zu stellen", sagte Werkhausen. "Wenn umfassende Kompatibilität auch für die digitale Fotografie erreicht sein wird – und wir sind auf dem besten Weg dahin - haben wir als Fotoindustrie die Chance auf eine Marktausweitung und damit eine Abkoppelung vom trüben Konjunkturumfeld." Dabei komme es besonders darauf an, die Verbraucher besser und intensiver als bisher über die Möglichkeiten digitaler Bild-Dienstleistungen zu informieren: "Bei der PMA Podiums-

diskussion in München (Anmerkung der Redaktion: s. S. 28ff. dieser Ausgabe) wurde eine verstärkte Anstrengung aller Marktteilnehmer gefordert, dem Verbraucher Orientierungshilfe zu geben auf dem Weg zum ausgedruckten Bild", erklärte Werkhausen. "Hier sehe ich in der Tat Handlungsbedarf, und zwar für konzertierte Branchenaktionen. Da müssen Kamera-Anbieter. Fachberatung und Verkäufer, Fotofinisher, Fotofachpresse - sowohl in Richtung Handel als auch in Richtung Endverbraucher und auch der Verband in seiner Pressearbeit Richtung Massenmedien und Tagespresse zusammenarbeiten und dem Verbraucher sagen, wie seine Wünsche nach Bildern und Bildkommunikation erfüllt werden können. Die Möglichkeiten sind zum allergrößten Teil technisch bereits vorhanden, die Systeme sind eingerichtet, nur: Der Verbraucher weiß es offenbar noch nicht. Jede Initiative ist da willkommen." Darum, so resümierte Werkhausen, brauche man auch in der Zeit bis zur photokina viele Ideen, viele Initiativen und viele gemeinschaftliche Aktionen: "Die photokina 2002 muß einen neuen Rekord in der Geschichte der Fotobranche markieren."

## Carl Zeiss und seine Objektiv-Partner Mehrwert durch Qualitätt

Die Partnerschaft von Carl Zeiss mit wichtigen Kameraherstellern stand im Mittelpunkt des diesjährigen Presse-Symposiums, zu dem der Geschäftsbereich Photoobjektive des legendären Unternach Oberkochen nehmens eingeladen hatte. Führende Repräsentanten aller wichtigen Geschäftspartner stellten dabei ihre erfolgreichen Aktivitäten mit Carl Zeiss vor. Neu in der exklusiven Runde: das amerikanische Unternehmen Band Pro. das Zeiss Objektive im Bereich der digitalen Filmproduktion einsetzt.

Nach Ansicht von Dr. Winfried Scherle, Leiter des Carl Zeiss Geschäftsbereiches Photoobjektive, hat sich die auf

Partnerschaft mit wichtigen Kameraherstellern basierende Struktur des Obiektivgeschäftes bei Carl Zeiss bewährt. Dabei wird jedes Objektiv im Kompetenzzentrum in Oberkochen bis zum Prototyp entwickelt – die Produktion in Klein- oder Großserien erfolgt dann, so Scherle, "weltweit an dem Ort, der nach wirtschaftlichen und logistischen Gesichtspunkten am besten geeignet ist." Dabei werden die von Carl Zeiss festgelegten Standards penibel überwacht und der gesamte Fertigungsprozeß von dem Oberkochener Hersteller zertifiziert. Dafür, daß die außerordentlich hohen Qualitätsmaßstäbe, die den Ruf der Marke Carl Zeiss begründen, auch immer eingehalten werden, sorgen von Zeiss selbst entwickelte Meßgeräte. Der Vertrieb und das Marketing der Objektive liegen nahezu ausschließlich in den Händen der Kamerahersteller, die mit Zeiss zusammenarbeiten – unterstützt



"Meet the Presidents" war das Motto des Carl Zeiss Presse Symposiums mit führenden Vertretern aller Kameranartner: (von links) Thomas Weber-Canaul, Geschäftsführer von Alna Canaul & Weber, Zürich. Schweiz; Amnon H. Band, President Band Pro, Film Video, Burbank, USA; Peter Körsgen, Direktor Consumer Business Management, Sony Deutschland GmbH, Köln; Göran Bernhoff, President/CEO der Victor Hasselblad AB, Göteborg, Schweden; Dr. Winfried Scherle, Leiter des Carl Zeiss Geschäftsbereichs Photoobjektive; Wilhelm Hotes, Geschäftsführer Yashica/Kyocera GmbH (Contax), Hamburg; Franz Kraus, Geschäftsführer von Arnold & Richter (Arri), München; Paul Dume, Geschäftsführer Rollei Fototechnic, Braunschweig.



Dr. Winfried Scherle, Leiter des Geschäftsbereiches Photoobjektive bei Carl Zeiss

#### Dauerhafte Zusammenarbeit

Dabei hat die Partnerschaft mit der Kameraindustrie für Carl Zeiss eine lange Tradition. Das deutsche Unternehmen Rollei setzt die hochwertigen Objektive bereits seit 1920 ein. 1937 kam mit der Münchener Firma Arri ein Hersteller von Kino-Film-Kameras hinzu, der ebenfalls bis heute der Marke Zeiss treu geblieben ist. Die Zusammenarbeit hat Weltruf: Hollywood zeichnete Zeiss Objektive für Arri Kameras bereits mit technischen Oskars aus.

Seit 1952 ist Hasselblad Kunde in Oberkochen. Der japanische Konzern Kyocera gehört seit der Übernahme der Marke Contax im Jahre 1972 zu den Zeiss Partnern. Neue Dimensionen für Carl Zeiss eröffnete ab 1983 die Zusammenarbeit mit Sony - zuerst im Camcorder-Bereich, später bei den Digitalkameras. Damit stieß die deutsche Nobelmarke in bisher unbekannte quantitative Größenordnungen vor: Nicht weniger als 5 Millionen Carl Zeiss Objektive sind bis heute für Sony produziert worden. Darauf mußte Zeiss nicht nur technologisch reagieren, sondern auch eine neue Ordnung entwickeln: "Die Beziehung zu Sony hat unser Nummernsystem gesprengt", schmunzelte Dr. Winfried Scherle.

Sehr viel kleiner sind die Stückzahlen für den exklusiven Schweizer Kamerahersteller Alpa. Jüngstes Mitglied in der Zeiss Familie ist das amerikanische Unternehmen Band Pro, das Systeme für digitale Filmaufnahmen vermarktet. Da in diesem Segment auf vergleichsweise kleinen 2/3 Zoll Aufnahmechips eine Qualität erreicht werden muß, die auch bei der Projektion auf Kino-Leinwänden keine Verzerrungen aufweist, ist die Zusammenarbeit mit dem kompromißlosen Qualitätsproduzenten Carl Zeiss eine wichtige Voraussetzung, um dieser neuen Form des Kinos zum Durchbruch zu verhelfen.

### Vielfalt und Verläßlichkeit

Die unterschiedlichen Kamerasysteme der Geschäftspartner führen zu einer überraschenden Vielfalt in der Zeiss Objektiv Palette, die zahlreiche verschiedene Formate umfaßt. Dabei zeichnen sich die Produkte für iedes einzelne System durch spezielle Superlative aus. Im Mittelformat wurde bei der Zusammenarbeit mit Hasselblad die Kompatibilität mit den unterschiedlichen Kameratypen über Jahrzehnte gewährleistet. Die Objektive mit Zentralverschluß sind dabei außerordentlich robust - eine Eigenschaft, die unter anderem von der amerikanischen Weltraumbehörde NASA geschätzt wird. Die ersten Bilder vom Mond wurden mit Carl Zeiss Objektiven und Hasselblad Kameras aufgenommen.

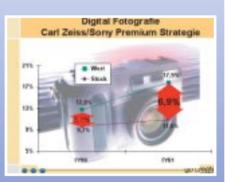
Der deutsche Hersteller Rollei kann dagegen im Mittelformat auf den schnellsten elektronischen Verschluß verweisen. Kyocera realisiert mit der Contax 645 Autofocus-Komfort mit Carl Zeiss Qualität. Alpa dagegen konnte mit dem Carl Zeiss Biogon das schärfste Fotoobjektiv aus Oberkochen an seine Schweizer Exklusiv-Kameras montieren.

Im Kleinbildbereich gibt es Carl Zeiss Objektive nur bei Kyocera: mit manuellem- oder Auto-Fokus für die Contax Spiegelreflex Kameras, im Meßsuchersegment für die Contax G und im Kompaktbereich für die Contax T3. Selbst APS Fotografen brauchen seit Einführung der Contax Tix nicht auf Zeiss Objektive zu verzichten. In der Zusammenarbeit mit Sony wurden bei den Objektiven für digitale Camcorder und Digitalkameras neue Dimensionen der Kompaktheit erreicht.

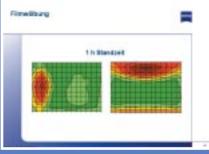
### Markterfolg durch Qualität

Im Gespräch mit der Fachpresse zeigten sich die Vertreter aller Carl Zeiss Partner vom hohen Wert der Zusammenarbeit mit der Oberkochener Objektivschmiede überzeugt. Das gilt nicht nur für die traditionellen Seg-

mente. So konnte der traditionelle Mittelformat-Spezialist Hasselblad erfolgreich den Markt für digitale Profifotografie erobern. 70 Prozent aller digitalen Rückteile für Mittelformatkameras, so betonte Göran Bernhoff, President/CEO der Victor Hasselblad AB, werden weltweit an Hasselblad Kameras eingesetzt. Zu den Partnern gehören hier Kodak und der amerikanische Aufnahmechip-Hersteller Foveon. Dabei konnte das schwedische Unternehmen seinen Anteil am Mittelformatgeschäft insgesamt in den vergangenen zwei Jahren deutlich nach oben schrauben: Der Anteil am Weltmarkt stieg seit 1999 nach



Die Zusammenarbeit mit Carl Zeiss hat dazu beigetragen, daß der Marktanteil von Sony bei Digitalkameras nach Wert deutlich höher ist als nach Stück.



Bereits eine Stunde Standzeit im Filmmagazin führt zu einer deutlichen Wölbung des Films auf der Andruckplatte (die optimale Planlage ist auf der Grafik hellgrün).



Bei kleineren Bildformaten steigt die Schärfentiefe des Bildes exponentiell an, weil der schärfenkritische Bildraum sich deutlich verkleinert.

Stückzahlen von 12 auf 20 Prozent. Auch Rollei, so Geschäftsführer Paul Dume, sieht in der Zusammenarbeit mit Carl Zeiss die perfekte Ergänzung zur eigenen Kompetenz bei der Entwicklung professioneller Kamerasysteme. Und für die Contax Kameras des japanischen Konzerns Kyocera wurden in Oberkochen nicht weniger als 74 Objektive entwickelt, mit denen, so Wilhelm Hotes, Geschäftsführer der Yashica/Kyocera GmbH, seit 1972 14 Spiegelreflexkameras, zwei Meßsucherkameras und sieben Kompaktmodelle ausgestattet wurden.

### Qualität statt Preiskampf

Mit interessanten Marktzahlen unterstrich Peter Körsgen, Direktor Consumer Business Management bei der Sony Deutschland GmbH, die Bedeutung der Carl Zeiss Qualitätsphilosophie für die Digitalfotografie. Nach dem erfolgreichen Start im Camcorder-Segment, wo 120.000 Geräte mit Zeiss Objektiven allein in Deutschland verkauft wurden, hat die Partnerschaft mit Zeiss in den vergangenen zwei Jahren wesentlich zum Erfolg von Sonv auf dem Digitalkameramarkt beigetragen. Nachdem im Jahre 1999 erstmals zwei Sony Kameras mit Zeiss Objektiven auf den Markt kamen, sind es zur Zeit fünf Modelle, die den edlen Schriftzug aus Oberkochen an der Linse tragen. Dies hat sich nach Angaben von Peter Körsgen nicht nur auf den quantitativen Markterfolg niedergeschlagen. Die gemeinsam mit Carl Zeiss realisierte Premium-Strategie ermöglichte es Sony außerdem, im harten Preiskampf des Digitalkameramarktes einen echten Mehrwert zu erzielen. So stieg der Sony Marktanteil in Deutschland von 1999 bis heute nach Stück von 9,7 auf 11 Prozent, nach Wert aber von 12,8 auf 17,9 Prozent, Davon, so Körsgen, habe nicht nur Sony, sondern auch der Fotohandel profitiert.

#### Qualitätskiller Film-Planlage

Die unbestrittene, optische Qualität der Carl Zeiss Objektive ist eine wichtige Voraussetzung für optimale Bildergebnisse. Sie ist allerdings nicht die einzige. Das verdeutlichte Kornelius Fleischer, Marketingleiter Photoobjektive bei Carl Zeiss, vor der Fachpresse. Da die endgültige Bildqualität von allen Komponenten des Kamera-

## i+fc Industrie

systems mitbestimmt wird, nahm man bei Carl Zeiss ein besonderes Problem im wahrsten Sinne des Wortes unter die Lupe: die Planlage des Films.

Denn die optimale Bildqualität jedes Fotoobjektivs wird nur auf einer definierten Ebene erzielt. Weicht der Film von dieser Ebene ab, ist dieses Qualitätsoptimum nicht mehr gewährleistet. Mit einem speziell entwickelten Meßsystem mit einer Genauigkeit von 1/1000 mm (1µ) nahmen sich die Zeiss Ingenieure gängige Mittelformatmagazine (ohne Filmansaugung) vor. Das Ergebnis war ernüchternd: Das Aufrollen des Films führt zu einer Wölbung des Materials, die sich in Abweichungen bis zu 400µ von der definierten Filmebene niederschlagen

kann. Zum Vergleich: Ein Haar ist 60µ, ein Blatt Papier 80u dick, der Film selbst 120 bis 220u.

Beim Ausmaß der Filmwölbung spielt neben der Bauweise des entsprechenden Magazins die Zeit eine wichtige Rolle. Je länger der Film um die Umlenkrolle des Magazins gewickelt war, umso größer ist die Abweichung. Das ist die wissenschaftliche Bestätigung der alten Mittelformatregel, daß besonders das zweite Bild eines Films nicht besonders scharf ist: Wenn vor einer Aufnahmeserie ein Film länger im Magazin war, hat der Film an der Stelle des zweiten Bildes die längste Zeit an der Umlenkrolle verbracht, denn die folgenden Bilder werden ja schneller durchgezogen, während das erste von vornherein

auf der Filmandruckfläche positioniert

Dr. Hubert Nasse, Leiter der Anwendungstechnik, erläuterte anschließend, warum dieses Problem gerade bei größeren Filmformaten wie Mittelformat seine Auswirkungen zeigen kann: Die Tiefenschärfe nimmt nämlich mit kleinerem Bildformat zu.

Den Kamerapartnern von Carl Zeiss wurden die Forschungsergebnisse natürlich umgehend zur Verfügung gestellt, denn der renommierte Optikhersteller möchte sichergehen, daß die legendäre Qualität seiner Objektive auch in den anderen Kamerakomponenten seine Entsprechung findet. Am Ende zählen schließlich keine MTF Kurven, sondern Bilder.

## i+fc Neuheiten

## Neues Modell in Plaubels Peco profia Serie

Die Plaubel Feinmechanik und Optik GmbH hat mit der PL69 eine neue Fachkamera in ihrer Peco profia Serie vorgestellt. Die Kamera läßt sich per 6 x 9-Adapter mit Rollfilmcassetten für Mamiya RB67 oder Horseman einsetzen, arbeitet aber



auch mit dem Digital Adapter PL40 aus dem eigenen Haus. Bekannte Merkmale der Peco-Serie wurden auch für das neue Modell übernommen. So zum Beispiel Feintriebe und Nullrasterung für alle großzügigen Verstellwege, Basis- und Zentralverstellung der L-Standarten, Schärfentiefe-Einstellachse mit Blendenskala,

Wasserwaagen und ein 6 x 9 cm-Winkelspiegel mit Zweifachlupe als Ein-

quickpeint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- \* Format-Indikatoren
- Haftfixierung
- \* Seitenkennung

stellzubehör. Die PL69 wiegt fünf Kilogramm. Sie ist ab sofort lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 5.800 DM.

## Carl Zeiss Makro-Sonnar T\* für Contax N-System

Bei Yashica Kyocera gibt es ab sofort ein neues Carl Zeiss Objektiv für das Contax N-System: Das Makro-Sonnar T\* 2,8/100 mm ermöglicht eine stufenlose Scharfstellung innerhalb des Bereichs von unendlich bis 1:1-Makroeinstellung. Mit der Floating-Element-Konstruktion und dem Einsatz von Glassorten mit anomaler Dispersion in drei Linsen ist eine über den gesamten Abbildungsbereich gleichbleibend gute Abbildungsleistung gewährleistet. Die kürzeste Motiventfernung beträgt in der Makroeinstellung etwa 14 cm.

Durch diesen großen Arbeitsabstand wird der Einsatz von Blitzlicht oder anderen künstlichen Lichtquellen erleichtert. Im Autofokusmodus kann der Anwender zwischen Vollbereichs- und Zonenfokus umschalten. Bei der Verwendung der Zonenfokus-Funktion wird der Aufnahmebereich zwischen einem Makrobereich und einem Bereich für allgemeines Fotografieren unterteilt. Hierbei wird die Geschwindigkeit der automatischen Scharfstellung erhöht. Zusätzlich gestattet die im Objektiv integrierte Dual-Fokus Technik einen schnellen Wechsel zwischen automatischer und manueller Fokussierung, ohne daß eine manuelle Umschaltung zwischen den Scharfstellmodi erforderlich ist.



Die optische Konstruktion des Objektivs besteht aus zwölf Linsen in acht Baugruppen. Es hat die Abmessungen 130 x 86 mm, wiegt 960 Gramm und besitzt ein Filtergewinde mit 72 mm Durchmesser, Das Makro-Sonnar T\* 2,8/100 mm ist ab sofort lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet ca. 4.596 DM/ 2.350 Euro.



Gabriele Scheibel (unten sitzend), Geschäftsführerin des Photo + Medienforums, Hella Meuer (dahinter), CeWe Color, und Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes (hinten, M.), freuten sich mit den Preisträgern (v. l.): Christian Walz, Bianca John, André Hemstedt, Francesco Fiorentino, Julia Kneuse und Petra Ellebracht.

## Photo + Medienforum feierte mit 150 Gästen

150 Gäste hatten sich im Oktober in Kiel eingefunden, um mit dem Photo+ Medienforum und der Landesberufsschule gleich drei Ereignisse zu feiern: die Umbenennung der seit 1952 bestehenden Bildungsinstitution, die Auszeichnung der besten Absolventen des Abschlußjahres 2001 der Landesberufsschule mit dem Heinz-Neumüller-Preis und die Vergabe des Preises des Photoindustrie-Verbandes an die beste Absolventin des Hauptlehrganges 2001. Dieser Preis ging an Bianca John, die von Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, ausgezeichnet wurde. Der Heinz-Neumüller-Preis für die besten Absolventen der Landesberufsschule ging in diesem Jahr an Francesco Fiorentino (Photo-Planet, Stuttgart), Petra Ellebracht (Photo Dose, Bremen), André Hemstedt (Foto Hemstedt, Leck), Julia Kneuse (Kamera GmbH, Wiesbaden) sowie Christian Walz (Eurocolor, Kiel). Überbringerin des Preises war Hella Meyer, CeWe Color, die außerdem im Auftrag der Oldenburger Großfinishinggruppe eine Spende über fast 27.400 DM an das Photo + Medienforum Kiel übergab. Verschiedene Ansprachen rundeten die

Feier ab. So stellte Ministerialrat Wolf-

gang Heere die Geschichte der Landesberufsschule seit 1952 vor. Karl-Volker Sauer, Schulleiter der Beruflichen Schulen am Ravensberg, zu der die Landesberufsschule Photo + Medien Kiel gehört, unterstrich die Bedeutung der von der Wirtschaft gestifteten Preise für die Motivation der Auszubildenden und das Ansehen der Institution. Und Klaus Kirchwehm. Vorsitzender des Schulvereins der Landesberufsschule und Vorstandsmitglied des Photo + Medienforums, dankte Gästen und Förderern für ihr unermüdliches Engagement.



Hella Meyer, Vertreterin der Oldenburger CeWe Color Gruppe (r.), überreichte eine Spende über 27.381,62 DM an Gabriele Scheibel, Geschäftsführerin des Photo + Medienforums.





## Zukunftssicher. Bedienfreundlich. Individuell.

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

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

www.metz.de

Metz, Immer erster Klasse.

## S-Klasse-Modelle mit 4 und 3,2 Megapixeln

Mit den Digitalkameras S40 und S30 präsentiert Canon zwei neue PowerShot-Modelle, die über Auflösungen von 4 und 3,2 Megapixeln verfügen, eine hohe Bildqualität durch eine verbesserte Farbsensor-Technik bieten und die durch den ..My Camera Mode" von ihren Anwendern individuell gestaltet werden können.



Neben ihrer hohen Auflösung bieten beide Kameras eine präzise Kameratechnik und modernste digitale Features. Die im edlen Anthrazit-Metallic-Look konzipierte S40 liefert ihrem 4-Megapixel-RGB-CCD Bilder in einer maximalen Auflösung von 2.272 x 1.704 Pixeln. Die S30, ausgestattet mit einem Flieder-Silber-Gehäuse, verfügt über einen 3,34 Millionen Pixel-CCD und fotografiert mit 2.048 x 1.536 Pixeln. Damit liefern beide Kameras laut Aussage von Canon hinreichende Datenmengen für Ausdrucke selbst in den Größen A4oder A3.

Je nach Anwendungszweck können die Bilddaten in vier verschiedenen Auflösungs- und jeweils drei JPEG-Kompressionsstufen gesichert werden. Darüber hinaus steht den Anwendern auch das Canon-RAW-Format zur Verfügung, das in seiner neuen Form noch platzsparender speichert als bisher.

### **Neuer Farbsensor**

Beide Kameras sind mit einer neuen Farbsensor-Technik ausgestattet. So sorgt ein Primärfilter mit erhöhtem Grünanteil für eine verbesserte Farbauflösung, als dies bisher bei Verwendung herkömmlicher Komplementärfarbfilter möglich war. Dieser kombiniert mit dem ebenfalls neuen optimierten adaptiven Signalprozessor die hohe Lichtempfindlichkeit traditioneller Komplementär- mit der Farbbrillanz von RGB-Filtern. Somit werden die Vorteile beider Systeme in dieser Digitalkameraklasse vereint.

Für eine naturgetreue Farbwiedergabe sorgen darüber hinaus sechs verschiedene Weißabgleichseinstellungen, darunter beispielsweise Tages- und Kunstlicht sowie manuelle und automatische Weißabgleichswahl.

#### Individuell gestaltbar

Individualität wird bei den S-Schwestern groß geschrieben. So kann der Fotograf im "My Camera Mode" Startbild, Startsound, Auslösesound und Selbstauslösersound den persönlichen Wünschen gemäß speichern. Jeweils drei Bilder beziehungsweise Töne sind bereits vorinstalliert und können über die Zoombrowsersoftware editiert werden, weitere befinden sich auf der im Lieferumfang enthaltenen CD-ROM. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, eigene Bilder und Sounds via USB auf die Kamera zu überspielen. Ein weiteres neues Feature besteht darin, Tonaufnahmen den Bildern hinzuzufügen. Sowohl direkt nach der Aufnahme als auch im Wiedergabemodus können bis zu 60 Sekunden lange Kommentare zu den Fotos ins Mikrofon gesprochen und gesichert werden.

#### Optik

Unterstützt wird die hohe Auflösungsleistung durch ein kompaktes 7,1 – 21,3 mm Dreifach-AF-Zoom-Objektiv, das eine Brennweite entsprechend dem Kleinbildformat von 35-105 mm bietet. Die Lichtstärke reicht von 2,8 (Weitwinkel) bis 4,9 (Tele). Da für die Scharfstellung nur ein Element des Objektives bewegt wird, ist dieser Vorgang in kürzester Zeit möglich. Der TTL-Autofocus des Objektivs sorgt auch in Schnappschußsituationen durch kontinuierliche Schärfennachführung dafür, daß die Motive mit der richtigen Schärfe digitalisiert werden. Die S30 und die S40 bieten zahlreiche manuelle und automatische Funktionen für die Steuerung der Aufnahmen. Der Zugriff auf dreizehn verschiedene Programmautomatiken wird durch das EOS-basierte Wählrad an der Kameraoberseite gewährt.

Ergänzt wird die Programmautomatik durch die Blendenautomatik (Tv), die Zeitautomatik (Av) sowie durch die manuelle Einstellung von Zeit und Blende (M).

#### **Kreative Features**

Für eine kreative Gestaltung der Aufnahmen stehen verschiedene Motivprogramme wie zum Beispiel Portrait, Landschafts- oder Panoramaaufnahme sowie diverse Farbeffekte (kräftig, neutral, Sepia, Schwarzweiß) bis hin zum Sport-Foto-Modus (schnelle Verschlußzeit) und Slow Synchro (Langzeitbelichtung) für lichtarme Motive oder gewünschte Bewegungsunschärfen zur Verfügung.

Serienbilder können entweder im Hochgeschwindigkeitsmodus oder im Normalmodus aufgenommen werden. Die PowerShot S40 kann so entweder 2,5 Bilder pro Sekunde mit maximal fünf Bildern in Folge oder neun in Serie bei 1,5 Bildern pro Sekunde aufnehmen. Die S30 ist aufgrund der geringeren Datenmenge noch schneller: Im Hochgeschwindigkeitsmodus schafft sie drei Bilder pro Sekunde (maximal sieben in Serie) beziehungsweise eine 12-Bilder-Serie bei zwei Bildern pro Sekunde.

Die Lichtempfindlichkeit kann bei beiden Modellen mit den Werten ISO 50, 100, 200, 400 (bei der S30 bis ISO 800) festgelegt werden. Der Automatik-Modus arbeitet im Bereich von



Die 4-Megapixel-Digitalkamera PowerShot S40 von Canon steckt in einem edlen Anthrazit-Metallic-Gehäuse.

50 oder 100 ISO. Der Verschlußzeitenbereich reicht von 15 Sekunden bis zu 1/1.500 Sekunden. Mit Hilfe der Zoom-Funktion kann der Anwender direkt nach der Aufnahme die Detailschärfe kontrollieren und mit der Histogrammfunktion den Kontrastumfang und die Belichtung seiner Aufnahmen beurteilen.

Mit beiden Kameras lassen sich darüber hinaus Videofilmchen in einer Länge von bis zu zwei Minuten in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln aufzeichnen.

#### **Direkter Druck**

Die S30 und S40 können über ein Kabel mit dem Card-Printer CP-10 von Canon verbunden werden. Auf diese Weise können die digitalen Aufnahmen,

direkt und ohne Umweg über den Computer ausgegeben werden. Die Ansteuerung erfolgt von der Kamera aus. Die Kamerasoftware erlaubt beim Direktdruck Bilder zu beschneiden, zu skalieren, zu rotieren oder nur bestimmte Bildteile zu drucken.

Dank ihres kompakten Formates von 11,2 x 5,8 x 4,2 cm und einem Gewicht von 260 Gramm sind die beiden Kameras der ideale Begleiter für unterwegs.

#### Liefertermin

Die PowerShot S30 ist ab Ende November dieses Jahres erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1.699 DM. Die PowerShot S40 ist seit Ende Oktober lieferbar und kostet 1.999 DM (UVP).

Die Energieversorgung der Digitalkameras erfolgt über einen neuartigen, langlebigen Lithium-Ionen-Akku, der zum Lieferumfang gehört. Bei eingeschaltetem LCD reicht eine Ladung für rund 170 Aufnahmen, wird mit dem Sucher gearbeitet, sind sogar bis zu 380 Aufnahmen möglich. Beide Modelle arbeiten mit den robusten Compact-Flash-Karten Typ I und II. Im Lieferumfang ist jeweils eine 16 MB fassende Karte enthalten.

