

imaging

+foto **contact**

11/2003

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

32. Jahrgang G 30605

<http://www.worldofphoto.de>

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Sanyo Xacti Digital Movie C1
Camcorder und Kamera
in einer Hand



Für Foto und Film

Mehr Bild
für Ihre
Kunden,
mehr Rendite
für Sie.

Wie das
geht, erfahren
Sie hier!



RICOH
Image Communication

Bitte wenden!

Interview mit Dietmar Franken, Prokurist Marketing und Vertrieb RICOH EUROPE B.V. (EPMCC Center)



imaging+foto-contact: Herr Franken, wie erfolgreich sind die Caplio-Modelle von Ricoh im stark umkämpften Digital-kameramarkt?

Dietmar Franken: Wir konnten in den letzten Monaten durch einen kontinuierlichen Ausbau der Marktanteile unsere Marktposition deutlich verbessern. Das belegt, daß der Fotohandel erkannt hat, daß man unsere Produkte gut verkaufen und damit die entsprechende Rendite erzielen kann.

imaging+foto-contact: Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück?

Dietmar Franken: Ganz offensichtlich hat sich die Produktpolitik von Ricoh ausgezahlt, nicht auf Pixel-Superlative oder massiven Werbedruck zu setzen, sondern auf innovative Features, die dem Verbraucher einen hohen Nutzen bieten. Aktuelle Beispiele dafür sind die Schnelligkeit unserer Modelle Caplio G4 und G4wide, und bei letzterem natürlich die

28 mm Brennweite, die einzigartig in dieser Klasse ist. Damit hat der Fotohandel gute Argumente für unsere Kameras. Ein weiterer Gesichtspunkt ist sicherlich, daß Ricoh-Produkte nicht im Brennpunkt des Preiskampfes stehen, so daß unsere Handelspartner mit unseren Kameras auch ordentliche Renditen erzielen können. Wir freuen uns über diese Entwicklung, die auch der Tatsache zu verdanken ist, daß wir mit den Zentralen der großen Fachhandelskooperationen sehr gut zusammenarbeiten.

imaging+foto-contact: Was haben die Caplio-Digitalkameras dem Endverbraucher zu bieten?

Dietmar Franken: An der Spitze von Umfragen, die ermittelt haben, welche Ausstattungsmerkmale den Verbrauchern am wichtigsten sind, stehen Features wie ein schneller Autofokus, eine geringe Auslöseverzögerung, eine schnelle Aufnahmebereitschaft oder die Möglichkeit,

Nahaufnahmen fotografieren zu können. Unsere Techniker haben bei der Entwicklung der Caplio-Modelle all diese Faktoren erfüllt.

imaging+foto-contact: Welche Digital-kameras zählen zu den Highlights des aktuellen Sortiments?

Dietmar Franken: Die gerade vorgestellte Caplio G4wide erfüllt neben den bereits genannten Features den Wunsch vieler Verbraucher nach einer Weitwinkel-Brennweite von 28 mm. Damit bietet sie mit einem 28-85 mm-Objektiv (entsprechend Kleinbildformat) als einzige Kamera dieser Klasse eine kürzere Brennweite als die sonst bei kompakten Digitalkameras übliche 35 mm-Anfangsbrennweite. Mit diesem Weitwinkel-Zoom hat der Anwender die Möglichkeit zur kreativen Bildgestaltung. Für Kunden, die längere Brennweiten bevorzugen, bieten wir die Caplio G4 an, die umgerechnet aufs Kleinbildformat eine Brennweite von 35-105 mm bietet.



imaging+foto-contact: Welche weiteren Besonderheiten haben die Caplio G4 und die Caplio G4wide zu bieten?