## Händlerinformationssystem im Netz

Das Online-Informationssystem von Canon, das sich in erster Linie an Systemhauskunden und IT-Fachhändler wendet, hat ein neues Gesicht bekommen. Es löst das ehemalige Händlerportal Candis (Canon Dealer Information System) ab und wurde ganz besonders auf die Anforderungen des Handels fokussiert. Unter www.canon.de/HIS stehen jetzt jederzeit abrufbar hilfreiche Informationen, Formulare, Downloads von Broschüren, Logos und Anzeigenvorlagen zur Verfügung. Zu den vorgestellten Produktgruppen zählen unter anderem LCD-Projektoren, Drucker, Faxgeräte, Tischkopierer und Scanner. Neben den klassischen Produktseiten mit Info- und Werbetexten, technischen und Umweltdaten, Testlogos und Produktkarten, die alle auch als praktische

Nach der Registrierung erhält der Händler mittels eines geschützten Paßworts Zugang zu den Startseiten des Händler-Informationssystems von Canon.



Zum Thema Unterstützung finden sich auf den HIS-Webseiten umfassende Informationen beispielsweise zu den Themen Werbekosten-Zuschuß, Hotline, Werbemittel/PoS-Materialien.



Downloads für die Gestaltung am Point of Sale zur Verfügung stehen, sind zahlreiche neue Bereiche geschaffen worden. Nutzer des Auftrittes können sich beispielsweise darüber informieren, für welche Projekte Unterstützung geleistet werden kann, welche Produkte als Leihstellung zur Verfügung stehen oder welche Werbemittel von Canon zu den Produkten erhältlich sind. Des weiteren finden sich hier Ansprechpartner und Informationen darüber, wie die PoS-Unterstützung aussieht.

Eine gute Möglichkeit zur Eigenpromotion bietet die Händler-Registrierung für die Canon-Webseite. Wer sich hier eintragen läßt, wird auf der Canon-Verbraucherseite als Referenzhändler geführt und kann so einen direkten Kontakt zum Endverbraucher herstellen. Marco Müller, Abteilungsleiter Corporate Business bei Canon, erklärt das Kriterium für den Relaunch der Händlerseite wie folgt: "Support ist für uns das entscheidende Kriterium im Zusammenhang mit partnerschaftlicher Zusammenarbeit. Dazu gehört eben auch die ständige Verfügbarkeit von relevanten Informationen."

# 94 Modelle ab 1,3 Megapixel

## Digitalkameras für das Weihnachtsgeschäft

Seit unserer letzten Marktübersicht zur photokina 2000, wo wir knapp 70 Digitalkameramodelle vorgestellt haben, hat sich dieser Markt enorm weiterentwickelt, was sich nicht zuletzt daran zeigt, daß wir in der aktuellen Zusammenfassung auf 94 Kameras gekommen sind.

Berücksichtigt wurden bei unserer Erhebung alle aktuellen Kameras ab einer Auflösung von 1,3 Megapixeln, also diejenigen Modelle, die sich für die Aufnahme echter Fotos eignen. Die Vielfalt der vorgestellten Kameras und die gestiegene Auflösung bis über 5 Megapixel zeigen, daß die Digitalfotografie immer mehr zu einer ernstzunehmenden Konstante im Fotomarkt wird. Alle hier aufgeführten Modelle gehören entweder zur aktuellen Produktrange der Unternehmen oder werden noch bis Ende dieses Jahres auf dem Markt erhältlich sein. Mit den passenden Verkaufsargumenten und auch über den Zubehörverkauf können Digitalkameras ihren Beitrag zu einem gelungenen Weihnachtsgeschäft leisten.

Um Anfängern den Einstieg in die digitale Fotografie und vor allem in die Handhabung von Bilddatenmaterial zu erleichtern, haben verschiedene Unternehmen in der letzten Zeit Digitalkameras herausgebracht, die zusammen mit einer Dockingstation ausgeliefert werden.

Zusammen ausgeliefert.



Kultkamera digital aufgelegt: Canon bietet das bewährte Design der APS-Kamera Ixus auch als digitale Variante wie die Digital Ixus 300 an.

Dazu gehören beispielsweise die Modelle FinePix 4800 Zoom und FinePix 6800 Zoom von Fujifilm. Bei diesen dient die Dockingstation gleichzeitig als Ladegerät für die Batterien, als (USB-) Schnittstelle zum PC und eignet sich für den Einsatz der Digitalkamera als Webcam. Bei Kodak wurde mit "EasyShare" ein komplettes Konzept entwickelt, das Einsteigern die Digitalfotografie erleichtern soll. Wesentlicher Bestandteil von EasyShare ist auch hier die Dockingstation "Camera Dock", die mit einer leicht bedienbaren Software kombiniert wurde.

Auch das Modell Caplio RR 10 von Ricoh wird zusammen mit der Dockingstation "Ricoh Base" ausgeliefert.

Auch für ambitioniertere Anwender, die hohe Ansprüche an die Qualität stellen, hat die Übersicht einiges zu bieten, wie zum Beispiel die 5-Megapixelkamera von Sony (DSC-F707), die über spezielle Features verfügt, damit auch Nachtaufnahmen

gelingen, oder die 5,2-Megapixel-Kamera Dimage 5 von Minolta. Für Design-Fans bieten sich nach wie vor Modelle wie die Digital IxusV von Canon oder auch die Pentax Optio 430 im edlen Gehäuse an. Für Kunden schließlich, die ihre Kameras im Beruf einsetzen möchten, finden sich entsprechende Modelle von Canon oder Nikon in der Übersicht.

Sinnvoll ist es, beim Digitalkameraverkauf auch gleich auf die verschiedenen Möglichkeiten der Bildausgabe hinzuweisen. Für die Annahme von digitalen Bildern stehen Händlern verschiedene Optionen zur Verfügung. CeWe Color beispielsweise hat mit dem DigiFilm-Konzept eine Annahmelösung gefunden, bei der die Bilddaten des Speichermediums direkt am

Point of Sale auf eine CD gebrannt werden. Diese Features wie ein 5-Megapixel-CCD, Night-Framing und ein Laserautofocus der

Sony DSC-F 707 sorgen dafür, daß die Kamera auch unter extremen Lichtbedingungen zu guten Bildergebnissen kommt.

wird anschließend mit der Fotoauftragstasche quasi als "digitales Negativ" für die Bildentwicklung abgegeben. Annahmeterminals gibt es aber auch von vielen anderen Anbietern, wie z. B. Agfas e-box, das Fujicolor order-it-Terminal, die Orderstation von Kodak oder das Quelle-

Digital Imaging i+fc

Annahmeterminal. Alle genannten Unternehmen und viele weitere bieten sowohl über Online-Bilderdienste oder über die direkte Abgabe Speichermedien der

verschiedene Alternativen an, die den Fotohandel mit einbeziehen und mit denen Verbraucher an Fotos ihrer digitalen Aufnahmen gelangen können. Annahmestationen wie Agfas e-box oder Fujifilms Digital Photo Center ermöglichen in Verbindung mit einem Minilab (z. B. Agfas d-lab.3, das neue d-lab.2 oder Fujifilms Frontier) die Ausbelichtung und das Angebot von Kundenfotos im 1-Stunden-Takt direkt im Geschäft.

Ein Mehrwert der digitalen Fotografie besteht darin, daß die digitalen Bilddaten Nutzungsmöglichkeiten bieten, die die Verwendungsmöglichkeiten analoger Bilder bei weitem übertreffen. Um diesen Mehrwert (E-Mail-, Internetanwendungen, Bildbearbeitung) voll ausschöpfen zu können, benötigen Verbraucher einen Computer. Als Fotohändler sollte man zumindest Empfehlungen für den benötigten Arbeitsspeicher oder die Monitorauflösung aussprechen können. Da Bilddaten in

HVP

der Regel viel Speicherplatz benötigen, sollte **Festplatte** eine über mindestens 20 GB Speicherkapazität, beim

RAM zumindest über 128 MB RAM und beim Videospeicher der möglichst schnellen Grafikkarte zumindest über 16 oder 32 MB verfügen. Als Computerprozessoren kommen wahlweise ein Pentium III (Windows) oder ein Mac mit G3- bzw. G4-Prozessor in Frage. Da eine schnelle USB-Schnittstelle heute bereits bei den meisten Digitalkameras zur Grundausstattung gehört, sollte der Computer über einen entsprechenden Anschluß verfügen.

Mit dem Angebot eines Fotodruckers direkt zur Digitalkamera lassen sich zusätzliche Einnahmen auch durch die für den Fotodruck benötigten Medien wie Fotopapiere und Foto-Tintenpatronen generieren. Entsprechende Produkte werden von Druckerherstellern wie Canon, Epson oder Lexmark häufig direkt mit den dazu passenden Materialien angeboten. Mit dem Argument, daß Digitalkamerabesitzer mit nur einer Speicherkarte unterwegs oder im Urlaub schnell an die

Kapazitätsgrenze geraten, lassen sich Kunden gut vom Kauf eines Ersatzmediums überzeugen. Eine Alternative dazu sind mobile Festplatten, wie sie in Deutschland von der Jobo Labortechnik (Digital Wallet, Nixvue) vertrieben werden. Diese verfügen über Kapazitäten von mehreren Gigabytes und arbeiten mit aufladbaren Batterien, so daß man unterwegs die Bilddaten zwischenparken kann und die Speicherkarte schnell wieder frei für neue Aufnahmen ist. Gerade für Digitalkameras gibt es allerlei Zubehör, das Mitarbeiter in Fotogeschäften gleich mit anbieten können. So gibt es inzwischen zu vielen Kameramodellen passende Konverter, über die Objektiv- und Filtervorsätze angebracht werden können. Gehört zur Kamera kein Batterienladegerät und/ oder entsprechende Akkus, sollte auch dieses Zubehör zum Angebot des Händlers gehören. Weitere Zubehörprodukte sind zusätzliche Blitzgeräte, Diakopiervorsätze, PC-Card- oder Netzadapter sowie die verschiedenen Bildbearbeitungs- und Archivierungsprogramme, die softwareseitig erhältlich sind. All diese Produkte zeigen, daß mit dem Verkauf einer Digitalkamera das Ende der Gewinnspanne noch lange nicht erreicht ist.



15 644 68 DM

1 999 DM









Produkt	Canon EOS 1D	Canon PowerShot S40	Canon PowerShot G2	Canon PowerShot S30	Canon EOS D30
Optische Auflösung	4,16 Mio. Pixel-CCD/	4,0 Mio. Pixel-CCD/	4 Mio. Pixel-CCD/	3,34 Mio. Pixel-CCD/	3,2 Mio. Pixel CMOS/
	2.464 x 1.648 Pixel	2.272 x 1.704 Pixel	2.272 x 1.704 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	2.160 x 1.440 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100-3.200	ISO 50-400	ISO 50-400	ISO 50-800	ISO 100-1.600
Brennweite KB	Wechselobjektive	35-105 mm	34-102 mm	35-105 mm	Wechselobjektive
Mindestabstand/Makro (cm)	-	80/10	70/6	80/10	-
digitales Zoom	-	3,6x	3,6x	3,2x	-
Speichermedium	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash
Dateiformate	RAW/JPEG	RAW/JPEG/AVI + WAVE	RAW/JPEG/AVI	RAW/JPEG/AVI	RAW/JPEG
Dateigröße	RAW 6.500 KB/JPG 2.520 KB	RAW 2862 KB/JPEG 2002 KB	RAW 2.802 KB/JPG 2.002 KB	RAW 2.469 KB/JPG 1.602 KB	k. A.
Datentransfer/Schnittstelle	FireWire	USB	USB	USB	USB
Blitzsteuerung	-	Automatisch/5 Blitzprogramme	Automatisch/5 Blitzprogr.	Automatisch/5 Blitzprog.	E-TTL
Zubehörschuh	ja	-	ja	-	ja
Belichtungsmeßverfahren	5	Mittenbetont/Spot/Mehrfeld	Mittenbetont/Spot/Mehrfeld	Mittenbetont/Spot/Mehrfeld	Mittenbetont/ Spot/Mehrfel
Verschlußzeit	30 Sek1/16.000 Sek./Bulb	15 Sek1/1.500 Sek.	8 Sek1.100 Sek.	15 Sek1/1.500 Sek.	30 Sek1/4000Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Max. Bilderfrequenz	8 B./Sek.	2,5 B./Sek.	2,5 B./Sek.	3 B./Sek.	3 B./Sek.
Batterietyp	Ni-MH-Akkus	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku
Maße B/H/T (mm)	156 x 157,6 x 79,9	112 x 58 x 42	120,9 x 76,6 x 63,8	112 x 58 x 42	149,5 x 106,5 x 75
Gewicht ohne Batterie	1.350 g	260 g	420 g	260 g	750 g
Lieferumfang	k. A.	Akku, 16 MB CF, Software- paket, Ladegerät, Kabel	32 MB CF, Akku, Netzkabel, Softwarepaket	Akku, 16 MB CF, Software- paket, Ladegerät, Kabel	16 MB CF, Akku, Ladegerät Kabel, Softwarepaket
erhältlich	November 2001	Ende Oktober 2001	ja	November 2001	ja

2 229 DM

6 499 DM

1 699 DM











	,				
Produkt	Canon PowerShot Pro 90IS	Canon Digital Ixus 300	Canon Digital Ixus V	Canon PowerShot A20 /A10	Casio QV-4000
Optische Auflösung	2,6 Mio. Pixel-CCD/	2,1 Mio. Pixel-CCD/	2,1 Mio. Pixel-CCD/	2,1 Mio. Pixel-CCD/	4,13 Mio. Pixel-CCD/
	1.856 x 1.392 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1,3 Mio. Pixel-CCD	2.048 x 1.536 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 50-400	ISO 100	ISO 100	ISO 100	ISO 100
Brennweite KB	37-370 mm	35-105 mm	35-70 mm	35-105 mm	34-102 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	10/10	76/16	57/10	76/16	6
digitales Zoom	4x	2,5x	2,5x	2,5x/ 2x	3,2x stufenlos
Speichermedium	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash Typ I/II, im Bundle mit 1GB Microdrive
Dateiformate	RAW/JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG	JPEG/TIFF
Dateigröße	RAW 2.147 KB/JPG 1.502 KB	957 KB	957 KB	957 KB /k. A.	max. ca. 1,8 MB (JPEG)
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB	USB, Video out (PAL/NTSC)
Blitzsteuerung	Automatisch/5 Blitzprogr.	Automatisch/5 Blitzprogr.	Automatisch/5 Blitzprogr.	Automatisch/5 Blitzprogr.	Automatisch
Zubehörschuh	ja	-	-	-	externer Blitzanschluß
Belichtungsmeßverfahren	Mittenbetont/Spot	Mittenbetont/Integral	Mittenbetont/Integral	Mittenbetont/Integral	Multi-/Spot-/Zentrumswert
Verschlußzeit	8 Sek1.100 Sek.	1 Sek1.500 Sek.	1 Sek1.500 Sek.	1 Sek1.500 Sek.	60 - 1/1.000 Sek./Bulb
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Max. Bilderfrequenz	0,7 B./Sek.	2,5 B./Sek.	2,5 B./Sek.	1,7 B./Sek.	bis zu 4 Aufnahmen
Batterietyp	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	4 Mignon AA	Mignon, AA-Typ oder Lithium
Maße B/H/T (mm)	126,5 x 83,9 x 139,1	94,8 x 62,5 x 29,9	87 x 57 x 26,9	110,3 x 71 x 37,6	118 x 74 x 64
Gewicht ohne Batterie	670 g	240 g	190 g	250 g	355 g
Lieferumfang	16 MB CF, Akkus, Netzadapter, Kabel, Softwarepaket	8 MB CF, Akku, Ladegerät, Kabel, Softwarepaket	8 MB CF, Akku, Ladegerät, Kabel, Softwarepaket	Batterien, 8 MB CF, Kabel, Soft- warepaket, Tasche, 16 MB CF/8 MB CF	NiMH-Akkus mit Ladegerät BC- 2HA, Photo Loader - Software (Ver. 2.0), Photohands, 16 MB CF-Karte
erhältlich	ja	ja	ja	ja/ja	ja
UVP	3.199 DM	1.599 DM	1.399 DM	1.099 DM/899 DM	QV-4000: 1030 € (= 2014,50 DM), QV-4000MIC: 1230 € (= 2405,67 DM)











D. 111	F "CL F" P' 04 P	E .:Cl E: D: (000.7	E ::(:) E: D: (000.7	E "C" E' D' 4000 7	F "C" F' P' 0000 7
Produkt	Fujifilm FinePix S1 Pro	Fujifilm FinePix 6900 Zoom	Fujifilm FinePix 6800 Zoom	Fujifilm FinePix 4800 Zoom	Fujifilm FinePix 2800 Zoom
Optische Auflösung	3,4 Mio. Pixel Super	3,3 Mio. Pixel Super	3,3 Mio. Pixel-Super	2,4 Mio. Pixel-Super	2,1 Mio. Pixel-CCD/
F . C . W . I . W	CCD/3.040 x 2.016 Pixel	CCD/2.832 x 2.128 Pixel	CCD/2.832 x 2.128 Pixel	CCD/2.400 x 2.800 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 320/400/800/1600	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	ISO 125/200/400	ISO 100
Brennweite KB	Wechselobjektive	35-210 mm	36-108 mm	36-108 mm	38-228 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	-	50/10	60/20	60/20	80/10
digitales Zoom	-	4,4x/2,2x/1,4x	4,4x/2,2x/1,4x	3,75x/1,88x/1,5x	ja
Speichermedium	SmartMedia/CompactFlash I+II	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia
Dateiformate	TIFF-RGB/TIFF-YC/JPEG	TIFF-RGB/JPEG	JPEG	JPEG	JPEG
Dateigröße	6,1 Mio. Pixel	6,0 Mio. Pixel	6,0 Mio. Pixel	4,3 Mio. Pixel	k. A.
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB/Video	USB/Video	USB/Video	USB/DC-Eingang
Blitzsteuerung	TTL-Blitzfunktion	Sensor zur Blitzsteuerung aut.	Sensor zur Blitzsteuerung aut.	Sensor zur Blitzsteuerung aut.	Automatikblitz + Steuersensor
Zubehörschuh	ja	ja	-	-	k. A.
Belichtungsmeßverfahren	3D-Matrix/6-SegMatrix	64 Zonen TTL	Multi, Spot, Mittelwert	Multi, Spot, Mittelwert	64 Zonen TTL
Verschlußzeit	30-1/2000 Sek.	3-1/2000 Sek.	3 bis 1/2000 Sek.	3 bis 1/2000 Sek.	1/2-1/500 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Max. Bilderfrequenz	1,5 B./Sek., max. 5 B.	0,2 Sek./ B., max. 5 B.	0,2 Sek./B., max. 5 B.	0,2 Sek./B., max. 3 B.	2 B./Sek., max. 4 B.
Batterietyp	4 x AA Batterien/AC-Adapter	Li-Ionen-Akku, AC Adapter	Li-Ionen-Akku, AC Adapter	Li-Ionen-Akku, AC Adapter	4 Mignon Batt./ Netzadapter
Maße B/H/T (mm)	148,5 x 125 x 79,5	110 x 78,5 x 93,5	80 x 97,5 x 36,3	80 x 97,5 x 36,3	95 x 77 x 71
Gewicht ohne Batterie	800 g	410 g	70 g	258 g	270 g
Lieferumfang	16 MB SM, USB-, Video-Kabel, BattAdapter, 4 Mignon-Alkali- batt., 2 CR123 A Lithiumbatt., Software-CD	16 MB SM, Akku, Netzadapter, USB-, Video-Kabel, Objektiv- deckel, Schultergurt, Software CD	Docking Station, 16 MB SM, Akku, Netzadapter, Audio-, Vi- deo-, USB-Kabel, Software CD	Docking Station, 16 MB SM, Akku, Netzadapter, Audio-, Video-, USB-Kabel, Software CD	k. A.
erhältlich	ja	ja	ja	ja	Ende Oktober 2001
UVP	7.997,39 DM	2.395,89 DM	1.998,86 DM	1.697,66 DM	1.210,66 DM













Casio QV-3500EX	Casio QV-2900UX	Casio QV-2400UX	Concord Eye Q 1300	Concord Eye Q 3x	Epson PhotoPC 3100 Z
3, 34 Mio. Pixel-CCD/	2,11 Mio. Pixel-CCD/	2,11 Mio. Pixel-CCD/	1,3 Mio. Pixel-CMOS	1,2 Mio. Pixel/CMOS (inter-	3,3 Mio. Pixel-CCD/
2.048 x 1.536 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel		poliert)	2.544 x 1.904 Pixel
ISO 100/180/300/500	ISO 80/160/320	ISO 80/160/320	ISO 100	ISO 100	ISO 100/200/400
33-100 mm	40-320 mm	41-123 mm	42 mm	38-110 mm	34-102 mm
6	1	1	k. A.	0,4 m – unendlich	20
2x/4x	2x/4x	2x/4x	2x	-	2x
CompactFlash Typ I/II, im Bundle mit 340 GB Micro.	CompactFlash Typ I/II	CompactFlash Typ I/II	Festspeicher	Festspeicher	16 MB intern/CompactFlash
JPEG/TIFF	JPEG/TIFF	JPEG/TIFF	JPEG	JPEG	JPEG/TIFF
max. ca. 1,4 MB (JPEG)	max. ca. 850 kB (JPEG)	max. ca. 850 kB (JPEG)	64 KB Exif-header	64 KB Exif-header	9 MB (TIFF)
USB/seriell/Video out	USB/seriell/ Video out	USB/seriell/Video out	USB	USB	USB
Automatisch	Automatisch	Automatisch	Elektronisch	Elektronisch	Automatisch
-	-	-	-	-	ja
Multi-/Spot-/Zentrumswert	Multi-/Spot-/Zentrumswert	Multi-/Spot-/Zentrumswert	Automatisch	Automatisch	Zentr. Meßver./Spotbelicht.
60 - 1/1.000 Sek./Bulb	60 - 1/2.000 Sek., Bulb	60 - 1/2.000 Sek., Bulb	0,0004-4/Sek.	0.004-4/Sek.	8 Sek1/750 Sek.
ja/ja	nein/ja	nein/ja	ja, im Monitor	ja, im Monitor	ja/ja
bis zu 3 B.	-	-	k. A.	k. A.	2 B./Sek.
Mignon, AA-Typ oder Lithium	Mignon, AA-Typ oder Lithium	Mignon, AA-Typ oder Lithium	CR 123 A	CR 123 A	4 x AA NiMH
134,5 x 80,5 x 57,5	121 x 80,5 x 66	118 x 67 x 54	92 x 64 x 27	102 x 60 x 25	108 x 89 x 65
320 g	295 g	245 g	200 g	135 g	365 g
Tragriemen, Tasche, Testbatt. Photo Loader Software, USB- Kabel, 8 MB CF-Karte, Silverlab - PhotoFit 99 SE	Testbatterien, Photo Loader- Software, umfang. Software- paket, USB-/Ser Anschlußkabel, 8 MB CF	Testbatterien (4 MigAlkalizellen), Photo Loader-Software, umfang. Software, Ser. Anschlußkabel, USB-Anschlußkabel, 8 MB CF	Software-Kabel, Batterie, Schnellstart Menü, Online- Menü	Software-Kabel, Batterie, Schnellstart Menü, Online- Menü	Treiber- und Anwendungs- software, Filteradapter, Tra- geschlaufe, Akkuladegerät, 4 AA NiMH Akkus, div. Kabel
ja	ja	ja	ja	ja	ja
QV-3500EX: 820 € (=1.603,78 DM) QV-3500EX MIC: 970 € (=1.897,16 DM)	670 € (=1.310,41 DM)	620 € (=1.212.61 DM)	299 DM	299 DM	1.699 DM













					I
Fujifilm FinePix 2600 Zoom	Fujifilm FinePix A201	Fujifilm FinePix A101	Hewlett-Packard Photosmart 715	Hewlett-Packard Photosmart 912	Hewlett-Packard Photosmart 618
2,1 Mio. Pixel-CCD/	2,1 Mio. Pixel-CCD/	1,3 Mio. Pixel-CCD/	3,3 Mio. Pixel-CCD/	2,2 Mio. Pixel-CCD/	2,11 Mio. Pixel-CCD/
1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.280 x 960 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	1.600 x 1.280 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel
ISO 100	ISO 100	ISO 125	ISO 100	auto. ISO 25/100/200/400	automatisch ISO 100/200
38-114 mm	36 mm	36 mm	variabel von 34-102 mm	34-102 mm	34-108 mm
80/10	80/8	80/8	10 cm bis unendlich	0,02-0,6 m	10 cm bis unendlich
2,5x/1,25x	2x	2x	2x	2x	2x
SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia	CompactFlash	CompactFlash I+II	CompactFlash
JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG/AVI	JPEG	JPEG/TIFF	JPEG/TIFF
k. A.	k. A.	k. A.	abh. von gewählter Auflösung	abh. von gewählter Auflösung	abh. von gewählter Auflösung
USB	USB	USB	USB	USB/Fast IrDa mit JetSend	USB/Fast IrDa mit JetSend
Sensor zur Blitzsteuerung aut.	Automatikblitz + Steuersensor	Automatikblitz + Steuersensor	integrierter Blitz	iTTL-Blitzautomatik	integrierter Blitz
-	-	-	-	ja	-
64 Zonen TTL	64 Zonen TTL	64 Zonen TTL	Belichtungsautomatik	Prog, Blenden-, VersAuto.	Programmauto., Blendenauto.,
1/2 bis 1/1000 Sek.	1/2-1/1000 Sek.	1/2-1/1000 Sek.	2-1/500 Sek.	1/1000-4 Sek.	1/1000 Sek4 Sek.
ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
-	k. A.	k. A.	Einzelbild	3 B./3 Sek.	3 B./3 Sek.
2 Ni-MH-Akkus/Netzadapter	2 x AA-Akkus/AC-Adapter	2 Mignon-Batt./Netzadap.	4 AA Batterien	4 AA Batterien	4 AA Baterien
99,8 x 65,0 x 53,9	98,5 x 64,5 x 40,5	98,5 x 64,5 x 40,5	128 x 74 x 61	143,5 x 90,5 x 105	127,5 x 71,5 x 56,5
200 g	145 g	145 g	310 g	540 g	300 g
16 MB SM, 2 Ni-MH-Akkus, Batterienladegerät, USB-Kabel, Software CD	16 MB SM, 2 Mignon-Batteri- en, Trageschlaufe, USB-Kabel, Software FinePix	8 MB SM, 2 Mignon Batterien, USB-Kabel, Software für FinePix	HP Photo Imaging Software, ArcSoft PhotoImpression	HP Photo Imaging Software, ArcSoft PhotoImpression	HP Photo Imaging Software, ArcSoft PhotoImpression (Mac)
Oktober 2001	Oktober 2001	ja	September 2001	September 2000	September 2000
897,73 DM	649,34 DM	549,59 DM	1.099 DM	1.099 DM	899 DM











B 111	Handa H. Dankand Dhata amari 240			L. I. I. DVOGGO	V 1 1 BY0700
Produkt	Hewlett-Packard Photosmart 318	Jendigital JD 4100 z3	Jendigital JD 1300 f	Kodak DX3900	Kodak DX3700
Optische Auflösung	2,3 Mio. Pixel-CCD	4,13 Mio. Pixel-CCD/	1,3 Mio. Pixel-CCD/	3,3 Mio. Pixel-CCD/	3,1 Mio. Pixel-CCD/
		2.272 x 1.704 Pixel	1.280 x 960 Pixel	2.160 x 1.440 Pixel	2.160 x 1.440 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100 (Blende 4,5-15,5)	ISO 100	ISO 100-400	ISO 100/200/400	ISO 100/200
Brennweite KB	6,79 mm	38-114 mm	Fixfocus	35-70 mm	37 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	kein Makro	40/4	40/10	50/Makro Weit:7/Tele M.: 25	50/15
digitales Zoom	2x	2x	2x	3x	3x
Speichermedium	8 MB interner Speicher	CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash	8 MB intern/MultiMedia
					Card/SD Card
Dateiformate	JPEG	JPEG/DCF/DPOF	JPEG	JPEG	JPEG
Dateigröße	abh. von gewählter Auflösung	k. A.	k. A.	abhängig von Auflösung	abhängig von Auflösung
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB, Kamera Station	USB, Kamera Station
Blitzsteuerung	Integrierter Blitz	Automatisch	Automatisch	Automatisch	Automatisch
Zubehörschuh	-	-	-	-	-
Belichtungsmeßverfahren	Automatisch	Automatisch	Automatisch	Mehrzonen/Mittenbet./Mittelp.	Automatisch
Verschlußzeit	1/300-1/700 Sek.	1-1/500 Sek.	1-1/250 Sek.	16-1/1200 Sek.	1/4-1/1000 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/nein	ja/ja	ja/ja
Max. Bilderfrequenz	Einzelbild	2 B./Sek. im Full-Modus	Einzelbild	8 B./Sek.	-
Batterietyp	4 AA Batterien	4 x Alkaline	2 AA	2 x 1,2 Volt Ni-MH aufladbar	2 x 1,2 Volt Ni-MH aufladbar
Maße B/H/T (mm)	113 x 43 x 68	116 x 73 62	100 x 60 x 35	116 x 67 x 42	120 x 70 x 46
Gewicht ohne Batterie	186 g	280 g	116 g	225 g	210 g
Lieferumfang	HP Photo Imaging Software	Kabel (Video-out/USB), 16 MB	Kabel (Video-out/USB), 8 MB	Kamera Station, USB-Video-	Kamera Station, USB-Video-
· ·	ArcSoft PhotoImpression	CF, Alkaline Batt., Twain-	CF, 2 AA Alkaline-Batterien,	Kabel, Kodak Picture Software,	Kabel, Kodak Picture Software,
	(Mac)	Treiber, Tasche, Bed	Twain-Treiber, Tasche und Tra-	8 MB Speicherkarte, NiMH	NiMH aufladbare Batterien
		Anleitung, Adobe Photo Deluxe	getasche		
erhältlich	September 2001	ja	ja	September 2001	Oktober 2001
UVP	549 DM	1.298 DM	299 DM	1.499 DM	999 DM











D. 111	The Holes of	ART II DI	last the Dr. Coost	14. H. D	M MDO 0000
Produkt	Minolta Dimage 7	Minolta Dimage 5	Minolta Dimage S304	Minolta Dimage E 201	Mustek MDC 3000
Optische Auflösung	5,2 Mio. Pixel-CCD/	3,34 Mio. Pixel-CCD/	3,34 Mio. Pixel-CCD/	2,3 Mio. Pixel-CCD/	1.600 x 1.200 Pixel
5 6 111 11	2.560 x 1.920 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	1.792 x 1.200 Pixel	2.048 x 1.526 Pixel interp.
Empfindlichkeit	ISO 100/200/400/800 auto.	ISO 100/200/400/800 auto.	ISO 100/200/400/800 auto.	ISO 85/340	k. A.
Brennweite KB	28-200 mm	35-250 mm	35-140 mm	38 mm	7,1 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	25	25	25	30	15
digitales Zoom	2x	2x	2x	2x	2x
Speichermedium	CompactFlash I + II	CompactFlash I + II	CompactFlash I	Compactflash I	CompactFlash
Dateiformate	JPEG/TIFF/Motion JPEG/RAW	JPEG/TIFF/Motion JPEG/RAW	JPEG/TIFF/Motion JPEG/WAV	JPEG/TIFF/Motion JPEG	JPEG/AVI
Dateigröße	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	300 KB (1.200 x 1.600 Pixel)
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB	USB
Blitzsteuerung	ADI/TTL-Vorblitz	ADI/TTL-Vorblitz	k. A.	k. A.	Auto/Aus/Rote Augen-Red.
Zubehörschuh	Minolta Systemblitz	Minolta Systemblitz	-	-	-
Belichtungsmeßverfahren	Mehrfeld/Integral/Spot	Mehrfeld/Integral/Spot	Mehrfeld/Spot	mittenbetonte Integralmessung	Automatisch
Verschlußzeit	1/2000 Sek4 Sek. und Bulb	1/2000 Sek. – 4 Sek. und Bulb	1/1000 Sek. – 4 Sek. und Bulb	1/500 Sek2 Sek.	1/30-1/2.000 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Max. Bilderfrequenz	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	25 B./Sek.
Batterietyp	4 AA Batterien oder Akkus	4 AA Batterien oder Akkus	4 AA Batterien oder Akkus	4 AA Batterien oder Akkus	4 x AA 1,5 V
Maße B/H/T (mm)	116,5 x 90,5 x 112,5	116,5 x 90,5 x 112,5	113,5 x 64,5 x 58,5	114 x 65 x 45	116 x 75 x 42,5
Gewicht ohne Batterie	505 g	505 g	320 g	210 g	200g
Lieferumfang	AA Alkaline Batt., Gegenlicht- blende (DLS-7), AV-Kabel, USB-Kabel, CF Karte (16 MB), CD-ROM	AA Alkaline Batterien, Umhängegurt, Gegenlicht- blende, AV-Kabel, USB-Kabel, CF Karte (16 MB), CD	AA Alkaline Batt., AV-Kabel, USB-Kabel, CF Karte (16 MB), CD-ROM für DimAGE S304, ArcSoft PhotoImpression	USB-Kabel, CF-Karte (8 MB), AA Alkaline Batt., CD-ROM für Dimage E201, CD-ROM Pho- toDeluxe Home Edition 4.0	16 MB CF, umfangreiche Software + Zubehör
erhältlich	ja	ja	ja	ja	ab November 2001
UVP	3.127 DM	2.345 DM	1.660 DM	799 DM	499 DM













Kodak DC5000	Kodak DX3600	Kodak DX3500	Kodak DX3215	Konica KD 300Z	Konica KD 200Z
2,1 Mio. Pixel-CCD/	2,3 Mio. Pixel-CCD/	2,3 Mio. Pixel-CCD/	1,3 Mio. Pixel-CCD/	3,34 Mio. Pixel-CCD/	2,11 Mio. Pixel-CCD/
1.760 x 1.168 Pixel	1901 x 1.212 Pixel	1.901 x 1.212 Pixel	1.280 x 960 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel
ISO 100	ISO 100/200	ISO 100/200	ISO 100/200	ISO 100-400	ISO 100-400
30-60 mm	35-70 mm	38 mm	30-60 mm	38-76 mm	35-105 mm
50/25	50/28	75/22	Weit:75 /Tele: 150/Makr: 25	6	25
3x	3x	3x	2x	1,3x/1,6x/2x	1,5x-2x
CompactFlash	8 MB intern/Compactflash Typ I	8 MB intern/CompactFlash I	8 MB intern/MultiMedia Card/SD Card	MM Card	SD Card
JPEG	JPEG/Quich Time Movie	JPEG	JPEG	JPEG/AVI	JPEG/AVI
k. A.	abhängig von Auflösung	abhängig von Auflösung	abhängig von Auflösung	k. A.	k. A.
Seriell/USB	USB, Kamera Station	USB, Kamera Station	USB, Kodak Kamera Station	USB-Kartenleser	USB
Automatisch	Automatisch	Automatik	Automatisch	Auto/Manuell	Auto/Manuell
-	-	-	-	-	-
Auto. oder manu. Korrektur	AE + AWB	AE + AWB	AE + AWB	Programm/Mittenbetont	Programmauto./Mittenbetont
1/2-1/755 Sek.	1/8-1/1200 Sek.	1/8-1/1.218 Sek.	1/4-1/1000 Sek.	1-1/2000	1/8-1/2000 Sek.
ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
-	-	-	-	Einzelbild	Einzelbild
4 AA	2 x 1,2 Volt Ni-MH aufladbar	2 x 1,2 Volt Ni-MH aufladbar	2 x 1,2 Volt Ni-MH aufladbar	Li-Akku 3,6 V	CR V3
140 x 89 x 83	120 x 74 x 50	120 x 74 x 50	121 x 70 x 46	87 x 55 x 30	100 x 61,5 x 30,5
459 g	230 g	205 g	220 g	165 g	170 g
CF-Karte, 4 Kodak Alkali Batte- rien, USB- und Videokabel, Serielles Kabel, Objektivfilter, Software-CD	Camera Station, USB-Video- Kabel, Kodak Picture Software, NiMH aufladbare Batterien	Kamera Station, USB-Video- Kabel, Kodak Picture Software, NiMH aufladbare Batterien	Kamera Station, USB-Videoka- bel, Kamerariemen, Kodak Pic- ture Software, NiMH	16 MB MM, Videokabel, AC- Adapte, CD-ROM, Lithium-Ion- Batterien, USB-Kabel, Kartenleser SD	Tragriemen, 8 MB SD Card, USB-Kabel, 3V Lithium Batte- rie, CD-ROM
ja	Juli 2001	Mai 2001	September 2001	ja	ja
1.349 DM	949 DM	749 DM	749 DM	1.498 DM	899 DM













Nikon D1 X	Nikon D1 H	Nikon Coolpix 995	Nikon Coolpix 885	Nikon Coolpix 775	Olympus E-20
5,47 Mio. Pixel-CCD/	2,74 Mio. Pixel-CCD/	3,34 Mio. Pixel-CCD/	3,37 Mio. Pixel-CCD/	2,14 Mio. Pixel-CCD	5 Mio. Pixel CCD/
3.008 x 1.960 Pixel	2.000 x 1.312 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel		2.560 x 1.920 Pixel
ISO 125-800	ISO 200-1.600	ISO 100/200/400/800	ISO 100	k. A.	manuell ISO 80/160/320/aut.
Wechselobjektive	Wechselobjektive	38-152 mm	38-114 mm	38-115 mm	35-140 mm
-	-	30/2	30/4	k. A.	60/20
-	-	k. A.	4x	2,5x	-
CompactFlash Typ I + II	CompactFlash Typ I + II	CompactFlash Typ I + II	CompactFlash	CompactFlash	SmartMedia/CompactFlash/ Microdrive bis zu 1 GB
JPEG/TIFF/Raw	JPEG/TIFF/Raw	TIFF/JPEG	TIFF/JPEG	JPEG	TIFF/JPEG
k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	110 KB bis 14,8 MB
IEEE1394/RS-232C	IEEE1394/RS-232C	USB	USB	USB	DC/USB/Video/
mit Blendenauto./Automatisch	mit Blendenauto./Automatisch	Sensorblitzsystem	Automatisch	Sensorblitzsystem	X-Kontakt/Schuh für FL-40
ja	ja	Mehrfachblitz-Synchronansch.	-	-	X-Synchronisationskontakt
3D-Farbmatrixmessung	D-Farbmatrix/Mittenb./Spot	Matrix/Mittenbetont/Spot	TTL mit 256-Segmentmatrix	Automatisch	TTL-Autofocus/digi. ESP
30-1/16.000 Sek.	30-1/16.000 Sek.	8-1/2.300 Sek.	8-1/1.000 Sek.	k. A.	2-1/640 Sek. Interface Scan
ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
3 B./Sek., max. 9 B.	5 B./Sek., max 40 B.	70 B. (QVGA) bei 30 B./Sek	70 B. (QVGA)/bei 30 B./Sek.	k. A.	2,6 B./Sek./max. 4 B.
Ni-MH-Batterie-Pack	Ni-MH-Batterie-Pack	LithBatt./LithIonAkku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	2 x Lithium-Batterien CR-VR.
157 x 153 x 85	157 x 153 x 85	138 x 82 x 40	95 x 69 x 52	87 x 66,5 x 44	128,5 x 103,5 x 161
ca. 1,1 kg	ca. 1,1 kg	390 g	225 g	185 g	1.050 g
Trageriemen, Videokabel, Browser-Software Nikon View DX	Trageriemen, Videokabel, Browser-Software Nikon View DX	Videokabel, 16 MB CF, USB- Kabel, Photoshop 5.0 LE, Lithium-Ionen-Akku, Akkulade- gerät, Nikon View 4	Objektivdeckel, Videokabel, 16 MB CF, USB-Kabel, Nikon Vie- wer 4 auf CD, wiederaufladba- rer Lithium-Ionen-Akku	Handgelenkschlaufe, Videoka- bel, 8 MB CF, USB-Kabel, Akku, Ladegerät, Software CD	CamediaMaster 2.5, Camedia- Suite incl., PhotoGenetics, USB-/AV-Kabel, 16 MB Karte, Fernb.
ja	ja	ja	ja	ja	November 2001
12.999 DM	13.499 DM	2.499 DM	1.649 DM	1.098 DM	4.799 DM











Produkt	Olympus E-10	Olympus C-4040 Zoom	Olympus Camedia C-3020 Zoom	Olympus C-40	Olympus C-2100 UZ
Optische Auflösung	4,0 Mio Pixel-CCD/	4,13 Mio. Pixel CCD/	3,34 Mio. Pixel-CCD/	4,13 Mio. Pixel-CCD/	2,11 Mio. Pixel CCD/
	2.240 x 1.680 Pixel	2.272 x 1.704 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	2.272 x 1.704 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 80/160/320 wählbar/aut.	ISO 100/200/400 wählbar/aut.	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400 wählbar/aut.	ISO 100/200/400 wählbar/aut.
Brennweite KB	35-140 mm	35-105 mm	32-96 mm	35-98 mm	38-380 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	20	80/20	0,80 /0,20	80/10	60/10
digitales Zoom	-	1x -2,5x	1-2,5x	2,5x	1x bis 2,7 x
Speichermedium	SmartMedia/ CompactFlash TypII	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia
Dateiformate	JPEG/TIFF/DPOF	JPEG/TIFF/QuickTim. Mot. JPEG	JPEG/TIFF/DPOF	JPEG/TIFF/QuickTim. Mot. JPEG	JPEG/TIFF/QuickTim.Mot.JPEG
Dateigröße	110 KB bis 11,3 MB	97 KB bis 11,6 MB	k. A.	97 KB bis 11,6 MB	80 KB bis 5,8 MB
Datentransfer/Schnittstelle	AC-Adapter/USB/AV	Wechselstromadapt./USB/ Video	DC-Eingang/USB-Anschluß	DC/USB/Video/komb. AV-USB	RS 232/USB/Video/Micro
Blitzsteuerung	X-Kontakt/Schuh für FL-40	Automatisch	Automatisch	Automatisch	FL-40 u. sonstige
Zubehörschuh	AC-Adapter/Konverter/Blitz	AC-Adapter/Konverter/Blitz	-	AC-Adapter	AC-Adapter/Konverter/Blitz
Belichtungsmeßverfahren	Prog/Zeit-,/Blenden-Auto./	Programmaut., digitales ESP	Dig. ESP-Meßsystem/Spot	Programmaut./digi. ESP/TTL	Zeit-/ Blenden- /Programmaut.,
Verschlußzeit	30-1/640 Sek.	4-1/800 Sek.	4-1/800 Sek.	1/2-1/1000 Sek.	1/2-1/800 Sek./man16 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Max. Bilderfrequenz	3 B./Sek.	2 B./Sek./max. 8 B. (nicht TIFF)	1,7 B./Sek.	2 B./Sek.	1,5 B./Sek bei 5 B. (SHQ)
Batterietyp	2xLB01E, 4xNickel Hydride	2 x LithBatt. LB-01 (CR-V3)	2 x CR-V3 LB-01/4 x AA NiMH	1 x LithBatt. LB-01 (CR-V3)	4 x Nickel Hydride
Maße B/H/T (mm)	161 x 103,5 x 161	110 x 76 x 70	110 x 76 x 70	87 x 68,5 x 43,5	112,5 x 77,5 x 141
Gewicht ohne Batterie	1.050 g	320 g	300 g	190 g	540 g
Lieferumfang	CamediaMaster 2.5, Camedia- Suite incl. PhotoGenetics + Photoimp. 4.3,USB-/AV-Kab., 2 x CR-V3, 16 MB SM	Olympus CamediaMaster 2.5, CamediaSuite incl. PhotoGene- tics, USB-Kabel, 2 x CR-VR, 16 MB Karte,	16 MB SM, Kabel, Camedia Mastersoftware, Batterien	OlympusCamediaMaster 2.5, CamediaSuite, USB-Kabel, eine CR-V3 Lithium ,16 MB SM, Fernbedienung RM-1	CamediaMast. 2.5, CamediaSuite incl. PhotoGenetics + Photo- Imp. 4.3, USB-Kabel, Dos-Kabel AV-Kabel, 2 x CR-V3, 8 MB SM
erhältlich	ja	ja	Herbst 2001	ja	ja
UVP	3.499 DM	2.298 DM	1.398 DM	1.998 DM	1.998 DM











	la: 0.400	la	la	la	
Produkt	Olympus C-100	Pentacon Praktica DCZ 3.3	Pentacon Praktica DCZ 2.1	Pentacon Praktica DCZ 1.3	Pentax Optio 430
Optische Auflösung	1,31 Mio. Pixel-CCD/	3,3 Mio. Pixel-CCD/	2,1 Mio. Pixel-CCD/	1,3 Mio. Pixel CCD/	4,13 Mio. Pixel
	1.260 x 960 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.280 x 960 Pixel	
Empfindlichkeit	ISO 100-400	äquival. 100/200/400/800	äquival. ISO 100	äquival. ISO 100	automatisch ISO 100/200
Brennweite KB	35 mm	35-140 mm	34 mm	38 mm	37-111 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	60/25	16	20	30	0,4/ Makro: 0,14 bis 0,5 m
digitales Zoom	1,6x/2x (3x/4x)	2x	2x	2x	1-2x
Speichermedium	interner Speicher 1 MB/Smart-	CompactFlash Card (Typ 1)	8 MB eingebauter	8 MB eingebauter	CompactFlash
	Media		Speicher/CompactFlash I	Speicher/CompactFlash I	
Dateiformate	JPEG/Quick Time Modus JPEG	JPEG/TIFF/MPEG	JPEG	JPEG	JPEG/DCF/DPOF/AVI
Dateigröße	144 KB bis 0,62 MB	k. A.	k. A.	k. A.	bei 16 MB: max. Auflö.: ca. 7
Datentransfer/Schnittstelle	DC/USB	USB	USB	USB	NTSC/PAL/USB;/DC
Blitzsteuerung	Automatisch	4 Modi	Auto/Aufhellblitz/Blitz aus	Auto/Aufhellblitz/Biltz aus	Automatisch/Manuell
Zubehörschuh	AC-Adapter	-	-	-	-
Belichtungsmeßverfahren	ProgAut./digitales ESP/TTL	TTL (mittenbetont/spot)	TTL (mittenbetont)	TTL (mittenbetont)	TTL-Messung
Verschlußzeit	1/2-1/2000 Sek.	4-1/2000 Sek./ Man. bis 30 Sek.	1-1/1000 Sek.	1/15-1/1000 Sek.	1/2000 bis 2 Sekunden
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Max. Bilderfrequenz	1,3 B./Sek.	2 Sek.	unter 6 Sek.	2 Sek.	k. A.
Batterietyp	2 X CR-V3 LithBatt. /4 x AA	4 LR 6	4 LR 6	4 LR 6	LithIonen-Akkus / Netzteil
Maße B/H/T (mm)	123 x 65 x 44,5	115 x 71 x 65	106 x 70 x 52	105 x 66,5 x 48	92 x 59 x 31
Gewicht ohne Batterie	190 g	280 g	181 g	190 g	205 g
Lieferumfang	Olympus Camedia Master 2.5,	Batterie, Tasche, Tragegurt,	Batterie, Tasche, Tragegurt,	Batterie, Tasche, Tragegurt,	Wiederaufladb. LI-ION Akku,
	CamediaSuite incl. Photo Ge-	USB-Kabel, Software (Photo-	USB-Kabel, Software (Photo-	USB-Kabel, Software (Photo-	USB-Kabel, BattLadegerät,
	netics + PhotoImpact, USB-	suite)	suite)	suite)	Netzkab., Videokabel, Soft-
	Kabel, Batterien				ware S-SW2, Gurt, CF 16 MB
erhältlich	ja	ab November 2001	ab November 2001	ja	ab November 2001
UVP	499 DM	1.199 DM	599 DM	499 DM	1.999 DM

#### Digital Imaging i+fc













Olympus C-700 UZ	Olympus C-2040	Olympus C-200 Zoom	Olympus C-2	Olympus C-1 Zoom	Olympus C-1
2,11 Mio. Pixel-CCD/	2,11 Mio. Pixel-CCD/	2,11 Mio. Pixel-CCD/	2,14 Mio. Pixel CCD/	1,31 Mio. Pixel-CCD/	1,31 Mio. Pixel-CCD/
1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.208 Pixel	1.280 x 960 Pixel	1.280 x 960 Pixel
ISO 100/200/400/800 m./a.	k. A.	ISO 100-400 (aut. oder man.)	Automatisch ISO 100-400	Automatisch	Automatisch
38-380 mm	40-120 mm	35-105 mm	36 mm	38-114 mm	35 mm
60/10	80/20	80/20	50/10	50/20	50/10
Stufenlos 1x-2,7x	1x bis 2,5x	1x-3x	1,6x/2x/2,5x	1x-2x	Stufenlos 1x bis 2x
SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia
JPEG/TIFF/QuickTim.Mot./Wave	JPEG/TIFF/QuickTime Mot. JPEG	TIFF/JPEG	JPEG/QuickTime Motion JPEG	JPEG	JPEG
97 KB bis 5,76 MB	97 KB bis 5,76 MB	97 KB bis 5,76 MB	177 KB bis 1,45 MB	97 KB bis 1,0 MB	97 KB bis 1,0 MB
AC Adapter/USB/Video/Blitz	AC Adapter/USB/Video/Blitz	DC/USB/Video	DC/USB	DC/USB/Video	DC/USB/Video
FL-40 u. andere über BK-Kabel	X-Kontakt	Automatisch	Automatisch	Automatisch	Automatisch
AC-Adapter/Konverter/Blitz	AC-Adapter/Konverter/Blitz	AC-Adapter	AC-Adapter	AC-Adapter	AC-Adapter
Programm-/Zeit-/Blenden-Auto.	Programm-/Zeit- +Blendenaut.	Programmautomatik/digitales ESP	TTL-System-iESP-Autofocus	Programmauto./digit. ESP/TTL	Programmauto./TTL-Digital-ESP
16-1/1.000 Sek.	16-1/800 Sek.	1/2-1/1.000 Sek.	1/2-1/800 mit mech. Verschl.	1/2-1/1000 Sek.	1/2-1/1000 Sek.
ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
1,8 B./Sek./max. 6 B.	1,4 B./Sek. bei 18 B.	1,8 B./Sek./max. 45	1,2 B./Sek./max. 5 B.	2 B./Sek./max. 4	2 B./Sek.
2 x LB-01, 4x Nickel Hydride	4 x Nickel Hydrid oder 2 x AA	2xCR-V3 Lithium-Batterien	1 x Lithium Batt. LB-01 (CR.V3)	2xAA Nickel-Metall-Hydrid-Akk.	2 Nickel-Hydrid/2x AA
107,5 x 76 x 77,5	107,5 x 73,8 x 66,4	117,5 x 66,5 x 49,5	110 x 62 x 35	112 x 62 x 35	110 x 62 x 34
310,5 g	305 g	240 g	165 g	185 g	165 g
CamediaMaster 2.5, Camedia- Suite incl. PhotoGenetics + PhotoImpact, USB-Kabel, AV- Kabel, 4x Alkaline, 8 MB SM	Olympus CamediaMaster, USB, AV-Kabel, 4 x 1,5 V Batterien, 8 MB Karte	Olympus Camedia Master 2.5, CamediaSuite incl. Photo Ge- netics + PhotoImpact, 8 MB Karte, USB-Kabel, Batterien	Olympus Camedia Master 2.5, CamediaSuite incl. Photo Ge- netics + PhotoImpact, 16 MB SM, USB-Kabel, 2 AA	Olympus Camedia Master 2.5, CamediaSuite incl. Photo Ge- netics + PhotoImpact, USB- Kabel, AV-Kabel, Batterien	Olympus Camedia Master 2.5, CamediaSuite incl. Photo Ge- netics + PhotoImpact, USB-Ka- bel, AV-Kabel, Batterien
ja	ja	ja	ja	ja	ja
1.898 DM	1.498 DM	999 DM	699 DM	898 DM	698 DM













Pentax Optio 330	Pentax EI-100	Ricoh RDC-i700	Ricoh RDC-i500	Ricoh Caplio RR1	Ricoh Caplio RR 10
3,34 Mio. Pixel	1,31 Mio. Pixel	3.34 Mio. Pixel-CCD/ 2.048 x 1.536 Pixel	3.3 Mio. Pixel-CCD/ 2.048 x 1.536 Pixel	4.10 Mio. Pixel-CCD/ 2.272 x 1.704 Pixel	2.100.000 Mio. Pixel
Automatisch ISO 100/200	Automatisch ISO 100-400	ISO 200/400	ISO 200/400/800	ISO 200/400	ISO 200/400
37-111 mm	42 mm	35-105 mm	35-105 mm	35-105 mm	38-76 mm
0,4/0,14 bis 0,5 m Makro	6/3	1-24	1-24	1-24	4-14
-	2x/4x	1,28x/1,6x/3,2x	1,3x/1,6x/3,2x	3x	2x
CompactFlash	CompactFlash	CompactFlash/Microdrive	CompactFlash/Microdrive	SmartMedia/Intern 8 MB	SD Memory Card
JPEG/ DCF/DPOF/Video: AVI	JPEG	JPEG/TIFF/AVI/WAV	JPEG/TIFF/AVI/WAV	JPEG/TIFF/AVI/WAV	JPEG/TIFF/AVI/WAV
bei 16 MB: max. Auflös.: 10	bei 8 MB: max. Auflös.: 16	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
NTSC/PAL/USB/DC	NTSC/PAL; USB; DC	USB/Seriell	USB	USB	USB
Automatisch/Manuell	Automatisch/Manuell	Automatisch	Automatisch	Automatisch	Automatisch
-	-	-	-	-	-
TTL-Messung	TTL-Messung	TTL-CCD	TTL-CCD	TTL-CCD	TTL-CCD
1/2000 bis 15 Sekunden	1/800 - 1/10 Sekunde	8, 4, 2, 1-1/1000 Sek. (Foto)	8, 4, 2, 1-1/2000 Sek. (Foto)	8,4,2, 1-1/2000 Sek.	4, 2, 1-1/1000 Sek. (Foto)
ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	nein/ja
1 Bild/Sek. bei max. 4 Sek.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Lithlonen-Akkus/Netzteil	4 AA-Lithium; Ni-MH	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku
92 x 59 x 31	105 x 67 x 48	157 x 33 x 93	141,9 x 30,3 x 78,2	135, 4 x 26,6 x 74	116,8 x 53,8 x 29,5
205 g	190 g	450 g	295 g	270 g	172 g
Wiederaufladb. LI-ION Akku, USB-Kab., BattLadegerät, Netzkabel, Videokabel, Soft- ware S-SW2, Gurt, CF16 MB	USB-Kabel I-USB4, Software CD-ROM S-SW4, Gurt O-ST4, 8 MB-Speicher-Karte	USB-, Serielles-Kabel, Akku, Ladegerät, Handschlaufe, Soft- ware	USB-Kabel, Akku, Ladegerät, Handschlaufe, Software	Akku, Ladegerät, Kabel, SM Card, Tasche	Akku, Ladegerät, Kabel, Ta- sche, CD + eingebauter MP3 Player
seit Ende August 2001	seit August 2001	ja	ja	ja	ja
1.499 DM	549 DM	2.999 DM	1.999 DM	1.999 DM	999 DM