Dietmar Franken: Bereits 1,8 Sekunden nach dem Einschalten ist die Caplio G4wide einsatzbereit. Mit 1,9 Sekunden benötigt die Caplio G4 nur unwesentlich länger. Mit 0,14 Sekunden zwischen dem Drücken des Auslösers und der Aufnahme bieten beide Kameras die schnellste Auslösezeit der Welt in dieser Kameraklasse. Damit entgeht dem Verbraucher so schnell kein Schnappschuß-Motiv. In der Makrofunktion können die Kameras mit einem Abstand von nur einem Zentimeter selbst kleinste Details aufnehmen.

imaging+foto-contact: Welches Zubehör bieten Sie zu den G4-Modellen an?

Dietmar Franken: Mit dem optional erhältlichen Lithium-Ionen-Akku (DB-43) sind im Stromsparmmodus bis zu 4.300 Aufnahmen und unter normalen Nutzungsbedingungen mit einer Batterien-Ladung immerhin noch bis zu 400 Aufnahmen

möglich. Dazu bieten wir ein passendes Ladegerät, ein Netzteil und einen PC-Card-Adapter an.

imaging+foto-contact: Mit welchen Maßnahmen unterstützen Sie den Handel beim Abverkauf?

Dietmar Franken: Wir setzen bei der Verkaufsförderung auf eine enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern: Dadurch unterstützen wir den Fotohandel ganz direkt, indem wir gemeinsam individuell abgestimmte Konzepte erarbeiten. Dabei betreiben wir Werbung in allen einschlägigen Medien.

imaging+foto-contact: Haben Sie noch einen Tip für das Weihnachtsgeschäft?

Dietmar Franken: Unsere Drei-Megapixel-Digitalkamera Caplio 300G bietet dem Anwender Schutzgrad 7 gegen Wassereinwirkung. Damit ist sie die ideale Begleitung für die bald beginnende Ski-Saison.

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

Caplio G4 wide

NEU: Die erste digitale Kompaktkamera mit Zoom-Objektiv bis Weitwinkel 28 mm

- 0.14 Sek. Auslöse-Reaktion
- 3.24 Megapixel CCD
- Zoom: optisch 3x und digital 3,4x
- Einschaltzeit: 1,8 Sekunden
- Lange Akku-Laufzeit
- Wahl zwischen 3 Stromquellen
- Makro bis 1 cm und 4 cm Tele-Makro
- AVI Videoszenen mit Ton
- Taste für direktes Einstellen



Mehr auf's Bild bekommen!



3fach Zoom-Objektiv mit 28 mm* Weitwinkel eröffnet neue Perspektiven

* Vergleichsbrennweite zu Kleinbildkameras

Ricoh Caplio G4 und G4wide

Erfüllte Anwenderwünsche

35 mm, wie sie bei Digitalkameras üblich ist, beträgt der Bildwinkel lediglich 62 Grad. Somit können mit der kürzeren Brennweite dem Bild viel mehr Details hinzugefügt werden.

Details

Die Caplio G4 und die G4wide sind mit einer Makrofunktion ausgestattet, die Aufnahmen ab einem Abstand von einem Zentimeter ermöglicht. Damit können problemlos Details von Pflanzen, Blüten oder Insekten abgelichtet werden. Für eine brillante Wiedergabe mit naturgetreuen Farben sorgt der 3,24-Megapixel-Sensor zusammen mit einem neuentwickelten Prozessor. Das Dreifach-Zoom holt auch weiter entfernte Motive heran. Mit Hilfe des 3,4fach digitalen Zooms können Bilderdetails vergrößert und so die Qualität der Aufnahmen überprüft werden.

Einfache Bedienung

Über die Adjust-Taste der Kameras ist eine schnelle Korrektur der Belichtung, eine Veränderung des Weißabgleichs oder der ISO-Empfindlichkeit möglich, ohne daß der Anwender dafür extra ins Menü gehen müßte. Um die zuletzt aufgenommene Aufnahme sofort zu überprüfen, muß er lediglich die Schnellansicht-Taste drücken. Ein aufwendiger Wechsel von der Aufnahme- zur Wiedergabefunktion entfällt.