Produkt	Rollei d 41 com	Rollei d 33 com	Samsung Digimax 210	Samsung Digimax 200	Samsung Digimax 130
Optische Auflösung	2.272 x 1.704 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	2,1 Mio. Pixel-CCD/ 1.600 x 1.200 Pixel	2 Mio. Pixel-CCD/ 1.600 x 1.200 Pixel	1,3 Mio. Pixel-CCD/ 1.280 x 960 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100	ISO 100	k. A.	k. A.	k. A.
Brennweite KB	38-114 mm	38-114 mm	38-115 mm	36 mm	42,5 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	8	8	20-80	20-100	60/30
digitales Zoom	2x	2x	2x	2x	2x
Speichermedium	CompactFlash Typ I	CompactFlash Typ I	CompactFlash	SmartMedia	CompactFlash
Dateiformate	JPEG	JPEG	JPEG/TIFF	JPEG	JPEG
Dateigröße	k. A.	k. A.	je nach Komprimierung	je nach Komprimierung	je nach Komprimierung
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB	USB
Blitzsteuerung	automatisch	automatisch	automatisch	automatisch	automatisch
Zubehörschuh	-	-	-	-	-
Belichtungsmeßverfahren	Mittenbetont/Spot	Mittenbetont/Spot	Programmautomatik	Programmautomatik	Programmautomatik
Verschlußzeit	2-1/500 Sek.	2-1/500 Sek.	1/2-1/1000 Sek.	2-1/4000 Sek.	1/10-1/520 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja 1,8"	ja/ja 1,8"	ja/ja	ja/ja	ja/ja
Max. Bilderfrequenz	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Batterietyp	AA	AA	4 AA Alkaline	2 AA Alkaline	4 AA Alkaline
Maße B/H/T (mm)	116 x 73 x 62	116 x 73 x 62	114 x 71 x 56	103 x 69 x 40	105 x 66,5 x 48
Gewicht ohne Batterie	280 g	280 g	285 g	215 g	285 g
Lieferumfang	Adobe PhotoDeluxe Win + Mac, Treiber, 16 MB Speicher- karte, USB- + Videokabel, Tasche, Batterien	Adobe PhotoDeluxe Win + Mac, Treiber, 16 MB Speicher- karte, USB- + Videokabel, Tasche, Batterien	Tasche, Batterien, USB-Kabel, Video-Kabel, Software, 8 MB CompactFlash	Tasche, Batterie, USB-Kabel, Video-Kabel, Software, 8 MB SmartMedia	Tasche, Batterien, USB-Kabel, Video-Kabel, Software, 8 MB eingebaut
erhältlich	November 2001	Oktober 2001	ja	ja	ja
UVP	1.854 DM	1.365 DM	449 € (= 878,17 DM)	319 € (= 623,91 DM)	249 € (= 487 DM)











Produkt	Sony DSC-P5	Sony DSC-P50	Sony MVC-FD97	Sony MVC-CD300	Sony MVC-CD200
Optische Auflösung	3,2 Mio. Pixel/	2,11 Mio. Pixel-CCD/	2,1 Mio. Pixel-CCD/	3,34 Mio. Pixel-CCD/	2,11 Mio. Pixel-CCD/
	2.048 x 1.536 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	1.600 x 1.200 Pixel
Empfindlichkeit	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	ISO 100	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400
Brennweite KB	39-117 mm	41-123 mm	40-400 mm	34-102 mm	34-102 mm
Mindestabstand/Makro (cm)	50/10	50/3	25/2	50/4	50/4
ligitales Zoom	6x	6x	20x	6x	6x
Speichermedium	Memory Stick	Memory Stick	Memory Stick, 3,5" Diskette	CD-RW, CD-R	CD-RW, CD-R
Dateiformate	JPEG/TIFF/GIF/MPEG1	JPEG/TIFF/GIF/MPEG1	JPEG/TIFF/GIF/MPEG1	JPEG/TIFF/GIF/MPEG1	JPEG/TIFF/GIF/MPEG1
Dateigröße	1,2-1,4 MB	ca. 800 KB	ca. 800 KB	1,2-1,4 MB	ca. 800 KB
Datentransfer/Schnittstelle	USB	USB	USB	USB	USB
Blitzsteuerung	Automatisch	Automatisch	Automatisch	Automatisch	Automatisch
Zubehörschuh	-	-	ja	ja	ja
Belichtungsmeßverfahren	Integral/Spot	Integral/Spot	Integral/Spot	Integral/Spot	Integral/Spot
/erschlußzeit	2-1/2.000 Sek.	Auto	8-1/500 Sek.	8-1/1.000 Sek.	8-1/1.000 Sek.
Opt. Sucher/Monitor	ja/ja	nein/ja	ja/ja	nein/ja	nein/ja
Max. Bilderfrequenz	2	-	-	3 B.	-
Batterietyp	Lithium-Ionen-Akku	Mignon-Batterien	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Litlium-Ionen-Akku
Лаße B/H/T (mm)	112,5 x 53,8 x 36,2	142,6 x 103 x 78,6	126,3 x 124,6 x 184,2	143 x 92 x 94	143 x 92 x 89
Gewicht ohne Batterie	185 g	214 g	870 g	538 g	499 g
ieferumfang	Akku, Ladeadapter, 8 MB MemoryStick	2 Mignon-Batterien, 4 MB MemoryStick	Akku, Ladeadapter	Akku, Ladeadapter, CD-RW, CD-R	Akku, Ladeadapter, CD-RW CD-R
erhältlich	Oktober 2001	Mai 2001	April 2001	Juni 2001	Juni 2001
IVP	1.799 DM	999 DM	2.599 DM	2.899 DM	2.299 DM













Sanyo VPC-MZ1EX	Sanyo IDC-1000Z	Sanyo VPC-R1EX	Sony DSC-F707	Sony DSC-S85	Sony DSC-S75
2,1 Mio. Pixel	1,5 Mio. Pixel	1,3 Mio. Pixel	5 Mio. Pixel-CCD/	4 Mio. Pixel-CCD/	3,34 Mio. Pixel-CCD/
			2.560 x 1.920 Pixel	2.272 x 1.704 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel
ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	k. A.	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400
35-98 mm	38-114 mm	38 mm	38-190 mm	34-102 mm	34-102 mm
10-50	3-60	10-50	25/2	25/4	25/4
max. 5x	max. 4x	max. 4x	10x	6x	6x
Compactflash II/	ID Photo (730 MB)	CompactFlash	Memory Stick	Memory Stick	Memory Stick
IBM Microdrive					
JPEG/TIFF/WAV	JPEG/TIFF/WAV	JPEG	JPEG/TIFF/GIF/MPEG1	JPEG/TIFF/GIF/MPEG1	JPEG/TIFF/GIF/MPEG1
8 MB	730 MB	2 MB/8 MB	über 2 MB	1,5-1,8 MB	1,2-1,4 MB
AV/USB	AV/USB/FireWire IEEE	USB	USB	USB	USB
Eingebaut	Eingebaut	Eingebaut	TTL	Automatisch	Automatisch
-	-	-	ja	ja	ja
Mittenbetont	Multifeldmessung mittenbetont	Mittenbetont	Inte./Spot/Mehrf. (49 Felder)	Integral/Spot	Integral/Spot
16-1/1.000 Sek.	16-1/500 Sek.	1/4-1.000 Sek.	8-1/1.000 Sek.	8-1/1.000 Sek.	8-1/1.000 Sek.
ja/1,8" LCD	1,8" LCD	ja/2,8" LCD	ja/ja	ja/ja	ja
30/Sek.	30/Sek.	15/Sek.	3 B.	3 B.	2 B.
Ni-MH-Akkus	Li-Ionen-Akku	Ni-MH Akkus	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku	Lithium-Ionen-Akku
106 x 63 x 41	93 x 88 x 139	120 x 60 x 40	119,5 x 68,9 x 101	117 x 71 x 64	117 x 71 x 64
230 g	575 g	200 g	594 g	352 g	316 g
CF, MGI + Utility Software,	Utility + MGI Software, Adobe,	Utility Software, Tragekordel,	Akku, Ladeadapter, 16 MB	Akku, Ladeadapter, 16 MB	Akku, Ladeadapter, 8 MB
Tasche, Kordel, USB-Kabel,	ID Photo Card, USB- + Fire-	USB-Kabel, Batterien	Memory Stick	Memory Stick	MemoryStick
2 Sätze Akkus	Wirekabel, Akku, Ladegerät,				
	Fernbedienung				
November 2001	ja	Dezember 2001	Oktober 2001	Juli 2001	Mai 2001
1.299 DM	2.999 DM	499 DM	3.199 DM	2.299 DM	1.999 DM













	I	I	I	I	I
Toshiba PDR-M81	Toshiba PDR-M70	Toshiba PDR-M71	Toshiba PDR-M25	Voigtländer digital 2.11	Yashica Kyocera Finecam S3
4,2 Mio. Pixel-CCD/	3,3 Mio. Pixel-CCD/	3,2 Mio. Pixel-CCD/	2,2 Mio. Pixel-CCD/	2,1 Mio. Pixel	3, 34 Mio. Pixel-CCD
2.400 x 1.600 Pixel	2.048 x 1536 Pixel	2.048 x 1.536 Pixel	1.792 x 1.200 Pixel		(3,24 aktiv)
ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	ISO 100/200/400	ISO 100	Normal/ 2x/4x
35-100 mm	35-105 mm	35-100 mm	38-114 mm	40-120 mm	38-76 mm
10	5	10	15	20	6
2,2x	2x	2,2x	2x	2x	2x
Smart Media	SmartMedia	SmartMedia	SmartMedia	SD Memory Card/ MultiMedia Card	MultiMedia Card/SD Card
JPEG	JPEG	JPEG	JPEG	TIFF/JPEG/Motion JPEG	JPEG/TIFF
k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	TIFF: 9 MB
USB	USB	USB	USB	USB	über Card Reader USB
Automatisch/Manuell Fill-In	Automatisch/Manuell Fill-In	Automatisch/Manuell Fill-In	Automatisch/Manuell Fill-In	Automatisch	Sensorsteuerung
-	-	-	-	-	-
Spot/Matrix	Matrix 256 Zonen	Spot/Matrix	Matrix	Automatisch	Mehrfeld/Integral/Spot
15-1/1000 Sek.	60-1/1.000 Sek.	15- 1/1.000 Sek.	1/2-1/1.000 Sek.	2-1/2.000 Sek.	1/2.000-1Sek. + 2, 4, 8 Sek.
ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja	ja/ja
1.25 B./Sek.	1,25 B./Sek	1,25 B./Sek.	0,5 B./Sek.	k. A.	15 B./Sek. (AVI)
4 x AA	Lithium-Ionen-Akku	4 x AA	4 X AA	2 x AA	Lithium 3,6 V/800 mAh
107 x 71 x 47	116 x 76 x 62	107 x 71 x 47	105 x 67 x 55	100,8 x 64 x 42,8	87 x 55 x 30
240 g	340 g	240 g	250 g	175 g	160 g
Tasche, Software, Kabel, 8 MB SM		Tasche, Software, Kabel, 8 MB SM	Software, Kabel, 8 MB SM	k. A.	Card Reader (USB), Akku, Ladestecker, Videokabel, 16 MB MMC
August 2001	August 2000	Oktober 2001	November 2001	Oktober 2001	ja
2.299 DM	2.299 DM	1.699 DM	999 DM	999 DM	1.498 DM

## Large Format Printer Kodak Professional 5260

## Tempo plus Bildqualität

Mit dem Professional 5260 Inkjet Printer stellt Kodak das erste Modell einer neuen Serie großformatiger Hochgeschwindigkeits-Inkjetdrucker vor. Zu dem Großformatprinter, der eine komplette Eigenentwicklung Kodaks ist, wurden auch ein neues Fotopapier sowie die passenden Tinten angekündigt.

Obwohl die mit dem Kodak Professional 5260 Inkjet Printer anvisierte Anwendergruppe eher im professionellen Bereich, d.h. in Druckbetrieben mit hohem Durchsatz, zu suchen sein wird, lohnt es sich trotzdem, das erste komplett in Eigenentwicklung konzipierte Drucksystem des Unternehmens unter die Lupe zu nehmen. Es ist das Ergebnis jahrelanger Forschungen im Bereich der Inkjettechnik, im Hinblick sowohl auf Tinten und Beschichtungen als auch auf Druckköpfe und deren Ansteuerung.

Der Kodak Large Format Printer verfügt über einen Piezo-Inkjet-Druckkopf für zweimal sechs Farben. Insgesamt stehen 600 Düsen für den Ausdruck zur Verfügung, die maximale Auflösung beträgt 1.200 dpi. Der Drucker ist in

der Lage, die Größe der Tintentropfen innerhalb eines Motivs zu variieren. Mit diesem Verfahren-von Kodak als "Dynamic Con-

tone Modus" bezeichnet – stehen fünf verschiedene Tröpfchengrößen (von 8 bis 67 Picolitern) zur Verfügung. Die Größe der Tintentröpfchen wird dabei automatisch Pixel für Pixel den Gegebenheiten des auszudruckenden Motivs angepaßt. Zu den zum Einsatz kommenden Farben zählen Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz sowie Light-Cyan und Light-Magenta.

Das Ergebnis ist eine herausragende Geschwindigkeit in Kombination mit einer hohen Bildqualität. So bietet der Drucker ein Tempo von bis zu 45 qm pro Stunde bei einer Auflösung von 300 dpi und einer "optischen Auflösung", die noch drei- bis viermal höher liegt. Aber auch im herkömmlichen 600 dpi-Modus beträgt die Druckgeschwindigkeit immerhin noch 27 qm pro Stunde. Bei der Entwicklung des neuen Druckers hat Kodak alle verfügbaren Forschungs- und Entwicklungsressourcen genutzt, um die einzelnen

Komponenten des Systems (Drucker, Inkjet-Tinten und Medien) optimal aufeinander abzustimmen.

So kann der Kodak Professional 5260 Inkjet Printer sowohl mit Tinten auf Farbstoffbasis als auch auf Pigmentbasis eingesetzt werden. Er eignet sich für großformatige Inkjetdrucke für den Innen- und Außenbereich, mit einer breiten Palette von Medien wie z. B. Fotopapier, Film, Venyl und Stoff. Der Drucker kann Medien oder Bedruckstoffe bis zu einer Breite von 1,575 Metern bedrucken.

Damit trotz der hohen Geschwindigkeit, mit der der Drucker arbeitet, eine hohe Fotogualität erzielt werden kann, hat Kodak Professional das Instant-Dry-Fotopapier vorgestellt, das speziell für den Einsatz im 5260 Inkjet Printer entwickelt worden ist, aber auch in anderen Inkjet-Druckern eingesetzt werden kann. Das neue Papier verfügt laut Aussage von Kodak über die Qualität, die mit speziellen fotografischen Papieren erreicht wird, bietet aber gleichzeitig eine hohe Saugfähigkeit, so daß es extrem kurze Trocknungszeiten der Tinten ermöglicht. Das Fotopapier Kodak Professional Instant-Dry ist in den Oberflächen Satin und Glanz erhältlich. Das Unternehmen betont, daß beim Einsatz dieses neuen Papieres mit Tinten auf Farbstoffbasis sogar die Lebensdauer, bezogen auf die Lichtbeständigkeit vergleichbarer Piezo-Drucke, übertroffen werden könnte. Der für eine schnelle Übertragung der Daten mit einer FireWire-Schnittstelle (IEEE 1394) ausgestattete Kodak Professional 5260 Inkjet Printer ist ab

diesem Monat lieferbar und kostet

32.500 Euro.



Zusammen mit dem neuen Großformatdrucker hat Kodak auch die dazu passenden Papiere und Tinten vorgestellt. Die modularen Tintenbehälter fassen jeweils einen Liter und können dank eingebauter Zwischentanks im laufenden Betrieb gewechselt werden.

#### i+fc Neuheiten Digital Imaging

#### ScanMaker 3800

Mit 48 Bit Farbtiefe, 1,200 x 600 ppi Auflösung und einem neuen Design eignet sich der ScanMaker 3800 für Büro und Zuhause. Dank seines neuartigen EDGE Designs in Verbindung mit der hochwertigen CCD-Technologie schafft der ScanMaker 3800 Platz auf heimischen Schreibtischen ganz ohne Qualitätsverluste. Weitere schlagkräftige Argumente sind seine 48 Bit Farbtiefe, 1.200 x 600 ppi Auflösung sowie ein erschwinglicher Preis von 99 Euro inkl. MwSt. Fünf Buttons im Gehäuse vereinfachen die üblichen Scan-Abläufe, ein optionaler 35 mm-Durchlichtaufsatz ermöglicht auch die Verarbeitung von Dias und Filmstreifen, und ein vielseitiges Softwarepaket rundet das Angebot ab. 25 Prozent mehr Platz auf dem Schreibtisch ohne Qualitätsverluste – darüber kann sich der Anwender in Zukunft beim ScanMaker 3800 freuen. Mit dem speziell entwickelten EDGE-Design läßt sich die CCD-Technologie auch in extrem flachen Scannern einsetzen. Die hohe Scanqualität bleibt damit gewährleistet. Im Vergleich zu den Vorgängermodellen ScanMaker 3600 und 3700 erreicht er eine um das Vierfache gesteigerte Geschwindigkeit. Dazu können vier Fotos in einem Vorgang bearbeitet



und bei Bedarf sogar als separate Dateien behandelt werden. Für exzellente Ergebnisse sorgen die echten 48 Bit Farbtiefe, eine Auflösung von 1.200 x 600 ppi sowie ein umfangreiches Software-Paket – allen voran Microteks Scan Wizard, das neben Batch-Scanning-Funktionen auch eine OCR-Verarbeitung bietet. Der Anwender kann aber auch auf Adobe PhotoDeluxe, PhotoShop 5 LE, Abbyy FineReader Sprint OCR, Ulead Photo Explorer oder Trellix Web ME zugreifen. In der Handhabung erweist sich der ScanMaker 3800 gewohnt unkompliziert, denn über fünf Buttons im Gehäuse lassen sich die wichtigsten Funktionen einfach per Knopfdruck ausführen. So können beispielsweise eingescannte Bilder direkt ins Web übertragen, an E-Mails angehängt oder Dokumente in Word-, Excel- oder PDF-Dateien umgewandelt werden. Ein spezielles FlexScan Lid macht zudem das Einscannen von dreidimensionalen Objekten bzw. Büchern möglich, denn der bewegliche Deckel paßt sich bei Bedarf der Vorlagengröße an. Optional ist darüber hinaus ein 35 mm-Durchlichtaufsatz erhältlich, mit dem sich Dias und Filmstreifen verarbeiten lassen. Mit dem ScanMaker 3800 hat der Anwender jetzt noch länger Freude an seinem Scanner, denn die Garantiezeit wurde von einem auf zwei Jahre erhöht.

# Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

#### J. H. Annacker Gmb)

50678 Köln, Josephstr. 33 • 50442 Köln, Postf. 10 02 42 • 02 21 / 31 10 77 • Fax 02 21 / 33 11 64

#### Batavia

Multimedia AG

94113 Tiefenbach, Niedernhart 1

• 0 85 46 / 9 19 - 0 • Fax 0 85 46 / 9 19 - 144

#### Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51 • 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55 e-mail: bremaphot@t-online.de • www.bremaphot.de

#### Dominik Dinkel<sub>ss</sub>

80336 München • Landwehrstr. 6
• 0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59

www.dinkel-foto.de

#### Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5 • 03 82 04 / 686 - 0 • Fax 03 82 04 / 686 - 90 e-mail: info@hansephot.de • www.hansephot.de

#### Kleffel + Aye

(GmbH & Co.)

#### **Photo Universa**

Kleiber GmbH & Co. KG

70736 Fellbach, Max-Planck-Str. 28 • 70708 Fellbach, Postf. 18 04 • 07 11 / 9 57 60 - 0 • Fax 07 11 / 9 57 60 - 40

#### Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

26133 Oldenburg, Meerweg 30 - 32 • 26042 Oldenburg, Postf. 52 40 • 04 41 / 4 80 91 77 • Fax 04 41 / 48 09 183

Ihre Fachberater für den Einkauf in 2001

#### i+fc Neuheiten Digital Imaging

#### HP bietet Produkte im Paket für das Digital Imaging

Hewlett-Packard stellt seine aktuellen Bundles im Bereich der digitalen Bildbearbeitung vor: zwei "Doppel" zum Drucken, Scannen und Fotografieren, die speziell auf die Bedürfnisse von Einsteigern abgestimmt sind. Im ersten Bundle wurden der HP Scanjet 2200C und der HP Deskjet 845C zusammengefaßt. Der HP Scanjet 2200C bietet eine Auflösung von 600 dpi und eine 42-Bit-Farbtiefe. Der flüsterleise HP Deskjet 845C mit HP Photo-Ret II Precision Technologie vervollständigt das Doppel. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Paket beträgt 319 DM. Das zweite Bundle besteht aus der HP Photosmart Kamera 318 und dem HP Photosmart Drucker 1115. Die Digitalkamera mit 2,3 Megapixeln hat einen zweifachen Digitalzoom und Autofocus. Zusammen mit dem HP Photosmart 1115, mit zwei Steckplätzen für Memory-Karten und einer 16 MB CompactFlash-Karte, ist dieses Paket das perfekte Team für die digitale Bildbearbeitung. Der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis beträgt 1.199 DM. Beide Pakete sind seit dem 1. Oktober erhältlich.

#### Kodak Professional DCS Pro Back Plus

Kodak hat eine neue Version des Kodak Professional DCS Pro Back angekündigt. Das zur Hasselblad 555 ELD und der Mamiya RZ 67 Pro II Kamera kompatible Pro Back ist in der neuen Version Professional DCS Pro Back Plus dank einer neuen Schnittstelle zu weiteren Mittel- und Großformat Kameras kompatibel. Das DCS Pro Back Plus mit seinem 16 Megapixel Sensor liefert 48 Megabyte große RGB Bilddateien und ist insbesondere für anspruchsvolle Profifotografie konzipiert. Es kann an folgende Kameras angeschlossen werden: Hasselblad 533 ELD, Hasselblad 503, Mechanische Hasselblads, Bronica, Fuji 680, Sinar, Horseman, Toyo, Arca Swiss, Cambo, DigiFlex und Silvestri. Weitere detaillierte Informationen über die Interface-Möglichkeiten zum Anschluß des DCS Pro Back an die verschiedenen Kameras stellt Kodak auf der Internetseite Kodak.com zur Verfügung.

"Mit dem DCS Pro Back Plus verschmilzt die analoge Profifotografie mit der digitalen Speicherungstechnik zu einer Einheit. Jetzt kann annährend jeder Mittelformat-Kameraanwender mit elektronischem Auslöser sowie Anwender anderer Kameras von den Vorzügen des 16-Megapixel Sensors profitieren", so Uwe Keller, Product Business Manager Photosysteme Kodak Professional Europa. Zu den Features, die das DCS Pro Back bietet, zählen ein schwenkbares LC-Display mit Histogrammfunktion, Speicherung auf CompactFlash-Karten und auf IBM-Microdrive und eine Software der neuesten Generation für die Workflow-Optimierung. Der 16 Megapixel ITO-Full-Frame Sensor des DCS Pro Back bietet mehr als die doppelte Auflösung im Vergleich zu anderen Mittelformat-Rückteilen. Die unverbindliche Preisempfehlung für das DCS Pro Back Plus beträgt 48.800 DM zzgl. Mehrwertsteuer.

#### Sony senkt Preise für Memory Stick und Digitalkameras

Pünktlich zum bevorstehenden Weihnachtsgeschäft senkt Sonv die Preise für die Flashspeicherkarte Memory Stick und für zwei hochwertige Digitalkameras. Der meistverkaufte Memory Stick mit 64 MB Speicherkapazität wird in Zukunft statt 239 DM nur noch 169 DM kosten. Der Preis der Digitalkamera DSC-S85 mit 4-Megapixel-CCD sinkt von 2.599 DM auf 2.299 DM, und die Cyber-shot DSC-P50 ist in Kürze für 999 DM erhältlich (vorher 1.199 DM). Nach Ansicht von Sony ist im stark umkämpften Markt der Flashspeicherkarten eine derartige Preissenkung von großer Bedeutung: Sie werde sowohl den Digitalkameras als auch dem Memory Stick deutlich Auftrieb geben.

#### Fujifilm Digitalshow 2001

Vom 25.08. 2001 bis zum 18.10. 2001 tourte Fujifilm zusammen mit Eurocolor durch die Lande. In insgesamt neun deutschen Städten präsentierte Fujifilm seine Palette der Digital Imaging Services, kurz: FDi, und zeigte in diesem

Rahmen auch die digi-Fotofinishingtalen Dienstleistungen, das Tochterunternehmen Eurocolor ergänzend hinzufügt. Es war die erste Veranstaltung dieser Art, auf der Fujifilm die gesamte Palette des digitalen Dienstleistungsangebots Unternehmens auf einer Städtetour den Händlern nahe brachte. Zu sehen gab es von der Digitalkamerapalette des



Viele der Besucher der Fujifilm Digital Show 2001 zeigten großes Interesse an dem neuen Minilab Frontier 330 von Fujifilm.

Unternehmens, über die verschiedenen Annahmestationen für digitale Bilddaten wie Self-Service-Terminals, D-PrintStation, Digital Photo Center und das Eurocolor order-it-Terminal, bis hin zum neuesten Frontier-Minilab alles, was das Herz des an digitalen Bilddienstleistungen interessierten Händlers begehrt. Nach Aussage der Fujifilm-Pressesprecherin Petra Fujiwara war die Tour ein voller Erfolg. Allein in Neuss informierten sich an einem Tag zirka 110 Händler über das Angebot. Fernab von jeglicher Messehektik erkundeten sie die Produkt- und Dienstleistungspalette, ließen sich von Eurocolor-Außendienstmitarbeiterin Uta Ross die einfache Bedienbarkeit des Eurocolor-Terminals demonstrieren oder beobachteten einen Profifotografen bei der Arbeit an der digitalen Portraitstation von Fujifilm. Großes Interesse erregte auch das neue Digital Minilab Frontier 330 des Hauses. Es ist das kompakteste voll digitale Minilab des Unternehmens. Es bietet die gleichen voll digitalen Bildtechnologien der früheren Frontier-Modelle, dies aber in einem besonders praktischen und platzsparenden Design.



## profi-contact

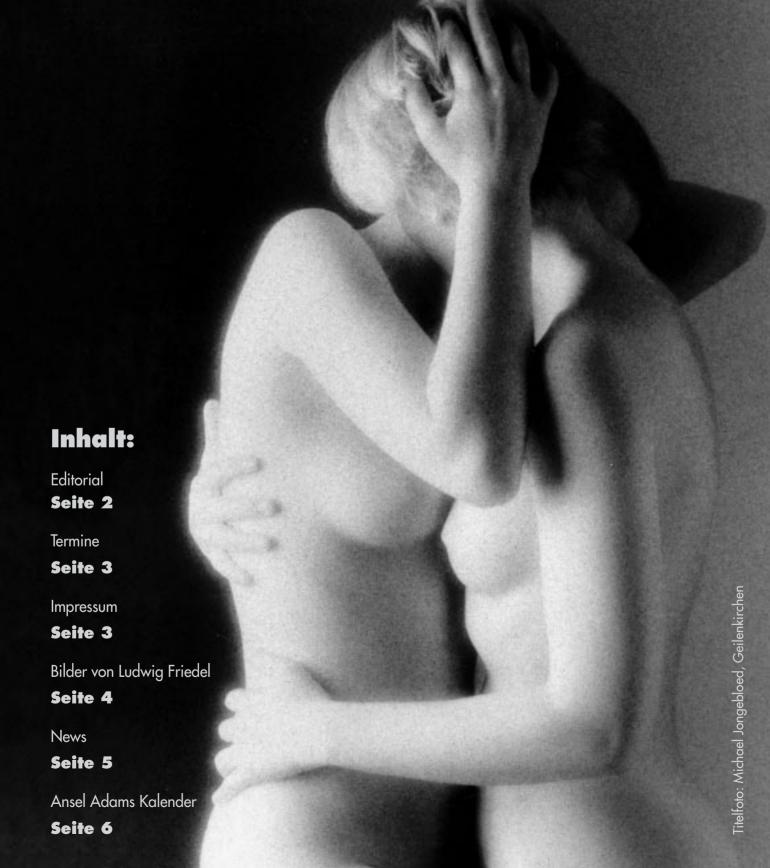
Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände







11/2001



#### Herbstwochenende in Hamburg

Der APPI Nord veranstaltet am 10./11. November sein traditionelles Herbsttreffen. Ort der gemütlichen Zusammenkunft ist das Best Western Hotel Schmökerhof in Hamburg. Verbunden ist das Treffen mit einem Besuch bei Nordfoto, wo die Teilnehmer über digitale Porträtfotografie anhand von Porträtsystemen informiert werden. Der Kostenbeitrag liegt pro Person bei 145 Mark im Doppelzimmer inkl. Verpflegung. Anmeldungen per Fax an 040/8993469.

#### Digital in Passau

Willi Wagner, Regionalleiter des APPI Süd, hatte zu einem Arbeitskreis Digitale Fotografie ins Studio Kaps in Passau eingeladen. Den rund 45 Teilnehmern wurde ein interessantes, abwechslungsreiches Programm geboten. Die Teams von Foto Kaps und Konrad & Neumann demonstrierten digitale Fotografie mit dem Phase-One Rückteil und der FinePix S1, und Harald Brune (Fujifilm) stellte die neue digita-



Ein interessiertes Auditorium folgte den Ausführungen von Harald Brune, Fujifilm, der die neue digitale Porträtstation vorstellte.

Foto: Willi Wagner

le Porträtstation vor. Außerdem gaben eine Reihe namhafter Referenten nützliche Tips und Anregungen zum Umgang mit Photoshop, Datenschutz sowie zum Thema "Wohin mit den Daten". Die Veranstaltung endete mit einem regen Gedankenaustausch.

Auch am 18. November findet im Süden wieder ein Treffen statt, diesmal im Studio Löfflad, das seit knapp eineinhalb Jahren die Produktion komplett auf digitale Aufnahme, Verarbeitung und Bildausgabe umgestellt hat. Die daraus entstandenen Vorteile, aber auch Frustrationen und deren Lösungen, sind Inhalte des Seminars. Ferner gibt es viele nützliche Tips zu Equipment, Software und Verkaufsförderung. Der Workshop ist für APPI-Mit-

glieder kostenlos, Nichtmitglieder zahlen 300,- DM. Weitere Infos und Anmeldungen bei Willi Wagner, Telefon 08841/5050, Fax 08841/47922.

#### **Jahresahschluß** für APPI-Junioren

Am Sonntag, dem 11. November treffen sich die Junioren des APPI zu einem zünftigen Jahresabschluß-Brunch in Münster. Treffpunkt ist das Café Extrablatt, Salzstraße 7. Wer will, kann abschließend einen Bummel über den bekannt schönen Weihnachtsmarkt machen. Die Veranstaltung ist für APPI Mitglieder kostenlos; Nichtmitglieder zahlen 50.- DM. Anmeldungen beim Juniorenwart Michael Jongebloed unter 02451/5155.

#### **Contest Best of Digital Arts...**

...lautet das Motto des professionellen Wettbewerbs, zu dem evelike alle Fotografen weltweit aufruft. Einsendeschluß ist der 21. Januar 2002. Zu gewinnen gibt es Warengutscheine in Höhe von 4.000,-, 3.000,- und 1.000,-DM. Die digitalen Bilder können ab sofort auf der Website www.evelike.com abgelegt werden, dort gibt es auch detaillierte Informationen zu dem Wetthewerb.

#### Manfred Grünwald stellt in Krefeld aus

Manfred Grünwald, Obermeister der Innung Düsseldorf, zeigt vom 8.11. bis 13. 1. 2002 seine Bilder "Dale Chihuly at the Tower of David Museum". Die Ausstellung findet in der Fotogalerie der Fabrik Heeder, Virchowstraße 130 (Eingang B), 47805 Krefeld statt und ist geöffnet montags bis mittwochs 8 bis 16 Uhr, donnerstags bis 17:30 Uhr und freitags bis 12:30 Uhr. Der Eintritt ist selbstverständlich kostenlos.

Die Ausstellung wird am 8. November um 19 Uhr durch Prof. Dr. Rolf Sachsse, Bonn, eröffnet. Auskünfte unter der Ruf-Nummer 02151/33262.

#### Neue Wege – neue Kunden

Die digitale Fotografie bietet enorme Chancen, sowohl neue, junge Kunden zu gewinnen als auch die inzwischen "fotomüden" alten Kunden neu zu



motivieren. Wie, verrät das Foto-Studio Karl Zirenner, Pforzheim, seinen Kollegen. Hier können Seminare für Einzelpersonen oder auch kleine Gruppen gebucht werden, die sich nicht nur mit Photoshop und digitalem Equipment beschäftigen, sondern auch mit gestalterischen und marktstrategischen Aspekten.

Weitere Bilder werden im Internet unter www.zirenner.de gezeigt. Zur ersten Kontaktaufnahme steht ebenfalls die Homepage zur Verfügung.

#### Impressum: profi-contact

Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände

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

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

aph: Holstenwall 12, 20355 Hamburg Telefon 040/357446-0. Telefax: 040/357446-50 Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen

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

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

Verlagsleitung: H. J. Blömer, Eleonore Blömer.

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

Ständige redaktionelle Mitarbeit: Bundesinnungsmeister Tom Pochert, DGPh; Rolf Hartenfels

Grafik und Herstellung: Detlef Gruss; Anzeigen: Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich); Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 28. Vertrieb: Karin Engemann. profi-contact erscheint im imaging+fotocontact, der größten Fachzeitschrift der Fotobranche. zum 1. des Monats, außer am 1. Januar, Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

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

#### Bilder von Ludwig Friedel

Die Galerie Farbraum in Darmstadt war die erste Station von 23 großformatigen Bildern von Ludwig Friedel, der seit 30 Jahren in Darmstadt lebt. Als Grundlage dienten Kleinbilddias, alle mit Leica Kameras fotografiert, die der heute 84jährige Fotograf auf seinen Reisen rund um die Welt gemacht hat. Als Motive dienten dem sympathischen Ruheständler sowohl Details und Strukturen als auch großflächige Formen und Farben, bei denen den abgebildeten Personen nur eine Statistenrolle zuteil wurde. Als faszinierend kann der morbide Charme der Bilder bezeichnet werden, der sich wie ein roter Faden durch alle Werke zieht.

In enger Zusammenarbeit zwischen dem Fotografen und Galeristen Gerd Ohlhauser entstanden großformatige, beeindruckende Fotomalereien.

Als Grundlage dienten die Original-Dias, die hochauflösend eingescannt, auf einem Großformat-Tintenstrahldrucker auf Canvas-Leinen ausgedruckt, auf Spannrahmen gezogen und schließlich wie Gemälde präsentiert wurden. Einige Fotos wurden in Ausschnitte "zerlegt" und als Bilderlandschaft präsentiert, bei denen jedes Bild



Oben: Für die Bilderlandschaft wurde eine Aufnahme in mehrere einzelne Bildelemente "zerlegt". Unten links: Der 84jährige Fotograf Ludwig Friedel war mit den Ergebnissen seiner manipulierten Dias sehr zufrieden. Unten rechts: Der Galerist Gerd Ohlhauser war von dem morbiden Charme der Bilder Fotos: Jürgen Günther



auch als einzelnes Kunstwerk zu betrachten war.

Die Bilder sollen demnächst auch in



München zu sehen sein. Den genauen Termin werden wir rechtzeitig bekanntgeben.

#### **Colour Art Photo** mit neuer Führung

Seit dem 14. Oktober ist es amtlich: Der Nachfolger von Colour Art Photo (CAP) Geschäftsführer Friedel Bollen wird der jetzige Bundesinnungsmeister Tom Pochert. Diese Übereinkunft wurde sowohl mit Friedel Bollen als auch den Partnern der CAP GmbH, Agfa und CeWe-Color, getroffen und stieß bei den meisten Teilnehmern des CAP-Herbstreffens in Willingen auf große Zustimmung. Der Vertrag ist zwar noch nicht unterzeichnet, aber die Modalitäten für eine "sanfte" Übergabe sind vereinbart. Ab 2003/2004 wird Friedel Bollen nur noch beratend tätig sein. Bis zu diesem Zeitpunkt wird sich Tom Pochert in die neue Materie einarbeiten und gleichzeitig die Aktivitäten einer eigenen Tom-Foto-Studio GmbH zurückfahren. profi-contact wird in einer der näch-

#### Ein interessanter Sonntag in Düsseldorf

Es kommt leider viel zu selten zu mutigen Alleingängen von Innungen, wenn es um die Ausrichtung von Veranstaltungen geht. Manfred Grünwald (Obermeister Düsseldorf) hat es nun gewagt, Auszubildende und Lehrherren, Lehrer und Interessierte zu einem sonntäglichen Feuerwerk von Vorträgen in die Düsseldorfer Kunsthalle zu locken.

Dies ist ihm gelungen - auch wenn scheinbar gerade die Berufsschulen aus dem Einzugsgebiet zu wenig zur Verbreitung dieser Veranstaltung beigetragen haben. Somit haben leider viele junge Fotografen im Rheinland diese spannende und hochkarätig besetzte Veranstaltung in Unwissenheit versäumt. Trotzdem: Die rund 130 Teilnehmer waren sehr zufrieden.

Schon die Räumlichkeiten im NRW Forum Kultur und Wirtschaft, Ehrenhof, Düsseldorf und das Umfeld (die Ausstellung des amerikanischen Fotografen Herb Ritts) versprachen viel Gutes.

Fotografeninnung Düsseldorf unter der Leitung von Obermeister Manfred Grünwald organisierte eine Vortragsveranstaltung mit einem vielseitigen Programm:

Den Auftakt bildeten SW-Aktaufnahmen von Anne-Marie von Sarosdy. Ihre gekonnt beleuchteten Aktaufnahmen sowie ihre leidenschaftlichen Ausführungen waren für die überwiegend jüngeren Teilnehmer äußerst motivierend.

Harald Brune (Fujifilm) referierte über das Thema "Portraitfotografie - Die Zukunft ist hybrid".

Ein Highlight sprachlicher Natur war sicher der Vortrag von Professor Dr. phil. Rolf Sachsse über die Zukunft der Erinnerung. Durch Wortspielereien gewürzt zeigte er anhand von historischen Zitaten, daß die Erinnerung und Wahrnehmung der Menschen uns schon seit Jahrhunderten beschäftigt. Fazit: Den Moment als historisch erkennen und fotografisch festhalten.

sten Ausgaben ausführlich über den

geplanten Führungswechsel bei Colour

Art Photo berichten.

Katja Lorsbach schilderte die Zusammenarbeit zwischen Kreativen und Werbeagentur aus ihrer Sicht als Artbuverin bei der weltweit agierenden Agentur Ogilvy & Mather, Düsseldorf. Die Präsentation der Fotografen sollte hochwertig, aber authentisch sein. Wichtig ist neben dem handwerklichen Können die teamorientierte Zusammenarbeit mit dem Art-Buving.

Als der amtierende BIM Tom Pochert ans Rednerpult schritt, wurde es wieder sehr praktisch. Anhand von Beispielen wurde die Vorgehensweise bei der Panoramafotografie mit kleinen handlichen Digitalkameras und spezieller Stitching-Software erklärt. Die Praxistips mit Hinweisen auf Bezugsquellen im Internet waren äußerst nützlich.

Der Fotograf Willi Hölzel präsentierte seinen Kollegen Gerhard Vormwald, dessen Arbeiten sich durch sehr eigenwillige Sehgewohnheiten auszeichnen. Der letzte Vortrag beschäftigte sich mit der nachträglichen Korrektur von Abbildungsfehlern. Konstruktions- und fertigungsbedingte Mängel von Objektiven können zu Mängeln in der Abbildung hinsichtlich Helligkeit, Farbabweichung und Schärfe führen. Das Programm, vorgestellt von Detlef Großpietsch und Hartmut Krahne, geschäftsführender Gesellschafter von CamDynamics/fotowerk Köln, kann Fotos nachträglich optimieren.

Alles in allem hatte Manfred Grünwald eine äußerst interessante Veranstaltung auf die Beine gestellt, die sich hoffentlich bald wiederholt.

#### Neue Großformatdrucker von Epson

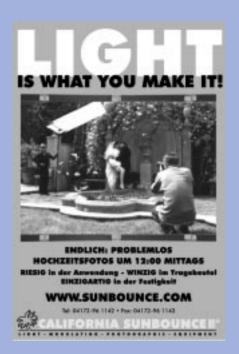
Mit zwei neuen High-End-Modellen für den produktionsorientierten Einsatz rundet Epson das Produktsortiment im Bereich professioneller Tintenstrahldrucker ab. Charakeristisch für die beiden Großformatdrucker Stylus Pro 10000 und den unter anderem für die Produktion von Outdoormaterialien ausgelegten Stylus Pro 10000CF ist die Kombination von hervorragender Druckqualität und hoher Produktivität. Durch Bidirektional-Druck und Druckwegoptimierung benötigen Modelle nur 3,5 Minuten für einen A0 Druck. Beide Geräte bedrucken bei einer Druckbreite von A4 bis A0+ sämtliche Medien bis zu einer Stärke



von 1.5 mm. Neben Einzelblatt lassen sich auch Rollenpapiere bis 1.118 mm verarbeiten. Zur Ausstattung gehören USB- und parallele Schnittstelle und Treiber für Windows 95/98/NT 4.0/2000/ME und Macintosh ab 7.6.1. Optional lassen sich über eine Typ-B Schnittstelle FireWire- und Ethernet-Karte integrieren.

#### Kinderfotografie mit Uschi Hölderle

Fotografen aus Süddeutschland trafen sich auf Einladung von Uschi Hölderle zu einem Workshop "Kinderfotografie". Austragungsort war das Studio Steinmüller von Antoniette Umkirch bei Freiburg. Fotografiert wurden Kinder unterschiedlichen Alters. Unterstützt wurde die Aktion von Agfa, die reichlich Filmmaterial zur Verfügung stellte, und Südcolor, die allen Teilnehmern Ergebnisbilder



lieferte. Außerdem sorgte die Firma California Sunbounce mit ihrem Equipment für das richtige Licht. Von der einfachen Handhabung der stabilen, professionellen Reflektoren und Diffusoren waren alle Teilnehmer begeistert. Auch im kommenden Jahr will die engagierte Fotografin ihren Kolleginnen und Kollegen wieder interessante Seminare anbieten. Vorschläge und Anregungen hierzu nimmt Uschi Hölderle gerne entgegen unter Telefon: 07392/6431 oder E-Mail: uschi@hoelderle.de.



Viel Spaß hatten die Teilnehmer des Workshops "Kinderfotografie", bei denen die professionellen Reflektoren von California Sunbounce gute Dienste leisteten. Foto: Uschi Hölderle

### Ansel Adams Kalender 2002

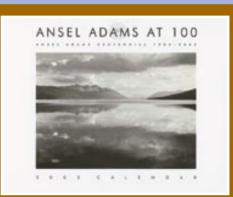
Ein Jahr für die Sinne

Unter den Fotografie-Kalendern gilt der von Ansel Adams als der absolute Klassiker. Er erscheint bereits in der 20. Ausgabe. Außerdem jährt sich im Jahre 2002 Ansel Adams' Geburtstag zum 100. Mal. Aus diesem Anlaß wird John Szarkowski einen aufwendig gestalteten Bildband mit Adams-Fotografien zusammenstellen, und aus diesem Band wurden 13 charakteristische Aufnahmen für den Kalender ausgewählt.

Die ausgesuchten Fotografien entstanden zwischen 1928 und 1961 und zeigen vor allem Beispiele der großartigen Landschaftsfotografien.

Ansel Adams hat das Layout seiner Kalender und die Anforderungen an die Abbildungsqualität noch selbst bestimmt. Wie in all den Jahren zuvor ist der Kalender ein Musterbeispiel für exzellenten Duoton-Druck, der nur noch von Originalfotografien übertroffen werden könnte. Das Format der Abbildungen liegt meist bei 30 x 24 cm.





Ansel Adams at 100. 2002 Calendar, Monatskalender mit 13 Duoton-Fotos (Januar 2002 bis Januar 2003), Kalenderformat 39,5 x 32 cm, Kalendarium englisch, Spiralheftung, Boston 2001, DM 39,80.

In Deutschland ist der Kalender erhältlich bei der Lindemanns Buchhandlung, Nadlerstraße 10 in 70173 Stuttgart.





## Kodak startet Promotion für Digital Produkte



Mit überdimensionalen Kameramodellen will Kodak die Aufmerksamkeit der Verbraucher auf seine Digitalprodukte lenken, so wie hier auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin.

## EasyShare als Motor für das Weihnachtsgeschäft

Das Kodak EasyShare Digitalkamera-Konzept und die gesamte Produktpalette an Inkjet Fotopapieren stehen im Mittelpunkt einer Verkaufsförderungskampagne, die Kodak zum Weihnachtsgeschäft für die Consumer Digitalprodukte startet.

"Die aktuelle Promotion wird das Interesse der Endverbraucher auf das EasyShare Digital-Konzept lenken", erklärte Karsten Eggert, Vertriebsdirektor Kodak Digital & Applied Imaging für Deutschland, Österreich und die Schweiz. "Zusätzlich bieten wir dem Handel die Möglichkeit, sich im Rahmen von Zwei-Tages-Veranstaltungen in Hotels über die neuen Consumer Digitalprodukte und Channel Maßnahmen zu informieren." Der Handel erhalte mit diesen Kodak Angeboten eine optimale Unterstützung für das bevorstehende Weihnachtsgeschäft.

#### Roadshows und TV-Kampagne für den Endverbraucher

In mehreren deutschen Großstädten finden derzeit Roadshows an zentralen Einkaufsplätzen statt. Überdimensionale EasyShare-Digitalkameras sorgen für Aufmerksamkeit und laden zu einem Besuch ein. Endverbraucher können dort die EasyShare-Digitalkameras ausprobieren, aufgenommene Bilder per E-Mail verschicken oder sich die Fotos auf den Kodak Inkjet Fotopapie-



Karsten Eggert, Vertriebsdirektor Kodak Digital & Applied Imaging für Deutschland, Österreich und die Schweiz: . "Mit den Roadshows und der großen TV-Kampagne informiert Kodak über die Vorteile von EasyShare und sorgt für zusätzliches Kaufinteresse."

ren ausdrucken lassen. Zusätzlich sind Gewinnspiele und Sonderpreis-Aktionen geplant. Die Roadshows werden für den Endverbraucher mit einer TV-

Kampagne vom 11.11. bis 8.12. bei RTL. SAT1, Pro 7, RTL 2, Kabel 1, Vox und DSF begleitet. "Das Kodak EasyShare-Kamerakonzept wird vom Endverbraucher überaus positiv angenommen", berichtete Eggert.

#### Zwei-Tages-Veranstaltungen in Hotels für den Handel

Parallel dazu veranstaltet Kodak in fünf deutschen Städten Zwei-Tages-Veranstaltungen in Hotels für den Handel. Während der Händler-Veranstaltungen bietet Kodak Trainings-Sitzungen für das Verkaufspersonal an. Livedemos stellen den Teilnehmern die EasyShare Lösungen vor. Auch besteht die Gelegenheit, die EasyShare Digitalkameras zu testen und sich von der Qualität der Kodak Fotopapiere für den Tintenstrahldruck zu überzeugen. Schließlich gibt Kodak in Präsentationen und Vorträgen einen Überblick über verfügbare Promotion- und PoS-Materialien sowie über weitere verkaufsunterstützende Maßnahmen.

"Wir informieren unsere Handelspartner detailliert, umfassend und individuell über EasyShare und die aktuelle Handels-Unterstützung. Die Veranstaltungen sind zudem für Kodak eine hervorragende Möglichkeit, einen intensiven und konstruktiven Dialog mit unseren Händlern zu führen. Dabei kommen wir zum Kunden und ersparen dem Handel lange Wege und Reisezeiten", betonte Eggert.

#### Hotel-Veranstaltungen

München: 6./7.11., City Hilton; Köln: 30./31.10., Park Plaza; Frankfurt am Main: 12./13.11., Steigenberger Airport Hotel; Berlin: 19./20.11., Hilton Hotel; Hamburg: 3./4.12. Steigenberger Hotel

#### Termine Roadshows

München: 25.-27.10., Olympia Einkaufszentrum; Köln: 09.-10.11., Neumarkt Galerie; Berlin: 16.-17.11., Potsdamer Platz Arkaden: Hamburg: 30.11.-01. 12., Hanseviertel. Weitere Termine standen bei Redaktionsschluß noch nicht fest, geplant sind jedoch weitere Roadshows in Oberhausen und Frankfurt am Main.

#### i+fc Handel

Um trotz der derzeitigen Kaufzurückhaltung der Konsumenten die notwendigen Umsätze sichern, vertrauen viele Händler auf Aktionen. Auch Alben und Rahmen gehören zu den Produkten, die dank vorhandener Margen immer wieder in den Mittelpunkt der Verkaufsaktionen gestellt werden. Demgegenüber rückt die Erst-Regalpräsentation Alben und Rahmen immer weiter in den Hintergrund. Einer der Hersteller, die auf die geänderte Situation mit neuen Konzepten reagieren, ist die Karl Walther Alben und Rahmen GmbH & Co. KG aus Nettetal.

Walther Geschäftsführer Rolf Inderbiethen erläuterte gegenüber imaging+foto-contact die Hintergründe für die neue Strategie. "Aus unserem täglichen Geschäft mit Händlern aller Couleur





Fertig zusammengebaut liefert Walther Alben- und Rahmendisplays an den Handel. Lediglich das Einsortieren der Ware muß der Händler selbst übernehmen.

## Mühelos zum Umsatzplus

wußten wir, daß bei Zweitplazierungen bestimmte Alben- und Rahmentypen bevorzugt und mit einem Aktionspreis vermarktet wurden", meinte Inderbiethen. "Vor allem in den Alben- und Rahmenpräsentern vor den Türen der Geschäfte sind überall ähnliche Waren zu ähnlichen Preisen zu finden. Durch die Inflationierung dieser Art der Präsentation hat deren Attraktivität für den Kunden stark gelitten." Basierend auf dieser Erkenntnis habe Walther eine neue Strategie entwickelt, die drei Fragen beantworten solle:

1.) Wie kann Walther dem Handel Aktionen bieten, die bei hoher Endverbraucher-Attraktivität ausreichend Marge, Auswahl und Erfolg bieten?

2.) Wie können bei Alben und Rahmen Qualitäts- und Preisunterschiede kunden- und handelsfreundlich kommuniziert werden, um zu einer margenfreundlichen Spreizung der Angebote zu kommen?

3.) Welchen Zusatzservice braucht der Handel zur Erleichterung des Tagesgeschäftes mit Alben und Rahmen? "Unsere Antwort auf diese Fragen ist keine neue Variante einer alten Technik", so Inderbiethen, "sondern eine vom Handel her gedachte, vollkommen neue Konzeption: die Walther Mix-Displays." Sie bieten eine Mischung an verschiedenen, jedoch optisch aufeinander

In den neuen Produktkatalogen werden die spezifischen Eigenschaften der Produkte deutlicher herausgestellt.

abgestimmten Rahmen und Alben mit unterschiedlichen Designs. Aggressive, mittlere und höhere Preislagen der im Display angebotenen Produkte sollen die Chance des Handels erhöhen, in der Zweitplazierung auf eine sehr gute Durchschnittsmarge zu kommen.

"Mit den Mix-Displays bieten wir dem Handel eine Präsentationsmöglichkeit, die geeignet ist, das einfache und spannenschädliche Aktionieren von Alben und Rahmen einer Sorte umzufunktionieren in eine kundenfreundliche und gleichzeitig spannenträchtige Situation", erläuterte Inderbiethen. So enthalten beispielsweise die Alben-Mix-Displays 30 Maxi-Buch-Alben, 48 Spiral-Alben und 60 Memo-Alben mit mehr als 20 verschiedenen Designs in drei unterschiedlichen Qualitäts- und Preisstufen. Einem Einkaufswert

von 1.216,10 DM steht ein Verkaufswert (nach empfohlenen Verkaufspreisen) von 2.462,– DM gegenüber – das entspricht einem Rohgewinn von über 900 DM und einer Marge von 43 Prozent, und die weitgehend ohne Bindung von Verkäuferkraft. Um es dem Händler möglichst einfach zu machen, den zusätzlichen Umsatz zu realisieren, beschreitet Walther einen neuen und handelsfreundlichen Weg:

Die Displays werden bereits komplett zusammengebaut zur Verfügung gestellt, lediglich die separat gelieferte Bestückungsware muß der Händler selbst einräumen. "Damit bieten wir unseren Partnern die Möglichkeit, innerhalb weniger Minuten und vollkommen mühelos die Voraussetzungen für ein kräftiges Umsatzplus zu schaffen", betonte Inderbiethen.

Die Mix-Displays stehen mit individuellen Toppern für Filialisten, Handelskooperationen, Franchisesysteme und freie Händler zur Verfügung und sind je nach Handelsschiene oder Kooperation verschieden bestückt. "Die Alben und Rahmen sind zwar vergleichbar, aber nicht identisch", erklärte Inderbiethen. "Auf diese Weise gewährleisten wir, daß selbst benachbarte Händler nicht in den Preiswettbewerb treten müssen."

Innovativ ist die neuartige Spreizung des Albensortiments in die drei Qualitätsund Preisstufen Eco, Creativa und Deluxe. Eco erfüllt nach den Worten des Geschäftsführers Walther die Anforderungen des Handels nach aktionsgeeigneter Ware mit attraktiven Ein-

kaufspreisen, um daraus "Handselling"-Aktionen bilden zu können. "Das Walther Creativa-Albenprogramm zeigt die gesamte Fülle von Albendesigns in vielen Geschmacksrichtun-



Die Hochzeitsalben "Cara" und "Dream" (o.) mit hochwertig verarbeitetem Leinen-Einband gehören ebenso zu den aktuellen Neuheiten im Walther Sortiment wie die Design-Buchalben "Japan" (r.).

gen, modische Trends und Ideen", so Inderbiethen. "Es erfüllt die Forderungen des Handels nach Auswahl in der mittleren Preisrange bei guten Spannen." Das Deluxe Albenprogramm schließlich entspreche höchsten Qualitätsansprüchen. Inderbiethen: "Die



Das Rahmensortiment Älg ist eine der aktuellen Neuheiten.

Alben dieses Sortiments werden bei Walther in bester buchbinderischer Tradition gefertigt und bieten für den Handel exzellente Margen."

Alle Walther Alben der Kollektion 2002 werden mit einem Banderolen-Kenn-

## Karl Walther setzt partnerschaftliches Handelskonzept um

zeichnungssystem ausgestattet, das die Preis- und Qualitätsschiene klar kommuniziert und zusätzliche Informationen zu den jeweiligen Produkteigenschaften und Verwendbarkeiten

> gibt. "Dieses System bietet für den Handel wertvolle, praxisorientierte Pluspunkte für den Point of Sale", stellte Inderbiethen fest, So seien alle kundenrelevanten Produktinformationen auf der Banderole ablesbar, wodurch Verkäuferkraft gespart werde. Für die



Kunden werde es einfacher, die Qualitäts- und Ausstattungsunterschiede und die daraus resultierenden unterschiedlichen Preise zu erkennen. Und schließlich biete das strukturierte dreistufige Konzept Mehrerlöse ohne großen Verkäufereinsatz.

Zur Rubrik Innova-

tionen für den Handel zähle auch die erhöhte Schlagzahl' in Sachen Neuheiten, führte der Walther Geschäftsführer aus. "Denn uns ist klar, daß der Kunde nur mit neuer, attraktiver Ware zum Kauf angeregt werden kann.

> Bis heute wurden deshalb mehr als 60 Prozent unseres gesamten Albenund Rahmenprogramms durch neue Artikel ersetzt, und bis zur photokina 2002 soll das komplette Sortiment aus Neuheiten bestehen. Ausnahme unserer Klassiker und Evergreens." Zusätzlichen Service für

den Handel bietet Walther gleich in mehreren Bereichen. So wird das Unternehmen zukünftig auch Verkaufspreis-Empfehlungen geben.

Darüber hinaus wird der bisherige Gesamtkatalog aufgelöst. Dafür wird es Einzelkataloge für bestimmte Albenarten geben, die mit viel mehr Informationen zu den Produkten ausgestattet sind. Händler müssen sich also nicht mehr, wie bisher, mit dem Einsortieren von Einzelblättern befassen, sondern sie verwenden nur noch das jeweilige neue Einzelkatalog-Exemplar. "Ganz nebenbei können künftige Walther Kataloge auch für Kundengespräche eingesetzt werden, weil handelsbezogene Angaben über Konditionen separat gehalten sind", fügte Inderbiethen

Schließlich will Walther verstärkt Bestellvorschläge bieten, die den Aufwand für die Auswahl von Designs und Qualitäten auf ein Minimum reduzieren. "Test the Best" sei hier die Devise, denn im eigenen Interesse werde Walther bei seinen Vorschlägen nur die "schnellen Pferde laufen lassen". hepä

#### i+fc Neuheiten



#### reflecta stellt neue Lichtbildwand vor

Eine Alternative zu mobilen Projektionswänden oder dem Abhängen von Bildern bietet reflecta mit der neuen Lichtbildwand Cinestar. Ihre Projektionsfläche ist in einem Metalltubus untergebracht, der mit eingerollter Leinwand wie eine Bilder- bzw. Wandleuchte aussieht. Cinestar verfügt über vier Halogenstrahler, die sich zur Beleuchtung von Gemälden. Fotografien oder Grafiken eignen. Zur Projektion läßt sich die Lichtbildwand manuell oder motorisch aus dem Tubus ausfahren. Zwei Tuchqualitäten stehen zur Verfügung: Lux mit einem Reflexionsfaktor von 1,2 und einem Betrachtungswinkel bis 100° und Starlux mit einem Reflexionsfaktor von 2.2 und einem Betrachtungswinkel bis 60°. Beide Ausführungen bieten nach Angaben des Herstellers eine hervorragende Planlage und eine ausgezeichnete Farbwiedergabe. Sie sind aus schwer

entflammbarem, schimmelbeständigem Material gefertigt und in den Größen  $180 \times 180$  cm,  $200 \times 200$  cm und  $250 \times 250$  cm zu haben. Preisempfehlungen: ab 1.450 DM.

## Raumsparende CD-Ablage mit Polypropylen-Hüllen

Die neuen CD-Hüllen von extreme-Archive bieten Platz für je eine CD und deren Cover/Booklet. Die Hüllen verfügen an der Kopfseite zusätzlich über einen Registereinschub für die individuelle Kennzeichnung. Das ermöglicht einen schnellen Zugriff auf die gesuchte CD. Die Hüllen gibt es in den Farbvarianten weiß, schwarz und klar. Die CD ist mit den Hüllen rundum durch die Polypropylenfolie geschützt, der Zugriff auf die CD erfolgt durch eine Lasche an der Frontseite der Hülle. Bei der weißen und der schwarzen Farbvariante ist die beschriebene Seite der CD zusätzlich durch ein Nonwoven-Vlies geschützt. Die Hüllen können im Internet unter www.extremearchive.de angefordert werden.

#### Dörr bringt vier neue Albenserien auf den Markt

Dörr Foto Marketing will mit vier ausgefallenen Serien frischen Wind in die Fotoalbenlandschaft bringen. Die Serie Sonne ist mit einem hochwertigen Vinyleinband mit geriffelter Oberfläche und einer genarbten Rückenoptik ausgestattet. Der Einband ist in den Farben Gold und Silber erhältlich. Besonderheit ist eine geprägte Vertiefung,

in der sich die mitgelieferten Themenkarten (etwa für Konfirmation, Kommunion, Firmung, Taufe, Hochzeit, Geburtstag etc.) plazieren lassen. Als



Blickfang dient das aufgedruckte Sonnenmotiv. Die Sonnenalben sind in vier Ausführungen lieferbar.

Die Serie Liquid gibt es in vier aktuellen Farbkombinationen mit glitzerndem Vinyleinband und PVC-verstärktem Rücken. In einer Ausstanzung im Deckel ist eine Softgel Applikation in Form eines Seesterns eingearbeitet. Die Liquid Serie wird in fünf Ausführungen bzw. Größen angeboten.

Die Serie Plüsch richtet sich mit ihrem trendigen Felleinband speziell an junge und junggebliebene Verbraucher. Den



Plüscheinband gibt es in vier Motiven: blaue Kuh, blauer Leopard, rosa Leopard und Tiger. Als besonderer Gag sind zu den Alben Notizblöcke im passenden Muster erhältlich. Die Plüschalben sind in drei Varianten zu haben.

Mit der Serie Black & White sollen schließlich konservative Verbraucher angesprochen werden, die schlichte, elegante Alben bevorzugen. Die Alben sind wahlweise mit schwarzem oder weißem Einband ausgestattet und tragen einen Heißprägestempel mit der Aufschrift "FOTO – Black & White". Die weißen Alben haben weiße, die schwarzen Alben schwarze Innenblätter. Die Black & White Alben gibt es in drei Größen.

#### Canon Zoom 70–200 mm jetzt mit Image Stabilizer

Canon hat das bekannte Zoomobjektiv 70–200 2,8L USM als Modell 70–200 2,8L IS USM in einer verbesserten Version vorgestellt. Neben einem schnelleren Autofocus und

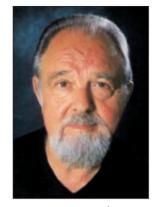
einer kreisrunden Blende für die natürliche Wiedergabe von Unschärfen verfügt die neue Version über einen neu entwickelten Image Stabilizer. Dieser gleicht Verwacklungsunschärfen aus und sorgt dafür, daß der Fotograf bis zu drei Blenden gewinnt. Auch im Autofocus kann jetzt manuell focussiert werden, ohne in den manuellen Modus umschalten zu müssen. Der Staub- und Spritzwasserschutz des Objektivs



wurde weiter verbessert und ähnelt jetzt dem der IS Superteleobjektive. Das neue professionelle Telezoomobjektiv hat die Lichtstärke 2,8. Es ist mit dem 1,4fach- und dem 2fach-Extender von Canon voll kompatibel. Preisempfehlung: zirka 5.500 DM.



#### i+fc Handel



Horst Dieter Lehmann

## Leichter Nebel

Eine klare Sicht und ein scharfes Bild sind gerade für den Fotografen mehr als erstrebenswert. Leider findet er nicht nur bei Außenaufnahmen nicht immer die besten Voraussetzungen, sondern muß sich mit dem abfinden, was geboten ist, und das Beste daraus machen. Das gilt im übertragenen Sinne eigentlich für alles.

Das Jahr 2001, dieses kann man wohl schon zu diesem Zeitpunkt als Abgesang beklagen, hatte neben Sonne und großer Hitze reichlich Regen und Sturm und viele Überraschungen auf Lager, die wir gerne nicht erlebt hätten, aber deren Folgen wir alle zu tragen haben. Da werden manche kleinen Sorgen fast belanglos und könnten eigentlich vergessen werden.

Der Alltag holt uns aber immer wieder schnell ein, und wir müssen uns mit dem beschäftigen, was uns am nächsten liegt. Dazu gehören nun einmal unser Beruf, unser Geschäft, unser Umsatz, unsere Rendite.

Wenden wir uns also den Dingen zu, die uns immer wieder in unserem handwerklichen und handelsüblichen Fotodasein nicht zur Ruhe kommen lassen. Gerne würde man den Sonnenschein noch im November bejubeln, den "Goldenen Oktober" als Goldesel in Erinnerung behalten, den Sommer als "die" Saison bezeichnen. Aber da war der September, der als regenreichster Monat in die Statistiken eingeht, uns aber keinen "warmen Regen" brachte.

Momentan fällt es uns allen nicht leicht, uns auf das Alltägliche zu konzentrieren. Immer wieder schweifen die Gedanken ab, besonders wenn Radio und Fernsehen sowie die Tageszeitungen uns mit dem konfrontieren, was uns bevorstehen kann. Wollen wir hoffen, noch einmal davonzukommen, daß unsere "kleinen Sorgen" uns weiterhin beschäftigen.

Die Pauschale schluckt ein jeder nach besten Kräften, am allerbesten sind die dran, die von ihr verschont blieben, aber wer ist das wohl?!

Eine Anhebung der Preise beim Bild scheint illusorisch zu sein. Wird der Euro zu einem leichten Aufwärtstrend führen? In der Fotobranche wohl kaum! Das wäre fast schon ein Wunder. An allen anderen Ecken und Kanten werden wir es aber sicher zu spüren bekommen. So ist auch hier nach dem Verschwinden der ersten Nebelschwaden nicht mit purem Sonnenschein zu rechnen.

Der Portraitfotograf hofft – alle Jahre wieder – auf ein pralles Weihnachtsgeschäft. Eine relativ kurze Zeit direkt um das Fest ist da vorprogrammiert. Uns gelingt es leider nicht wie den Schokoladen-Lebkuchen-Marzipanherstellern, das Geschäft immer weiter vorzuziehen!

Eine andere Sprache, nämlich die der sich allzu schnell wandelnden Fototechnik, müßte man versuchen zu erlernen, wenn man up to date sein will. Da helfen kein Schulenglisch und kein Latein, alles kommt einem Spanisch vor, wenn man einigermaßen einen Durchblick im Dschungel der Digital Imaging-Branche behalten will.

Wer zählt die Begriffe, Bezeichnungen, Neuheiten? Wer kann sie behalten – und erklären? Wo sind die Verkäufer, die sich hundertprozentig auskennen, wenn ein Technikfreak ausführliche Auskünfte über das Modell X erhalten und vielleicht als Weihnachtsgeschenk kaufen will?

Viele Fragen, sicher viele Antworten. Ob diese aber alle richtig sind oder doch nur "nebulös" gehalten werden, bleibt offen.

Der Fortschritt der Technik ist rasant. An Bilder für die Nachwelt wird weniger gedacht. Das ist wohl auch besser so, denn die Haltbarkeit der Farbbilder bereitete schon erhebliche Probleme. Die verblichenen gelborangen Bilder der 60er Jahre sind uns noch in grausamer Erinnerung. Bei den neuen Bildträgern der "Imaging-Generation" sind sich die Hersteller darüber im klaren, daß sie nicht für die Ewigkeit sind. Uns fallen dabei immer wieder Bilder ein, die schon über 100 Jahre wenig von ihrer Pracht eingebüßt haben. Die alten Meister brauchten länger, fertigten weniger, aber was sie machten, überdauerte Generationen!

Bei den Unmassen an Billigbildern wird es kaum schwerfallen, in einigen Jahren Abstriche zu verzeichnen, wandern sie doch ohnehin allzu schnell auf ein Abstellgleis.

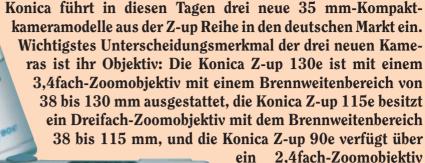
Der Portraitist hingegen würde sich schon wünschen, wenn seine Werke in einigen Jahrzehnten noch ansehnlich wären. Seine Hochzeitsbilder sollten mindestens so lange halten wie die Ehen; nicht mit einem "Verfallsdatum" von drei bis vier Jahren, sondern bis zur Silbernen oder gar Goldenen Hochzeit.

Schön wäre es natürlich, wenn wir unsere Portraitkunden davon überzeugen könnten, uns mit ihrem Besuch schon im November zu beglücken. Gewiß fehlt es auch nicht an Bemühungen, sprich Aktionen, die Kunden früh in die Ateliers zu locken. Wir sollten dabei aber auf keinen Fall das "Zugmittel Billigpreise" anwenden! Wir würden uns damit die letzten Bastionen selbst zerstören. Der preisbewußte Amateur bekommt schon in diversen Aktionswochen ein 20 x 30 Poster für 49 Pfennig (0,25 Euro). Würden wir ein Portrait in 20 x 28, der identischen Fachgröße, selbst für den zehnfachen Preis anbieten, hätten wir nicht einmal den EK für das Blatt erzielt. Von den anderen Kosten ganz zu schweigen!

Hier hilft nur Qualität statt Quantität, damit auch der letzte Kunde den Unterschied mehr als deutlich vor Augen hat. Das kann und muß der Handwerker als oberstes Gebot beachten. Wie aber sieht es beim Händler aus?

Neblig trüb! Trüber als sich der November oft zeigt. Ihm werden solche "Drogerieangebote" kaum gemacht, und wenn, was hätte er davon? Nur wer die Wegwerfware Bild – dazu ist sie leider verkommen – nebenher oder als Lockvogel verramscht, hätte irgendeinen Nutzen davon.

Vielleicht kann man das schon vorhersagen, ohne Nostradamus zu sein: Im Jahr 2002 wird es hier nicht anders aussehen, denn die Silberstreifen am Horizont wollen sich auch beim besten Willen noch nicht am Nachthimmel bemerkbar machen.



Konica

TUE 1306

mit einem Brennweitenbereich von 38 bis 90 mm.

Blitzfunktionen wählen. So stehen zum Beispiel Automatikblitz, manuelle Zu- oder Abschaltung sowie eine Funktion zur Reduzierung des "Rote-Augen-Effektes" zur Verfügung. Alle drei Kameras besitzen wei-

# Drei neue Z-ups

Bei allen drei Kameramodellen läßt sich der gesamte Brennweitenbereich mit Hilfe des Zoomschalters an der Gehäuserückseite einstellen. Mit der größten Blendenöffnung von 1:4,1 (Z-up 130e und Z-up 115e) bzw. 1:4,8 (Z-up 90e) sind die neuen Modelle auch schwierigen Lichtsituationen gewachsen – zumal, wenn ein hochempfindlicher Film wie der Konica Centuria 400 (ISO 400/27°) oder der Konica Centuria 800 (ISO 800/30°) eingesetzt wird. Die Scharfeinstellung erfolgt über ein aktives Infrarot-Autofocussystem. Damit sind Bilder ab einer kürzesten Motiventfernung von 80 Zentimetern möglich. Ist der Aufnahmeabstand zu gering, ist der Auslöser gesperrt, und die Kamera warnt den Benutzer durch ein grünes Blinksignal. Schärfespeicherung und Voreinstellung auf unendlich sind möglich.

Alle drei neuen Z-up Kameras arbeiten mit Programmautomatik mit mittenbetonter Messung. Dabei reicht der

Verschlußzeitenbereich der Konica Z-up 90e von 0,5 bis 1/360 Sekunde, während die Konica Z-up 130e und die Konica Z-up 115e im Verschlußzeitenbereich 1.2 bis 1/300 Sekunde arbeiten.

Gemeinsames Ausstattungsmerkmal der Konica Z-up 130e und der Konica Z-up 115e ist das Flash Power Management, Hierbei handelt es sich um ein von Konica entwickeltes Blitzsystem, das den Blitz besonders stromsparend auflädt. Auf diese Weise können nach Unternehmensangaben mit jeder Batterie erheblich mehr Filme belichtet werden als bisher.

Darüber hinaus gibt es für diese beiden Kameramodelle eine Fernbedienung als Sonderzubehör, die das Fotografieren komfortabler macht, sowie ein Einstellrad am Sucher, um den Bildausschnitt im Sucherfenster an die individuelle Sehfähigkeit anzupassen. Alle drei neuen Modelle bieten dem Fotografen zahlreiche Funktionen und Ausstattungsmerkmale für die kreative Bildgestaltung. Dazu zählen beispielsweise die Möglichkeiten der manuellen Belichtungskorrektur um 1,5 Lichtwerte, die Nachtaufnahme-Funktion und die Unendlicheinstellung. Je nach Motiv und Aufnahmesituation kann der Fotograf außerdem eine von mehreren

terhin einen Selbstauslöser mit zehn

Sekunden Vorlaufzeit. Für die bequeme Handhabung sorgen unter anderem Funktionen wie der motorische Filmtransport und die automatische Einstellung der Filmempfindlichkeit im Bereich von ISO 25/15° bis ISO 3600/36°. Der Echtbild-Zoomsucher ist mit einem Autofocusfeld und Parallaxenausgleich ausgestattet. Darüber hinaus besitzen die Kameras LC-Displays, auf denen jederzeit die wichtigsten Kameraeinstellungen abzulesen sind.

Die Konica Z-up 90e hat die Abmessungen 117 x 67 x 49 mm. Sie wiegt 220 g ohne Batterie. Die Z-up 115e und die Z-up 130e messen jeweils 114,5 x 65 x 48 mm und wiegen ebenfalls je 220 g. Alle drei Kameramodelle sind auch mit Datenrückwand zur Einbelichtung von Datum und/oder Uhrzeit in verschiedenen Kombinationen lieferbar.

## Konica erweitert Sucherkamera-Sortiment

#### i+fc Video



**Ulrich Vielmuth** 

## Neue Camcorder auf der IFA

Es ist nach dem Besuch der Funkausstellung nicht zu leugnen: Digitale Camcorder sind weiter erfolgreich, mit ungebrochener Tendenz nach oben. Namentlich Canon hat sich, trotz des Spätstarts in 97, mittlerweile besonders gut entwickelt. So wurde der XL1-Camcorder in einer gründlich überarbeiteten Version zur "S-Klasse". Einfach nach dem

Motto: "Das Bessere ist des Guten Feind". Besonders praxisgerecht finde ich hier den variablen Zoomspeed der Zoomwippe am Objektiv sowie am Handgriff. So was hätten wir TV-Kameraleute auch gerne an unseren mobilen EB-Camcordern... Übrigens: Im vergangenen Jahr überholten digitale Camcorder ihre analogen Pendants erstmals auch bei den Verkaufszahlen. Wertmäßig war dieser Punkt schon vor geraumer Zeit erreicht worden. 60 Prozent der verkauften Camcorder sind nun digital, sie repräsentieren in Mark und Pfennig jedoch einen Anteil von 80 Prozent.

Im laufenden Jahr wird voraussichtlich nicht nur die Zahl der verkauften Geräte insgesamt auf 675.000 (2000=665.000), sondern auch der digitale Anteil weiter wachsen.

Daß Sony mit seinem neuen superkleinen MicroMV-Camcorder für eine Sensation im Messegeschehen sorgte, darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, daß das Publikum diese Art von Superlativen nicht mehr so sehr bewundert, wie es vielleicht noch vor einigen Jahren der Fall gewesen wäre. Man hat sich seit der Einführung des Mini-DV-Formats (1995) daran gewöhnt, immer kleinere Camcorder in regelmäßigen Abständen präsentiert zu bekommen. JVC und Sony rangeln in dieser Hinsicht schon seit Jahren miteinander. Doch Sonys MicroMV-Camcorder, mit vollen Namen DCR-IP7 und DCR-IP5, sind nicht nur zur Zeit die kleinsten und leichtesten Camcorder der Welt. Der DCR-IP7 ist darüber hinaus auch der erste Camcorder mit Web-Browser. Er verbindet ganz zeitgemäß Video, Handy und Internet. Nur stellt sich gleich die Frage, wer das kleine Ding nun wirklich braucht!

Zunächst einmal: Das neue Digitalformat MicroMV (M wie MPEG-2, V wie Video) hat nichts mit dem bekannten Mini-DV-Format zu tun. Es nimmt im MPEG2-Format auf, das schon seit Jahren im Fernsehbereich seine Anwendung findet. Dieses international gängige Kompressionsverfahren reduziert die Datenmenge, indem es Bilder auf ähnliche Bewegungsabläufe und Hintergrundinformationen (im Bildhintergrund) hin überprüft und komprimiert. Das Ergebnis ist eine deutlich kleinere Datei. Der einzige Unterschied, den Sie zum normalen DV-Format bemerken werden, ist die Aufzeichnungsweise in Dateien. Der Anfang jeder Einstellung wird etwa 0,8 Sekunden lang als Standbild gezeigt. Mit Hilfe der Standbilder läßt sich eine Mini-Übersicht von bis zu elf Einstellungen auf dem LCD-Farbmonitor des Camcorders erstellen. So finden Sie jede gedrehte Einstellung und können sie mit der Multi Picture Search-Funktion ansehen.

Sonys neue Minis zeichnen auf einer Bandkassette auf, die erstaunliche 70 Prozent kleiner als ein normales Mini-DV-Band ist. Also vom Format etwa wie eine Briefmarke. Die Laufzeit beträgt 60 Minuten. Deshalb konnte der dazugehörige Camcorder nun noch ein wenig kleiner gebaut werden als die anderen kleinen Mitbewerber auf dem Markt. Er ist nicht größer als die Hand einer jungen Dame, wiegt 310 Gramm und paßt in jede Tasche. Und mit der neuen Sony Schnittsoftware "MovieShaker" kann am PC das überspielte Originalmaterial bearbeitet werden.

Der DCR-IP7, Verkaufspreis 4599,- Mark, wird durch eine Bluetooth-Schnittstelle internetfähig. Also wird es nun möglich, Video-E-Mails auf ein Notebook oder direkt übers Handy zu verschicken. Vielleicht als Urlaubsgrüße an die Lieben daheim.

Apropos Bluetooth. Es wurde das vielzitierte Wort der IFA, wenn man sich über aktuelle Camcorder und deren Kommunikationsfähigkeit mit dem PC erkundigte. Bluetooth ist ein neuer drahtloser Übertragungsstandard, den übrigens auch schon Panasonic bei seinen neuen Digital Camcordern NV-MX und NV-MX2 nutzt. Diese neuartige Datentransfer-Technologie erlaubt das kabellose Übertragen von Bildern aus dem Camcorder in den PC. Mit einer Übertragungsrate von 1 Megabit pro Sekunde übermitteln Funkwellen im 2,45 Gigahertz-Band die Daten.

Das geht übrigens auch mit dem neuen Sony PC120–Camcorder im Hochkantdesign (Mini-DV-Format), der nun den bei Profis beliebten PC110 ablöst. Sie erinnern sich vielleicht noch an meinen Bericht in der Juni-Ausgabe von der Grönlandreise. Dorthin hatte ich nämlich den PC110 als zweite Kamera mitgenommen.

Mit dem neuen 120er jedoch können per Bluetooth drahtlos Video-Mails um den Erdball versendet werden. Nötig ist entweder ein entsprechendes Handy oder aber ein Telefonfestanschluß, an den dann ein Bluetooth-Modem-Adapter angeschlossen wird. Also viel Zukunftsmusik in den Ohren der Videofreaks.

#### 2 in 1

Panasonic hat sich auf der IFA recht selbstbewußt und innovativ mit neuen Produkten präsentiert. Dazu gehört auch ein neues Camcorder-Konzept.

Mit der Idee "2 in 1" zeigten die Japaner ein recht pfiffiges flexibles Konzept für multifunktionale Digitalkameras. Zum Preis von 4.496,45 Mark erhält man Camcorder und Fotoapparat in einem Gerät. Im Handumdrehen kann durch das Baukasten-Prinzip zum einen die digitale Fotokamera mit SD-Card (1,08 Megapixel) und Blitzgerät genutzt, im nächsten Moment aber durch den modularen Aufbau in einen Mini-DV-Camcorder verwandelt werden. Am Objektiv wurde nicht gespart. Ein Leica Dicomar sorgt im Foto- wie im Video-Modus für gute Schärfe.

Mittels der neuen Bluetooth-Technologie kann der neue Digital Camcorder die Bilddaten kabellos an den Computer übertragen. Für Standbilder ist eine Auflösung von 1200 x 900 oder 640 x 480 Pixel wählbar.



Statt Girlanden zierte eine Vielzahl von Bildern die Festhalle, auf denen die Besucher sich über die Geschichte des Fotogroßlabors Stoppel informieren konnten.

## Jubiläum beim Großlabor Stoppel Jazz zum 50jährigen

Jubiläum in Goslar: Das Fotogroßlabor Stoppel blickt in diesen Wochen auf sein 50jähriges Bestehen zurück. Gefeiert wurde das Ereignis Anfang Oktober im Rahmen eines Jazz-Frühschoppens. Dabei freuten sich die Gäste über den außergewöhnlichen Schmuck in der Festhalle: Statt Girlanden fand sich eine Vielzahl von Bildern, die die Firmengeschichte Revue passieren ließen.

Gegründet wurde das Unternehmen 1951 von Alfred Stoppel. Die Fotografie als Alltagsbeschäftigung für jedermann steckte damals noch in den Kinderschuhen und war für "Otto Normalfotograf" nahezu unerschwinglich. Dementsprechend bescheiden stellte sich auch Stoppels geschäftlicher Anfang dar: Mittels eines Bauchladens bot er Fotozubehör an, zu dem die Kunden auch die Dienstleistung der Filmentwicklung in Anspruch nehmen konnten. Ohne maschinelle Hilfe führ-

te Stoppel diese Arbeit in seiner Wohnung durch. Die Anfänge waren schwarzweiß, oder besser gesagt chamois.

Seitdem hat sich vieles getan. Heute präsentiert sich das Fotogroßlabor auf dem technisch neuesten Stand, allen analogen und digitalen Anforderungen der Kundschaft gewachsen. Nach vielen

Umzügen innerhalb Goslars wurden



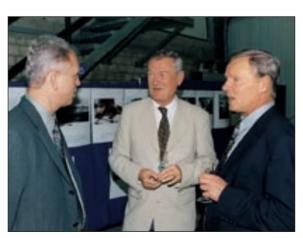
Bild oben: Leopold Isbrecht, geschäftsführender Gesellschafter des Fotogroßlabors Stoppel, begrüßte die Gäste.

Bild links: Leopold Isbrecht und Rainer Stoppel im Gespräch mit Goslars Oberbürgermeister, Dr. Otmar Hesse.



immer wieder Erweiterungen, Um- und Anbauten sowie die Errichtung von neuen Lagerhallen und Bürogebäuden notwendig. Diese Entwicklung ging stets Hand in Hand mit Investitionen in die Zukunft, die in jüngster Vergangenheit auch bei Stoppel vor allem durch digitale Technologien beeinflußt wurde.

In seiner Begrüßungsansprache unterstrich der geschäftsführende Gesellschafter des Unternehmens, Leopold Isbrecht, den Anspruch, hinsichtlich der Qualität die Nummer eins zu sein. Außerdem betonte er, daß Stoppel auch zukünftig dem Fotofachhandel und den Fotostudios verbunden bleibe.





NACH DEM GROSSEN WERBEERFOLG IM SOMMER:

# Die große Werbeaktion zur Foto-Wintersaison: FOTO-WINTER

Das attraktive Werbemittel für den Fotohandel <u>kostenlos!</u>

Jetzt bestellen!



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

#### **JETZT BESTELLEN!**

Sichern Sie sich jetzt Ihre Exemplare der Broschüre

#### Foto-Winter

Senden oder faxen Sie den Bestellcoupon bitte an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH Foto-Winter Postfach 1229 40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 - 20 27 90

Bitte	liefern	Sie mii	r kostenle	os frei	Haus .

...... Exemplare (Verpackungseinheit 500 Stck.) der Broschüre:

#### **Foto-Winter**

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindruckes. Die Gebühr beträgt 99,90 DM für die ersten 1.000 Exemplare und jeweils 59,50 DM für weitere 1.000 Exemplare (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer).

Auf Wunsch kann zu Broschüren mit individuellem Firmeneindruck kostenlos eine individuelle Preisliste geliefert werden.

Wir wünschen	oino oigono	Droiclicto

|--|--|

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:

#### europa-foto lud zur 35. Einkaufsmesse nach Wiesbaden

Auch die 35. europa-foto-Einkaufsmesse in Wiesbaden Mitte Oktober konnte wieder mit Superlativen aufwarten: Trotz der allgemein nicht zufriedenstellenden Wirtschaftslage fanden sich über 100 Aussteller in den Rhein-Main-Hallen ein. Sie benötigten zusammen mit der europa-foto-Zentrale über 3.600 Quadratmeter Ausstellungsfläche, um ihre aktuellen Produkte und Dienstleistungen vorzustellen.



Einen vollen Saal gab es wieder beim Insider-Treff mit Informationen und High-Noon-Angeboten.

## Über 100 Anbieter auf 3.600 m<sup>2</sup>

Unter den Industriepartnern fanden sich, auch dies ist für eine europafoto-Messe schon fast normal, wieder einige neue Aussteller. So konnten sich die Mitglieder beispielsweise bei

Gretag war zum ersten Mal auf der europafoto-Messe vertreten. Gezeigt wurden am Gretag-Stand Minilabs.

Gretag Imaging über deren Minilabs und bei der Gilette Gruppe über Batterien der Marke Duracell informieren. Außerdem waren der Film- und Papierhersteller Tura, der Telekommunikationsanbieter Herweck und der Softwareproduzent Adobe in den Ausstellungshallen zu finden.

Wie immer nutzten auch die Fachabteilungen der europa-foto-Zen-

trale die Gelegenheit, mit den Mitgliedern ins Gespräch zu kommen und diese mit Neuheiten und aktuellen Informationen zu versorgen. Einen der Schwerpunkte bildete hier das Intranet-Forum der Abteilung Betriebswirtschaft. Bei diesem Angebot handelt es sich um eine Börse für die Rubriken Suche, Biete, Verkauf, News und Diskussion.

Die Marketingabteilung der europa-foto-Zentrale zeigte die neuen Werbe- und Ver-

kaufsförderungsmittel, die für die Mitglieder und deren Winter-/Weihnachtsgeschäft von besonderer Bedeutung sind. Großen Anklang fand darüber hinaus, wie immer, der Insider-Treff,



Auch Noch-europa-foto-Geschäftsführer Rainer Sadtler und sein Nachfolger, Robby Kreft, standen den Mitgliedern zum Gespräch bereit. Fotos: Michael Hötzel



Betriebswirtschaftliche Informationen präsentierte Udo Neumann (M.), Mitarbeiter der europa-foto-Zentrale in Eschborn.

bei dem die Zentrale den europa-foto-Händlern vor allem sogenannte High-Noon-Angebote präsentierte – zeitlich begrenzte Schnäppchen, die attraktive Werbeangebote ermöglichen

und nicht zu Lasten der Marge des jeweiligen Mitgliedes gehen.

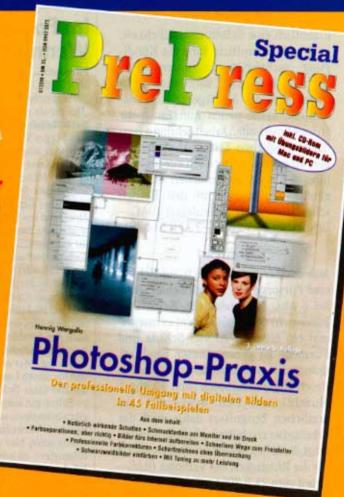
Weitere Höhepunkte der Veranstaltung waren die Demonstration computergestützter Mediaplanung mit der deutschen Post, die ebenso im Echtbetrieb getestet werden konnte wie die Auswahl und Buchung von Großflächenplakatwänden nach Regionen, Stadtteilen und sogar Straßen.

Auch wurden neue Eye-Catcher für das Schaufenster und Zugabeartikel vorgeführt, die eine Exklusivanfertigung des Herstellers Märklin für europa-foto-Mitglieder sind.

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



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:

>€

#### i+fc Recht

#### Technischer K.O.

Wenn einer die Papiere kriegt, ist das meistens endgültig. Nicht so bei einer personenbedingten Kündigung wegen Krankheit. Da kann es einen Wiedereinstellungsanspruch geben. Aber: War die Kündigung wirksam, geht der Anspruch ins Leere, wenn die nachträgliche überraschende grundlegende Besserung des Gesundheitszustandes erst nach Ablauf der Kündigungsfrist eingetreten ist (BAG – Urteil vom 27.6.2001 – 7 AZR 662/99).

#### Schnäppchen

Grundvoraussetzung einer verhaltensbedingten Kündigung ist die Abmahnung. Sie ist nur dann überflüssig, wenn es um gravierende Pflichtverstöße geht. Für Arbeitsverhältnisse, auf die das Kündigungsschutzgesetz nicht anwendbar ist, gibt es eine weitere Ausnahme: Auch hier muß vor der Kündigung nicht abgemahnt werden (BAG – Urteil vom 21.2.2001 – 2 AZR 579/99 – aber Vorsicht: Das kann man nach dem Ultima Ratio-Prinzip bei fristlosen Kündigungen anders sehen).

#### **Kuh-Pon-Handel**

"Hömma, gez is dat Gesetz wech und trotzdem noch Streß mit Rabatt?" Logo. Die Streichung von Rabattgesetz und Zugabeverordnung heißt ja nun nicht, daß alles erlaubt ist. So ist zum Beispiel die Ankündigung prozentualer Preisnachlässe bei der Abgabe von Rabattcoupons an Kundenkarteninhaber irreführend i.S. des § 3 UWG, wenn tatsächlich auch andere Kunden, die keine Kundenkarte haben, über die Coupons an die versprochenen Preisvorteile kommen (LG Stuttgart – Urteil vom 18.6.2001 – 5 KfH O 81/01).

#### Judaslohn

Die Gratwanderung zwischen Kür und Pflicht ist oft gefährlich. Da muß man auf der einen Seite tun, was man auf der anderen lieber lassen sollte. Verlangt eine Ermittlungsbehörde von einem Arbeitnehmer, ihr zu helfen, kann genau das dem Arbeitgeber schaden. Ahndet der den "Loyalitätsverstoß" mit einer fristlosen Kündigung, hat er ein Problem. Die Überreaktion ist nämlich rechtswidrig: Sonst kann der Staat seine verfassungsrechtliche Pflicht, eine funktionsfähige Strafrechtspflege zu gewährleisten, doch gar nicht erfüllen (BVerfG – Beschluß vom 2.7.2001 – 1 BvR 2049/00)

#### **Im Focus:**

#### Wenn's wieder Geld ohne Arbeit gibt...

**Tolle Tage:** 1. November, 21. November\*), 25. Dezember, 26. Dezember, 1. Januar. Die Welle rollt. Feiertage ohne Ende. Und die Zeche zahlt der Chef. Ab Neujahr sogar in Euro. "Feiertagsvergütung" heißt das in der Fachsprache: Geld ohne Arbeit. **Feste Form:** Wie vieles andere im Leben ist auch die Entgeltfortzahlung an Feiertagen gesetzlich geregelt: "Für Arbeitszeit, die infolge eines gesetzlichen Feiertages ausfällt, hat der Arbeitgeber dem Arbeitnehmer das Arbeitsentgelt zu zahlen, das er ohne den Arbeitsausfall erhalten hätte (§ 2 Absatz 1 Entgeltfortzahlungsgesetz)."

**Richtige Regel:** Das Entgeltfortzahlungsgesetz – EFZG – sichert nur den Arbeitnehmern Vergütungsansprüche, die an dem Feiertag eigentlich hätten arbeiten müssen. Folgerichtig hat derjenige, der planmäßig frei hat, keinen Anspruch, ohne Arbeit für den Feiertag Geld zu bekommen. Schließlich soll der Arbeitnehmer ja nur für die Arbeit bezahlt werden, die er wegen eines gesetzlichen Feiertages nicht leisten darf.

**Super Sache:** Nun kommt es häufig vor, daß Mitarbeiter vor oder nach Feiertagen blau machen. Oft wird die staatlich verordnete Auszeit mit Alkohol garniert, und dank Magengrimmen und Brummschädel bleibt der Spind am nächsten Tag leer. Hier sagt § 2 Absatz 3 EFZG: "Arbeitnehmer, die am letzten Arbeitstag vor oder am ersten Arbeitstag nach Feiertagen unentschuldigt der Arbeit fernbleiben, haben keinen Anspruch auf Bezahlung für diesen Feiertag." Na, da freut sich der Chef doch mal.

**Fix und fertig:** Das sind Mitarbeiter, wenn es um ihre sogenannten "freien Tage" geht. Die werden im Einzelhandel gewährt, um die 37,5-Stunden-Woche bei 6-tägiger Öffnungszeit ohne Mehrarbeit zu sichern. Dabei ist die Lösung doch ganz einfach: Fällt der freie Tag auf den Feiertag, hat der Mitarbeiter sein "Frei" gehabt. Er kriegt keinen Tag zusätzlich und macht seine 37,5 Stunden um den Feiertag herum. Liegt der freie Tag vor oder nach dem Feiertag, bleibt der Tag "frei". Wegen § 2 Absatz 1 EFZG muß man den Feiertag nämlich zur geleisteten Arbeitszeit rechnen.

**Leicht und locker:** So sollte man mit den EFZG-Bestimmungen nicht umgehen. Regelungen zu Lasten der Arbeitnehmer sind unzulässig. Verbesserungen können durch Tarifverträge erreicht werden (z. B. bei der "Nachgewährung ausgefallener freier Tage"). Eine besondere Problemgruppe stellen die flexibel und auf Abruf eingesetzten Kräfte dar. Auf der einen Seite würden sie nie an einem Feiertag zur Arbeit eingeteilt, weil ja keine Arbeit da ist. Auf der anderen Seite sollten sie schon in den Genuß bezahlter Freizeit kommen. Lösung: Man einigt sich per Arbeitsvertrag darauf, daß die eine Hälfte der gesetzlichen Feiertage bezahlt wird, die andere nicht.

\*) Der Buß- und Bettag ist nur noch in Sachsen gesetzlicher Feiertag!

#### Bankgeheimnis

Ist doch schön, wenn man nicht selbst zahlen muß. Manche Zeitgenossen beschränken sich nicht aufs bloße Schnorren, sie fälschen Überweisungen. Der Kontoinhaber haftet dabei allerdings nur, wenn er einen sogenannten Rechtsschein gesetzt hat. Seine girovertragliche Pflicht, die Fälschungsgefahr weitmöglichst auszuschließen, bedeutet aber nicht, einer Person seines Vertrauens keine Informationen über seine persönlichen und wirtschaftlichen Verhältnisse schießlich der Kontoverbindungen weitergeben zu dürfen (BAG - Urteil vom 17.7.2001 – XI ZR 325/00).

#### Ausgepowert

Ja klar: Neue Technologien schaffen neue Probleme. Im Internet zeigt sich das besonders. Das "Powershopping" ist beispielsweise eines dieser neuen Problemfelder. Einer bestimmten Form des "Kraftkaufs" hat das OLG Köln allerdings den Strom abgedreht. Wenn hier Preisnachlässe bis zu 50% zu erzielen sind und neben der Kaufkraftbündelung eine zeitliche Befristung und eine zahlenmäßige Begrenzung der Teilnehmer in den einzelnen Preisstufen vorgesehen ist, wird die Spiellust der Powershopper ausgenutzt. Und das ist sittenwidrig (Urteil vom 21.5.2001 – 6 U 204/00).

## **Polaroid Promotions** rund um die 600 und i-zone Sofortbildfilme

Sofortbildfotografie ist nach wie vor gefragt. Polaroid i-zone gehören seit zwei Jahren weltweit zu den meistverkauften Kameras. Die Polaroid 600 Sofortbildkameras liegen seit über 20 Jahren in der Hitliste der meistverkauften Kameras ganz oben. Um den Verkauf der Sofortbildfilme zu diesen beiden Kameralinien weiter anzuregen, bietet Polaroid jetzt zwei attraktive Film Promotions für die Verbraucher an.

#### Promotion Nummer eins: Polaroid 600 extreme Sofortbildfilme - Kaufe vier 600 Filme, und Du bekommst einen Film gratis.

Ab sofort hat der Handel die Gelegenheit, die Polaroid 600 Aktionsfilme zu ordern und anzubieten. Auslieferungszeitraum ist vom 1. November bis zum 31. Dezember 2001. Dieses Aktionsangebot beinhaltet, daß der Verbraucher beim Kauf von vier 600 Einzelpackungen bzw. zwei 600 Doppelpackungen einen Film gratis erhält.

Die Polaroid 600 Sofortbildfilme für diese Aktion sind mit einem auffälligen Aufdruck versehen, auf dem die genauen Modalitäten, wie der Verbraucher in den Genuß des Gratisfilms kommt, erklärt werden: Vier Bonuspunkte sammeln und an Polaroid in Deutschland oder Österreich einsenden. Innerhalb von vier Wochen wird dann der kostenlose Film zugeschickt. Maximal dürfen pro Einsender 20 Bonuspunkte (das entspricht fünf Gratisfilmen) abgerechnet werden.

Einsendeschluß für diese 600 Filmpromotion ist der 31.5.2002.

Für diese 600 extreme Sofortbildfilm-Promotion bietet Polaroid dem Handel ein auffallendes Topschild an, das auf dieses aktuelle Angebot aufmerksam machen soll.

#### Promotion Nummer zwei: Attraktive Promotion rund um Polaroid i-zone.

Auch für die Zielgruppe der i-zone Anwender gibt es ab sofort eine attraktive Promotion: Unter dem Motto "Geschenkt! Kaufe eine i-zone Kamera oder vier i-zone Filme - und Du erhältst einen i-zone Film gratis!" startet diese zeitlich begrenzte Aktion sofort.

Der Verbraucher muß lediglich die entsprechenden Kaufbelege an Polaroid einsenden, und innerhalb von vier Wochen wird ihm sein Gratisfilm zugestellt. Coupons mit den genauen Teilnahmebedingungen gibt es im Handel. Einsendeschluß ist der 30.4.2002.

Um auf diese Aktion aufmerksam zu machen, werden dem Handel von Polaroid aktionsspezifische Topschilder sowie Teilnahmekarten zur Verfügung gestellt. Durch diese auffallenden Displays in leuchtendem Gelb soll ein hoher Aufmerksamkeitsgrad erreicht

Mit diesen beiden Filmpromotions möchte Polaroid seinen Partnern im Handel nicht nur lukrative Verdienstspannen, sondern auch die Möglichkeit bieten, ihren Kunden rechtzeitig zur Saison der Feste zwei attraktive Sofortbildangebote machen zu können, die neben Stammkunden besonders auch Impulskäufer ansprechen werden.



#### Polaroid Fun Pack zur Partysaison soll Kunden zu Spontankäufen anregen

Passend zur bevorstehenden Indoor-Partysaison gibt es jetzt das neue Polaroid Fun Pack. Es enthält eine 600FF Sofortbildkamera im modisch blauen Design und zwei 600 Sofortbildfilme. Damit erhält der Kunde alles, was er für den Sofortbildspaß braucht, und das zu einem attraktiven Preis. Präsentiert wird das Erlebnisset in einer auffallenden orange-blauen Verpackung. Mit dem speziellen Fun Pack bietet Polaroid seinen Handelspartnern ein Komplettpaket zum günstigen Preis, das sich bestens bei Spontankäufen umsetzen läßt. Das Polaroid Fun Pack gibt es in einer limitierten Auflage, solange der Vorrat reicht.

## Michael Najjar: Cyber-Shots

Der freie Fotograf und Künstler Michael Najjar beschäftigt sich bereits seit vielen Jahren in seiner künstlerischen Arbeit mit der Schnittstelle zwischen analoger und digitaler Fotografie, der sogenannten "Hybridfotografie". In unterschiedlichen Themenbereichen untersucht er den Einfluß digitaler Technologien und der daraus erzeugten virtuellen Bilder auf unsere Wahrnehmung. Von der Firma Sony erhielt er nun

den Auftrag, die neue Digitalkamera DSC-S85 zu testen und eine künstlerische Arbeit damit zu konzipieren. Daraufhin beschäftigte sich Najjar

mit den medialen Eigengesetzlichkeiten digitaler Fotografie und versuchte herauszufinden, wo der Unterschied zu einer herkömmlichen analogen Kamera liegt.

Dabei haben sich folgende Charakteristika herauskristallisiert:

Entmaterialisierung durch den Wegfall der analogen fotochemischen Prozesse, Realsimulation durch fast zeitgleiche Visualisierung der Aufnahme auf dem Kameradisplay, irreversibler Datenverlust durch "delete-option", direkte Einspeisung in den virtuellen Dataflow und die Möglichkeit zur Aufnahme von Videosequenzen.

Aus den theoretischen Überlegungen heraus entwickelte sich die Arbeit "no memory access", die erstmalig in Berlin auf der diesjährigen Internationalen Funkausstellung in den Räumen von Sony gezeigt wurde. Zudem sollte das neueste Modell, die DSC-F707, auf der Funkausstellung im Rahmen eines künstlerisch konzipierten Fotoshootings vorgestellt werden. Hier entstand die Idee einer multimedialen Kungfu-Performance, in der die Überlappung verschiedener realer und simulierter Wahrnehmungsebenen sowie die kontinuierliche Beschleunigung der Bewegung die Basis bildeten. Die Foto- und Videoperformance trägt den Titel "KungFu – invisible acceleration" und war ebenfalls auf der Funkausstellung erstmalig zu sehen.

Die Arbeit "no memory access" wird in dem Ausstellungskatalog, der mit Unterstützung der Sony Deutschland GmbH entstanden ist, vorgestellt.

Diese Ausstellung thematisiert eine neue Ära der Immaterialität, die sich insbesondere durch den Verlust des Ortes definiert. Die Bilder und die Menschen darauf haben keinen festen Platz und keinen definierten Ort mehr. Sie verschwinden in den dunklen Tiefen der elektronischen Gedächtnisse, bereit, zu jeder Zeit in einer anderen Form an einem anderen Ort wieder aufzutauchen – oder durch Löschung für immer und unwiederbringlich sich unserem Zugriff

entziehen. Durch die Elimination der Personen aus den (Bild)Räumen, welche durch die Personen erst definiert werden, scheint die Zeit eines kurzen Augenblicks endlos zu werden. Dabei drängt sich das Bewußtsein von Vergänglichkeit in unse-

re Wahrnehmung.

Je länger man ein Bildpaar betrachtet, desto intensiver werden wir mit dem Phänomen konfrontiert, daß eine anwesende Wirklichkeit plötzlich abwesend und umgekehrt eine abwesende Wirklichkeit partiell und in simulativer Form anwesend wird. Was ist also real?

Die Arbeit "no memory access" besteht aus insgesamt zwölf Bildpaaren, die jeweils auf einem großformatigen Flatscreen präsentiert werden. Die beiden Bilder eines Paares werden langsam und kaum merklich ineinandergereiht, so daß sich die Person aus ihrer Umgebung herauslöst und sich dabei selbst aufzulösen scheint. Die Aufnahmen zu diesem gelungenen Projekt entstanden in New York, Miami, Luxor, Safaga, St. Tropez, Paris und Berlin.

Michael Najjar, Cyber-Shots, Katalog zur Ausstellung, 42 Seiten, 14 Farbaufnahmen, First Kruse Verlag Edition, Hamburg 2001, ISBN 3-934923-21-6.

#### Arbeits- und Umweltschutz bei der photographischen Verarbeitung

Der Fachverband der Photochemischen Industrie hat die Broschüre "Arbeitsund Umweltschutz bei der photographischen Verarbeitung" als überarbeitete und erweiterte Neuauflage der Information "Umweltgerechter Umgang mit Photochemikalien" von 1994 herausgegeben. In Zusammenarbeit mit den Unternehmen Adefo Chemie, Agfa, Fuji, Ilford, Kodak, Kodak Polychrome Graphics und Tetenal wurde die Broschüre veröffentlicht und kann bei den beteiligten Unternehmen oder dem Fachverband der Photochemischen Industrie bezogen werden.

Mit dieser Information werden die Anwender über die aktuelle Rechtslage im Abwasser- und Abfallrecht informiert und betriebliche Möglichkeiten zur Einhaltung der Vorschriften erläutert. Daneben werden die gesetzlichen Vorschriften zum Arbeitsschutz und zur Lagerung dargestellt. Die Broschüre ist damit eine Anleitung für den Arbeitsund Umweltschutz bei der Verarbeitung fotografischer Materialien.

Zielgruppe der Broschüre sind die Mitarbeiter und Verantwortlichen in Betrieben zur Verarbeitung von Filmen und Papieren auf Silberhalogenid-Basis. Darunter fallen unter anderem die Bereiche medizinisches Röntgen, zerstörungsfreie Materialprüfung, Druck-



vorbereitung (graphischer Film), Minilabs, Fachlabore, Fotolabore, Großlabore, Mikrographie, Spezialanwendungen (Luftbildaufnahmen, Verkehrsüberwachung u.a.).

Arbeits- und Umweltschutz bei der photographischen Verarbeitung, herausgegeben vom Fachverband der Photochemischen Industrie e.V., Karlstraße 19-21, 60329 Frankfurt am Main, 1. Auflage 06/2001.

# Wachstumsinitiative 2001 bei Bilderprofi Behrens

# Gebühren goldrichtig investiert

"Dank der Wachstumsinitiative Bild 2001 von Kodak Express weiß ich. daß ich die nächsten Jahre wirtschaftlich überstehen werde." Gut drei Monate nach dem Besuch des ersten Seminars, das Kodak Express in Zusammenarbeit mit Helmut Machemer International entwickelt hat, ist Benno Behrens. Fotohändler aus der niedersächsischen Kreisstadt Vechta, davon überzeugt, die Seminargebühren für sich und seine Mitarbeiter goldrichtig investiert zu haben.

Die Monate vor dem Seminar liefen nicht gut für Bilderprofi Behrens. Das gesamtwirtschaftliche Umfeld, das mit 25.000 Vechtaranern und weiteren 25.000 Einwohnern im Umland relativ kleine Einzugsgebiet, die Großstadt Bremen in unmittelbarer Nähe, ein Dutzend branchenfremder Bildertheken am Ort und zusätzlich eine Großbaustelle vor dem Laden ließen die Umsätze von Bilderprofi Behrens dramatisch zurückgehen.



Beratung wird bei Bilderprofi Behrens groß geschrieben – auch beim Neun-Pfennig-Bild.



Behrens in Vechta bewirbt Neun-Pfennig-Bilder.

Auf der Suche nach einem Ausweg aus dieser existenzbedrohenden Situation und bestärkt durch die langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit mit Außendienstler Jörg Vetter, der zu Kodak gewechselt war, nahm Behrens Kontakt zu Kodak Express auf. Behrens hatte schon früher mit Kodak Express zusammengearbeitet, dann aber die Geschäftsbeziehung beendet. Das unter der Leitung von Nicola Gizzi entwickelte Konzept mit dem Leitsatz "Kodak

> Express Händler sind es wert, neue Wege zu gehen" machte Behrens neugierig, und er wurde wieder zum Kodak Express Partner.

Einer der Bausteine dieses Konzepts ist die Wachstumsinitiative Bild 2001. In einem Seminar erarbeiten die Teilnehmer einen Maßnahmenkatalog, der innerhalb weniger Monate zu einer spürbaren Steigerung des Umsatzes führen soll. "Zwei Tatsachen sind hervorzuheben". antwortet Behrens auf die Frage, was er an dem Seminar als



besonders positiv empfunden habe. "Erstens: Die Teilnehmer bekommen nicht einen ganzen Katalog übergestülpt, an den sie sich penibel halten müssen. Sondern jeder kann aus einer Vielzahl von Modulen diejenigen herausgreifen, die für ihn wichtig sind. Und zweitens: Helmut Machemer, der Trainer, geht auf die individuelle Situation iedes einzelnen ein und erarbeitet Stück für Stück exakt die Strategie, die für dessen Standort angemessen ist." Daß dabei unter Umständen selbstaufgestellte "Gesetze" zu Fall gebracht

#### i+fc Minilab

werden und die Teilnehmer über ihren eigenen Schatten springen müssen, hat auch Benno Behrens festgestellt. "Niemals hätte ich vor dem Seminar geglaubt, einmal Neun-Pfennig-Bilder anzubieten", sagt er. Heute gehören diese nicht nur zum Angebot des Bilderprofis, sondern sie werden auch mit weithin sichtbaren Aufklebern auf den Schaufensterscheiben beworben. Hintergrund dieses "Gesinnungswandels" ist eine Marktanalyse. Sie zeigte, daß die Billigbild-Anbieter am Ort mit dem Preisargument Kunden erreichten, die der Bilderprofi niemals in seinem Laden zu sehen bekam oder schon lange nicht mehr zur Kundschaft zählte.

Eines der strategischen Ziele bei der Entwicklung eines individuellen Bildermarketings war es mithin, Angebote für eine preisorientierte Kundengruppe zu entwickeln. Behrens: "Niemand sollte mehr einen Grund haben, allein wegen des Preises zu einem Wettbewerber zu gehen." Also lautete das Motto: "Bei uns gibt es auch Neun-



Das "Nimm zwei Bilder"-Angebot gehört mittlerweile zu den erfolgreichsten Bilderlinien beim Bilderprofi Behrens.

#### Benno Behrens sucht Nachfolger für Geschäft in Bruchhausen-Vilsen

Benno Behrens hat 1994 den Sprung in die Selbständigkeit gewagt und sein Fotogeschäft in Vechta von seinem damaligen Chef übernommen. Im Jahr 2000 eröffnete er in Bruchhausen-Vilsen ein weiteres Fotogeschäft, das seitdem ebenfalls erfolgreich arbeitet. Aus familiären Gründen möchte Behrens dieses Geschäft nicht mehr weiterführen. Er sucht deshalb einen jungen Fotografenmeister oder eine junge Fotografenmeisterin, die den Betrieb in eigener Regie weiterführen möchten. Informationen dazu und zu den Erfahrungen mit den Kodak Express Seminaren erteilt Benno Behrens unter Telefon 04441/84111.



Für die Seminarteilnehmer steht ein Rollwagen mit exklusiven Fotoalben bereit, bei dem jedes Detail durchdacht ist, von der Bestückung über die Preisschilder bis zu den Demoalben mit Motiven aus der Umgebung.

Pfennig-Bilder, und das sogar mit Beratung." Es habe sich gelohnt, in dieses Preissegment einzusteigen, meint Behrens, der jeden Kunden penibel in einer Kundendatei erfaßt. Denn das ursprüngliche Ziel sei erreicht worden: Im Juli wurden 157 neue Kunden gezählt, im August 161 – deutlich mehr als in den Monaten vorher, in denen der Durchschnitt bei etwa 125 lag.

## Bilderlinien wurden neu aufgestellt

Über das Billigangebot hinaus, das von einem Großlabor erledigt wird, wurden auch die anderen Bilderlinien neu aufgestellt, denn die Produktion der Fotos am eigenen Minilab soll das Kerngeschäft bleiben. Als eine Neuerung wird das selbstproduzierte Bild unter dem Namen "Unser Bestes" in zwei Varianten angeboten: Zum Preis von 79 Pfennig (für das 9er- und das 10er-Format) plus 6,95 DM für Filmentwicklung und Indexprint "bis morgen, 17 Uhr", für zehn Pfennig mehr pro Print im Stundenservice. Zweite Neuerung war die Einführung des Angebotes, von jedem Erstauftrag einen zweiten Bildersatz für 20 Pfennig pro Bild zu fertigen. "Beide Maßnahmen haben sich bewährt", stellt Behrens fest. "Inzwischen nimmt fast jeder dritte Kunde einen zweiten Bildersatz mit nach Hause." In der Statistik liest sich das so: Bis zum Seminar wurden im Schnitt zirka 14.000 Bilder pro Monat am eigenen Minilab produziert, bereits im ersten Monat nach dem Seminar stieg diese Zahl auf 17.500, bei einem Anteil des Formats 10 x 15 cm von knapp über 80 Prozent.

Parallel zur Umsetzung der Seminarergebnisse für das Bildergeschäft begann Behrens auch, die Erkenntnisse für das Albengeschäft zu

nutzen. Ausgestattet mit einem exklusiv für die Seminarteilnehmer entwickelten Rollwagen mit 400 Fotoalben explodierte das Albengeschäft: Bereits im ersten Monat wurden 138 Alben verkauft, das entspricht einem Plus von 64 Prozent im Vergleich zum Jahresdurchschnitt. Und dabei handelte es sich nicht ausschließlich um die Sonderangebote. auch hochwertigere Modelle fanden ihre Käufer. Behrens: "Das Konzept ist voll aufgegangen: Die auffälligen "Halber-Preis'-Schilder dienen als Straßenstopper, die zum Kauf animieren, und wenn der Kunde das Geschäft betritt, ist es oftmals kein Problem, hochzuverkaufen,"

Behrens weiß, daß ausschließlich der Besuch des Kodak Express Seminars für den Erfolg verantwortlich ist. "Alles an dem Konzept hat einen Sinn", betont er. Ob es die Preisschilder, das Sortiment, die Anordnung der Alben auf dem Rollwagen oder die Bestückung einiger Demoalben mit Bildern aus dem unmittelbaren Umfeld seien. "Wer sich an die Vorgaben hält, hat Erfolg", sagt Behrens. Deshalb beginnt er in diesen Tagen damit, Teil drei des Seminars umzusetzen: Bis zum Weihnachtsgeschäft soll auch das Rahmengeschäft auf der Erfolgsschiene fahren.

# 10.209 Abonnenten (IVW 2/2001)

lesen Monat für Monat imaging+foto-contact - die größte Fachzeitschrift der Fotobranche - mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.

Zusätzlich zur regulären Auflage erhalten alle in der Handwerksrolle eingetragenen Berufsfotografen imaging+foto-contact, dem profi-contact - das offizielle Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände - beiliegt.

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 11.200 Exemplaren bundesweit (IVW 2/2001). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen
Auflage von 11.200 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50 % gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine
1/4 Seite im Textteil 1.250,- DM, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 625,- DM. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 10.- DM
berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und
Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 28 v. 01.01.2001) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

Kleinanzeige 1-spaltig (40,5 mm breit) zum mm-Preis von 2,34 DM x 27 mm Höhe = 63,18 DM zzgl. gesetzl. MwSt.

#### Wir verkaufen

 B 17-Profifilm, Hängermaschine, 2 Jahre alt -, Preis VB;
 Schnellfix 007 + Sleever, autom. Diarahmungs- und Eintaschgerät, fast neu - Preis VB.
 Fotolabor Muster

Telefon 000/0000000

Wir sind ein gut eingeführtes und erfolgreiches Paß- und Portraitstudio mit Fotofachgeschäft in der City von Essen. Zur Verstärkung unseres jungen Teams suchen wir zum nächstmöglichen Termin eine/n

#### Fotografen/-in

Wenn Sie erfolgsorientiertes Arbeiten gewohnt sind und neben dem kreativen Aspekt auch kaufmännische Belange in Ihre Arbeit einbeziehen können, freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Arbeitsproben an

Foto Studio • Rudi-Mustermann-Allee 86 • 01000 Dresden

Kleinanzeige 2-spaltig (87 mm breit) zum mm-Preis von 4,68 DM x 36 mm Höhe = 168,48 DM zzgl.gesetzl. MwSt.

1/9 Seite Kleinanzeige (56 x 85 mm)

zum

mm-Preis von

 $3,12 DM \times 85 mm hoch =$ 

265,20 DM

zzgl. gesetzl. MwSt.





#### Auftrag

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

- einmal in der n\u00e4chstm\u00f6glichen 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	Personal	lanzeigen
------------	----------	-----------

Me	ein Anzeigentext lautet:
****	
	Left H2N

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

Bankverbindung:

BLZ: \_\_\_\_\_\_\_\_abzubuchen.

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

#### Kleinanzeigen - Personalanzeigen - Kleinanzeigen - Personalanzeigen

Vertriebsprofi (Ende 40), z. Zt. in ungekündigter Stellung, sucht neue Aufgaben im Vertrieb. Erfahrung im Vertrieb, FFH-Key account Investitionsgüter. Mehrere Jahre mit Personalführung.

Chiffre 1045431101

Junger Fotokaufmann (Fotoschule Kiel) und Handelsfachwirt sucht neuen Wirkungskreis im In- oder Ausland oder als Filialleiter. Norddeutsche Interessenten bevorzugt.

Chiffre 1045361101

#### Kleinanzeigen • Angebote

# Vertragswerkstatt

Service für:

GAF

Film- + Fototechnil

Kameras Objektive Filmkameras

Dia-Projektoren Schmalfilm-Projektoren

aller Systeme

Wolfgang Würz Elsterweg 7

51149 Köln (Porz-Ensen) Telefon/Fax (0 22 03) 12136



#### Bitte weitersagen:

wir sind eines der führender Unternehmen für Foto-, Videound PC-Zubehäc zukunftsorientiert und setzen u.a. auf folgende Markenprodukte.

Diarahmen und Fotozubehör Foto , Video-und PC-Taschen PC-Taschen Foto- und

Videostative

Tiffon **Furiresu** 

Lexa

Filter und Vorsatz linden Batterier

Fototaschen Digitale Speicher karten & Zubehör Zur Betreuung unserer Key-Account-Kunden und zur

#### Bereichsverkaufsleiter Foto & Digital

Kontaktfreude und Flexibilität sowie eine kaufmännische Ausbildung setzen wir voraus. Branchenkenntnisse, Aussendienst- oder Vertriebserfahrung wären von Vorteil Selbstständiges arbeiten, auch am PC (M5 Office). ist prwunscht.

Wir bieten angemessene, leistungsprientierte Bezahlung, Lestungsprovisionen sowie ein neutrales

Auf thre aussagefähige schriftliche Bewerbung freuen wir uns

z.Hd. Herr Müller · Linsellesstr. 127-129 47 877 Willich · Tel.: 02154/9594-10 www.gbb-gmbh.de · eMail D.Mueller@gbb-gmbh.de

Ihr Reparatur-Service für Foto, Film, Video, AV und Hightech sämtlicher Hersteller



Autorisierte Vertragswerkstatt

## Canon

#### **Panasonic**

Service-Center Reutlingen

## Rollei BAUER

**BOSCH** Gruppe

ZETT

Germany The Leles

Kodak

Pioneer PHILIPS



reflecta

# **STADLER**

Wir reparieren für Sie

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

Telefon Telefax

0711 - 32 60 999 0711 - 32 60 909

www.fotoservice-stadler.de internet e-mail fotoservice-stadler@t-online.de

PENTAX Konica MINOX



72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN

FOTO-, VIDEO-, HIFI-

HERBERT GEISSLER Lichtensteinstraße 75

Telefon 07072/9297-0

Telefax 07072/2069

REPARATUREN

Camera Reparatur Service GmbH Vogelsrather Weg 25 41366 Schwalmtal - Waldniel

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

#### 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

# Warten verboter



# 24-Stunden Lieferservice!\*

computer foto gut 3/2001



OLYMPUS CAMEDIA C-2040 ZOOM

- 2,11 Mio. Pixel
- Auflösung 1600x1200
- 3-fach opt. Zoom 40-120 mm (KB), 2,5-fach digital
- 5-poliger externer Olympus TTL-Blitzanschluß
- serieller/USB-/Video-Anschluß
- für Win95/98/NT 4.0/Mac

Bestellnr. 298485

799;





#### KODAK DC 5000

- Einzigartiges Druckgehäuse zum Schutz gegen Wasser, Staub, Schmutz und Stöße aller Art.
- Große Bedienelemente für optimale Bedienung unter allen Bedingungen.
- 2,3 Mio. Pixel Auflösung
- 30-60 mm Zoom-Objektiv, 3-fach Digital-Zoom
- serieller /USB-Anschluß
- 8 MB Compact-Flash-Karte

Bestellnr. 262344

579;

#### SONY CYBERSHOT DSC-S 85

- 4,1 Mio. Pixel
- Auflösung 2272x1704
- 3-fach opt. Zoom 34-102 mm (KB)
- USB-/Video-/Audio-Anschluß
- mit 16 MB Memory Stick, Li-lo-Akku, Netz-/Ladeteil, USB-/Video-/ Audiokabel, Software

Bestellnr. 343285





ropas gitalkamera



computerfoto
sehr gut 8/2001

Digitalkam

1639;

\*vorausgesetzt Sie sind im Nachtsprung der Deutschen Post AG erreichbar. Preise netto zzgl. gesetzl. MwSt.

Verboten schnell. Verboten gut.

# www.dgh.de



#### Kleinanzeigen • Angebote

## Zentraler Reparatur-Service



#### **GEDDERT**

Meisterbetrieh –

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 Forth 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 -

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren autorisierte Kundendienstwerkstatt







Kameras • Objektive Dia-Projektoren Blitzgeräte

Das Leica-Team für Sucherkameras und Projektoren

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

#### Gute und preiswerte Color-Chrom-

#### Farb-ANSICHTSKARTEN

4-Farb-Druckträger, WPK Einbildkarte nach Dia 195, 2-4 Bildkarte nach Dia 295.- DM

incl. Probeandruck -

Fordern Sie die Unterlagen an:

1000

WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn Telefon 0 52 51/6 26 14, Telefax 0 52 51/6 50 46

#### 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 51 11 • E-Mail: nikon@aol.com

κ

#### ® Tokina

European Servicecenter

Kamera

Service GmbH

Longericher Straße 205 Telefon (0221) 9175222 50739 Köln-Bilderstöckchen Telefax (0221) 9175223

E-Mail: tokinarep@aol.com

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

## Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox

Coolpix · Coolscan

NIKON Vertragswerkstatt

Kompetent, preiswert, schnell

Rhonstraße 18 · 97422 Schweinfurt Tel. 09721/28566 • Fax 09721/25716

www.hoptauer-ki

# Kameraservice



Hausanschrift Moritzstraße 47 Ecke 1. Ring 65185 Wiesbaden

Postfachanschrift Postfach 2767 65017 Wiesbaden

Telefon 0611/39679 Telefax 0611/378173

Öffnungszeiten

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

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

#### DVD DVD DVD DVD DVD

jetel wuch hei

Viernheimer Video Transfer ob vom Film, Normal 8, Super 8, 16 mm, Dias

vom Video: VHS, SVHS, Hi 8, Mini DV wir brennen auf



bis 30 Minuten Netto 199 DM

jede weitere Minute vom Film 6,50 DM vom Vo vom Video 5.00 DM

Vernheimer Video Transfer 68519 Vernheim Schultheißen Str. 9 Tel.: 06204/71984

DVD DVD DVD DVD DVD

vom Professional-Ausrüster.

QUARTZ IMAGER - HALO IMAGER

500-1000 Watt, dimmbar, extrem preiswert. MEFO - Halogen-Dauerlicht

1250-2000 Watt für Foto, Video, Digital

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

#### CHAMALEON REFLEKTOREN, 5 In Elnem, Silber, Weiss, Suntiame, Schwarz, Diffusor,



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

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

www.fotolicht.de

#### Kleinanzeigen • Angebote



Aus Filial-Auflösung zu verkaufen: Polaroid Paß-System 350 in sehr gutem Zustand, 795,- DM, Paßbildkamera Mod. 402, Mod. 454. 300,- DM bzw. 400,- DM zzgl. 16% MwSt. Tel. 04971/866, Fax 3997

Fotofachgeschäft, ca. 30 km von Bremen in kleinem Einkaufszentrum im Künstlerdorf Worpswede, günstige Miete, 13 Jahre vor Ort, mit langjährigem Kundenstamm und Kurort-Touristen, aus gesundheitlichen Gründen zu verkaufen. Tel. 04791/959930

#### Foto-Aktienkurse

		18.10.2000	22.10.2001	niedrigst./höchs der letzten 12	
Agfa	EUR	26,3	0	10,8	25,8
Bayer	EUR	44,7	34,77	24.05	57,8
Canon	YEN	4.230	3.980	3.150	5.330
Casio	YEN	1.192	666	605	1.210
CeweColor	EUR	20,7	13.5	11,05	20,5
Dow Chemical	USD	34,8125	33,9	23	39,67
Du Pont	USD	40,5625	40,7	32,64	49,88
Eastman Kodak	USD	38,9375	34,24	30,75	49.95
Fujfilm	YEN	3,750	4.290	3.320	5,550
Gevaert	EUR	45	28,8	23	45,56
Gretag Imaging	CHF	771	4,9	4,51	376
Hewlett-Packard	USD	90,625	18,29	12,5	99,81
Hitachi	YEN	1.271	869	775	1.380
ICI	GBP	377	326	248	577,5
Imation	USD	16,1875	21,6	14,12	25,55
Jenoptik	EUR	34,3	18,3	13	35,6
Konica	YEN	785	639	560	1.020
Kyocera	YEN	15.150	9.230	7,000	16,150
Leica	EUR	8,9	6	5,12	12
Lintec Computer	EUR	38	6,55	4,85	35
Minolta Camera	YEN	542	288	279	627
Olympus	YEN	1.510	1.845	1.430	2.140
PixelNet :	EUR	10,4	4,35	2.8	12,8
Polaroid	USD	11,5625	0,29	0,05	10.25
Samsung	KRW	48,8	29,1	21,5	46,15
Sharp	YEN	1.653	1.382	999	1,895
Sony	YEN	10.080	5.000	3.960	10,680
Spector	EUR	22,81	9,25	6,13	23,2
Toshiba	YEN	870	522	423	877
Varta	EUR	11,7	0	13,25	14,3
Kurs: 1 EUR = 1,9	5583 D	M			
K	ursang	jaben: Deuts	che Bank AG	, Filiale Ratingen	

#### Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Studio-/Laborauflösung Mamiya RB 67 mit Objektiven 90 und 180 mm. Metoform 5160 Durchlaufentw.-Maschine. Metorette 60 Rotationsentw.-Maschine, Durst Laborator 138 Colorvergrößerer, Durst Color-kopf CLS 301, Komplettpreis 20.000,- DM.

Tel.: 02150/5856

#### 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

CCS - Windowlight - CCS Tel.: 04265/8772 Fax: 8792

#### Wir bieten

#### Foto-/Journalisten

(auch freiberuf), u. Berufsanfänger) und /erlagen Hilfe durch Vermittlungsdatei Fachliteratur und -informationen, u.U. Ausstellung eines Presseausweises Beratung, Unfallschutz, Internetforum Medienversorgung und mehr Kostenlose Informationen:

DPV Deutscher Presse Verband e.V. Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg tel.: 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79 e-mail:dpv.hb@dpv.org • www.dpv.org

#### Fotofachgeschäft mit Paßstudio Großraum Frankfurt

Umsatz

Fotoarbeiten

620 TDM

dayon

360 TDM

Kaufmittelzentrum, 34 T EW. 1a Lage, langjährig eingeführt, sehr gute Rendite, marktgerechte Übernahmekonditionen, ideal für Existenzgründer!



Gärtnerstraße 10 90408 Nürnberg Tel.: 0911/934840 Fax: 0911/346424

Visagistik im Portraitstudio Fachgerechtes Schminken von Studio-kunden, Einzelschulungen bei Beate Palutke, Fotografenmeisterin ur geb. Visagistin. Tel. 0581-2989

#### Verkaufe

Tamron-Zoom 90-300 mm mit Nikon AF-Anschluß, sehr guter Zustand. Preis 150,- DM.

Telefon 01 72/2 04 98 98 Fax: 0211/9292032

#### Fotogeschäft in Köln zu verkaufen

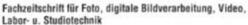
1 A Lauflage in Einkaufscenter/Kölner Norden. langjähriger Mietvertrag mit Option, ausgebildetes Fachpersonal, hochwertige Ladeneinrichtung (Stein, Laminat, Glas, Holz und Halogen), hoher Stammkundenanteil, guter Labor-, Film- und Rahmenumsatz, Kodak DPS-Anlage.

Chiffre 1045421101

#### Inserenten-Verzeichnis

Agfa2. U.	Olympus17
Bremaphot7	PMA69
C.A.TVerlag61, 66, 67	Pentax27
Canon80-82, 3, U., 4, U.	Sony11
Cewe23	VGP49
Dohm65	Walther Alben19
Goltdammer73	Kleinanzeigen75-79
Loersch34	profi-contact
Metz35	California Sunbounce5

#### Impressum: imaging+foto-contact



Mit Verlegerbeilage "Der Handel"

Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen, Redaktionsbürp: 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. Blómer, DGPh. (verantwortlich), Dipl.-Kfm. A. Blömer, H.G. Karber, Dipl. Journ. Herbert Päge, Jutta Ramlow, Dipl. rer. pol. Karla Schulze, Birgit Hölker M.A., Lidija Mizdrak M.A.

Neuheitenredaktion und Herstellung: Th. Six; Steuerfragen: Dipl.-Finanzwirt E. Ewerhart, Steuerberater, Düsseldorf-Benrath; Anzeigen: Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich); Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 28. Vertrieb: Karin Engemann. Als Fachzeitschrift für die deutsche Fotobranche erscheint imaging+foto-contact zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Jahresabonnement 71,50 DM, Auslandspreis 107,- DM. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden. Copyright by C.A.T.-Verlag Blomer GmbH.

#### Die MV 400-Serie:

Alles für den digitalen

Wunschzettel.

Die Weihnachtssaison steht vor der Tür. Kein Wunder, dass sich viele Ihrer Kunden jetzt einen handlichen, komfortablen digitalen Camcorder wünschen. Einen Camcorder aus der MV 400-Serie, der neben kompaktem und elegantem Design in MV-typischer Ergonomie vor allem eine Reihe intelligenter Aufnahme-Features bietet, die sonst nur in weitaus teureren Camcordern zu finden sind:

- ➤ Dank der erweiterten Aufnahmefunktion lässt sich die Aufnahmezeit auf dem Band des MV 450i bis um das Dreifache erweitern: z.B. speichert ein 60 Minuten-Band damit 180 Minuten Filmmaterial – eine echte Weltneuheit!
- ▶ Einen analogen Eingang zusätzlich zum digitalen Eingang bieten die Modelle in i-Version. Analoge Videosignale k\u00f6nnen damit digital abgespeichert und archiviert werden.
- ▶ Ein erweiterter Zubehörschuh sorgt beim MV 450i für noch mehr Perfektion in Sachen Bild- und Tonqualität. Videoleuchte oder Richtmikrofon lassen sich hier anschliessen und mit Strom versorgen.



- Ein Hochleistungs 10fach-Zoom (40/200fach digital) liefert in jeder Situation gestochen scharfe Aufnahmen.
- Der elektronische Bildstabilisator unterdrückt Unschärfen, die durch Verwackeln entstehen.
- Beleuchtete Funktionstasten erleichtern die Bedienung des MV 450i auch bei geringer Beleuchtung.
- ▶ Der große schwenkbarer 2,5" LCD Monitor liefert noch mehr Übersicht bei allen neuen 400er Modellen.



- In der Fotofunktion lassen sich bis zu 700 Einzelbilder auf einer Mini DV speichern.
- ▶ Die Bildschirmansicht beim MV 450i stellt wahlweise 4,9 oder 16 Bilder gleichzeitig auf dem Monitor dar.
- ▶ Absolute Speichersicherheit bieten der MV 430i und MV 450i. Einzelbilder können nicht nur auf DV Cassette oder Multi Media Card gespeichert werden. Die beiden MV-Modelle akzeptieren auch die neue SD (Secure Digital) Speicherkarten mit eingebautern Kopierschutz.
- Inklusive Nachbearbeitungs-Software Video deLuxe von Magix (OEM-Version der Software im Lieferumfang bei allen Camcordern der i-Version enthalten).



Die Preise der MV-Serie auf einen Blick:		
MV 450i	2.399,-* DM	1.226,59* EUR
MV 430i	2.199,-* DM	1.124,33* EUR
MV 400i	1.999,-* DM	1.022,07* EUR
MV 400	1.799,-* DM	919,81* EUR

Das Zubehör der MV-Seri	ie auf eine	n Blick:
Weitwinkelkonverter WD 30,5	219,-* DM	111,97° EUR
Telekonverter TL 30,5	219,-* DM	111,97* EUR
Grau- u. UV-Filterset FS 30,5	99,-* DM	50,62* EUR
Richtmikrofon DM 50 (nur 450i)	149,-* DM	76,18* EUR
Videoleuchte VL (nur 450i)	229,-* DM	117,09* EUR
Tasche "Apollo"	129,-* DM	65,96* EUR
Tasche "Paul"	99,-* DM	50,62* EUR
Tasche "Mary"	79,-* DM	40,39* EUR
Tasche "Sue"	59,-* DM	30,17* EUR

# Canon

Das neue EF 400 mm f/4 DO IS USM:

So leicht war ein Super-Tele noch nie zu haben.

Dank neuer Technologie ist das EF 400 mm f/4,0 DO IS USM kleiner und leichter als jedes vergleichbare Super-Tele.

Damit bieten Sie gerade den Sport- und Naturfotografen unter Ihren Kunden ein handliches
Tele-Objektiv mit innovativer, zuverlässiger
Technik.

Das im letzten Jahr auf der photokina vorgestellte Objektiv kommt jetzt zu Ihnen in den Handel. Das neue Tele-Objektiv hat eine geradezu revolutionäre Technik zu bieten. Das Multi-Layer Diffractive Optical Element (kurz DO-Element genannt), ein Mehrfach-Beugungsglied, sorgt dafür, dass das 400 mm f4,0 Tele-Objektiv inklusive USM Technik und optischem Bildstabilisator sage und schreibe 26 % kürzer und 36 % leichter wird.

Aber nicht nur das. Denn trotz geringerer Maße und niedrigerem Gewicht ist die neue DO-Technologie für signifikante Verbesserungen zuständig: chromatische Abberationen und die beim Einsatz eines Super-Teles oft auftretenden Farbfehler konnten völlig ausgeschlossen werden. Darüber hinaus werden mit dem neuen System dieselben hohen Abbildungsleistungen erzielt wie mit vergleichbaren dioptrischen Superteleobjektiven – also mit Objektiven, die sich ausschließlich aus brechenden Linsen zusammensetzen. Die positiven Eigenschaften von Fluorit- und von asphärischen Linsen werden damit in einem einzigen Element vereint. Wie bei jedem erstklassigen Objektiv aus dem Hause Canon sorgen ein optischer Bildstabilisator und ein Ultraschallmotor mit Innenfokussierung für noch mehr Präzision bei der Aufnahme.

Das neue Objektiv erweitert damit nicht nur das größte AF-Objektiv-Programm der Welt um ein weiteres Modell – gerade die Profis unter den Sport- und Naturfotografen werden das bequem tragbare, handliche Leichtgewicht unter den Supertele-Objektiven zu schätzen wissen.



Technische Daten:		
Bildgröße:	25 x 36 mm	
Optischer Aufbau: (Linsen/Gruppen)	17 Elemente in 13 Gruppen; inkl. einer Flourit-Linse, sowie einer DO Gruppe (2 Linsen bilden die DO Gruppe)	
Naheinstellgrenze:	3,5 m	
Blickwinkel Diagonal:	6°10°	
Blickwinkel Horizontal:	5°10'	
Blickwinkel Vertikal:	3°30'	
Max. Vergrößerung (x):	0,12	
Kleinste Blende:	1/32	
Anzahl der Blendenlamellen:	8	
Max. Ø x Länge:	128 dia. x 232,7 mm	
Gewicht:	1.940 g	
Gegenlichtblende:	E-145II	
Soft Case:	400B	
Preis:	15.644,68* DM 7.999,-* EUI	

Das hochwertige **Dreifach-Zoom-Objektiv** mit einer Brennweite von 35-105 mm (äquivalent Kleinbild) lässt sich extrem schnell fokussieren und sorgt damit gemeinsam mit dem TTL-Autofokus für jede Menge digitale Schnappschüsse in kürzester Reihenfolge. Da die gesamte Optik im Ruhezustand nur ganze 2,7 cm kurz ist, verschwindet sie nach getaner Arbeit komplett hinter der Front-Schiebeklappe aus Metall und unterstützt so die kompakte Bauweise.

13 flexible Aufnahmesteuerungsfunktionen, die über das aus der EOS-Technologie bekannte Wählrad direkt angesteuert werden, liefern dem Fotografen alle erdenklichen Möglichkeiten zur Bildgestaltung.



PowerShot \$40 (4 Mio. Pixel)

Preis: 1.999,-\* DM 1.022,07\* EUR

- im Handel erhältlich ab Ende Oktober 2001 -

Neben Blendenautomatik, Zeitautomatik und vielseitigen Motivprogrammen erlaubt ihm die Videofunktion die Aufnahme von Videofilmen von bis zu zwei Minuten Länge. Serienbilder liefern beide Kameras im Normal- oder Hochgeschwindigkeitsmodus.

Selbst die anschließende Nachbearbeitung der Aufnahmen machen die beiden Kompakten Ihren Kunden so einfach wie bequem: Beide Kameras, die S30 und die S40, können Fotos ohne Umweg über den PC direkt auf einem Drucker ausgeben: Der Canon Card-Printer CP-10 wird per Kabel mit der Kamera verbunden und unterstützt Auswahl, Nachbearbeitung und Direktdruck der gewünschten Bilder.



PowerShot \$30 (3,2 Mio. Pixel)

Preis: 1.699,-\* DM

868,68\* EUR

im Handel erhältlich ab Anfang November 2001 –

#### PowerShot S30 und S40: Die Technik im Detail.

- 3,2 bzw. 4 Mio. Pixel (S30/S40) für großformatige Poster-Ausdrucke
- Neuartige RGB-Primärfarbenfilter auf dem CCD-Sensor für bessere Farbwiedergabe
- 3fach Zoomobjektiv (35-105 mm äquivalent zu KB), um ferne Motive nah ran zu holen
- "My Camera Mode" zur individuellen Programmierung von Sounds und Startbildern
- 3 Belichtungsmessmethoden (mittenbetont, integral, Mehrfeld- und Spotmessung – verknüpfbar mit Autofokusmessfeld) für präzise Belichtungen

- 13 Belichtungsprogramme (inkl. manueller Einstellung) für kreatives Fotografieren
- Intelligenter Ai-Autofokus mit 3 Messfeldern (einzeln anwählbar und mit Spotmessung verknüpfbar) und wählbarer manueller Fokus zur perfekten Erfassung schwierigster Motive
- Serienbildgeschwindigkeit mit 3 Bildern pro Sekunde bei der S30 und 2,5 Bildern pro Sekunde bei der S40
- CCD-RAW-Modus für unkomprimiertes Speichern ohne Verluste
- CompactFlash Typ II für flexible Speicherkapazitäten bis zu 1GB (optional)

- www.powershot.de
- LCD-Monitor mit deutscher Menüführung, Lupenfunktion und Histogrammanzeige für hohe Benutzerfreundlichkeit
- Leistungsfähiger Lithium-Ionen
   Akku für anspruchsvollen Dauereinsatz
- PC-connected shooting zur vollständigen Kontrolle der Kamera durch den Computer via USB-Schnittstelle (inkl. Preview und Auslösen an Kamera und Computer)
- Unterwassergehäuse (optional)
   zum Einsatz der Kameras auch unter
   Wasser (Tauchtiefe 30m) und bei
   Outdoor-Aktivitäten



# Canon

# Supertechnik im Superdesign: Die digitale S-Klasse ist da.







Mit der PowerShot S30 und PowerShot S40 kommen gleich zwei Superlative in Ihr Geschäft. Denn die beiden neuen Digitalen von Canon beweisen, wie perfekt sich intelligente Technik und edles Alu-Design in einer handlichen Kompaktkamera miteinander verbinden lassen.

Über die beiden neuen digitalen Kompaktkameras freuen sich vor allem diejenigen, die in jeder Situation für einen Schnappschuss vorbereitet sein wollen. Denn dank geringem Gewicht und stabiler und gleichzeitig eleganter Bauweise im kompakten Format finden die beiden S-Modelle in jeder Hosentasche genügend Platz.

Die ambitionierten Fotografen unter Ihren Kunden werden darüber hinaus von den modernen Digitalfeatures der S30 und S40 begeistert sein – Features, die zu einem erstaunlich günstigen Preis zu haben sind: Mit neuen 4 bzw. 3,2 Megapixel-CCD-Sensoren (S40 bzw. S30) liefern die beiden neuen Digitalen hervorragende Bildqualität. Eine Qualität, die gemeinsam mit dem verlustfreien Canon-RAW-Format für die brillante Wiedergabe selbst von DIN A4- und DIN A3-Drucken sorgt.

Für Individualität bei eigenen Aufnahmekreationen ist der "My Camera Mode" verantwortlich. Er unterstützt den Fotografen beim Definieren und Speichern von Startbild, Startsound, Auslösesound und Selbstauslösesound ganz nach persönlichen Wünschen. Neben den vorinstallierten bzw. auf CD mitgelieferten Bildern und Sounds lassen sich via USB selbst-editierte Bilder und Sounds auf die Kamera überspielen. Ebenfalls neu ist die Tonaufnahme zu den Bildern. Sowohl direkt nach der Aufnahme als auch im Wiedergabemodus können pro Bild bis zu 60-sekündige Kommentare zu den Fotos aufgenommen werden.



Imaging across networks

POWERSHOT S30 UND S40: DIE DIGITALE S-KLASSE.

EF 400 MM F/4,0 DO IS USM: DAS LEICHTGEWICHT UNTER DEN SUPERTELE-OJEKTIVEN.

DIE MV 400 SERIE: CAMCODER FÜR`S FEST. flash

# DIGITALE KOMPAKTKAMERAS

**POWERSHOT S30 UND S40** 