Flexible Energieversorgung

Für die Energieversorgung können wahlweise Mignonzellen (Alkali-Mangan oder NiMH-Akkus), ein Lithium Ionen Akku oder ein Netzteil verwendet werden. Eine lange Akku-Laufzeit bietet der optional von Ricoh angebotene

Lithium-Ionen-Akku (DB-43). Bis zu 4.300 Aufnahmen im Energiesparmodus (Blitz aus, ohne Zoomen, LCD aus, mit VGA-Auflösung) und bis zu 400 Aufnahmen unter normalen Nutzungsbedingungen (mit 50% Blitz- und Zoomverwendung, LCD ein, 30s zwischen den Aufnahmen, Vorschau aller Fotos) können mit ihm fotografiert werden. Energie gespart werden kann über die synchronisierte Monitorzuschaltung: Obwohl sich die Kamera im Aufnahmemodus befindet, bleibt der Monitor dunkel. Das Motiv wird erst nach Berührung der Zoomtaste oder des Auslösers angezeigt.

Flexibel sind auch die Möglichkeiten der Bildspeicherung: Zum einen können Aufnahmen im 8 MB großen internen Speicher, zum anderen auf optional erhältlichen SD- oder MultiMedia-Karten gespeichert werden.

Caplio



Aufnahmemodalitäten

Sechs Motivfunktionen für häufig wiederkehrende Aufnahmesituationen, die Aufzeichnung von Video und Ton (nur G4wide) und verschiedene Funktionen für Mehraufnahmen, um Bewegungsabläufe festzuhalten (S- und M-Serienbildfunktion) bieten dem Anwender zahlreiche kreative Gestaltungsmöglichkeiten rund ums Bild.

Bei der Entwicklung der Caplio G4 und Caplio G4wide haben sich die Ricoh-Ingenieure von den Anforderungen der Verbraucher leiten lassen, die immer wieder in Marktuntersuchungen deutlich werden. Das macht es dem Fotohandel leicht, diese Produkte zu verkaufen. Hier sind die wichtigsten Verkaufsargumente:

Schnelligkeit

Ricoh verwendet in beiden Digitalkameras ein hybrides Autofokus-System. Dieses vereint die Vorteile eines separaten Sensors und der Scharfstellung durch das Objektiv. Das externe System ist ständig in Betrieb, beschleunigt so die Auslösereaktion und erweitert die Aufnahmemöglichkeiten in dunkler Umgebung. Dank dieses Systems verfügt die G4wide mit 0,14 Sekunden über die schnellste Auslösereaktion der Welt. Darüber hinaus sind die G4wide mit 1,8 Sekunden und die G4 mit 1,9 Sekunden extrem schnell aufnahmebereit.

Die Caplio G4wide bietet als einzige digitale Kompaktkamera eine Weitwinkel-Brennweite von 28 mm. Damit kann sie einen Bildwinkel von 76 Grad erfassen. Bei einer Brennweite von



NORITSU

***Das professionelle
Werkzeug für Ihr
digitales Bildergeschäft...***



QSS-3000

Analog & Digital, 600 Bilder/h*

* 9 x 13 cm



Zum Titelbild: Xacti Digital Movie C1 von Sanyo: für Foto und Film

Mit einem weltweiten Produktionsanteil von zirka 30 Prozent (inklusive OEM-Produkte) ist Sanyo der größte Hersteller von Digitalkameras. Bereits seit Anfang des Jahres lässt das Unternehmen dieses Know-how in die Entwicklung der eigenen Kameralinie Xacti einfließen. Mit der Vorstellung der Xacti Digital Movie C1 möchte Sanyo in neue digitale Dimensionen vordringen: Das Produkt ist gleichzeitig Camcorder und hochauflösende Digitalkamera. In dem lediglich 69 x 34 x 108 mm kleinen, ergonomisch geformten Gehäuse der Xacti Digital Movie C1 verbirgt sich ein 3,2 Megapixel CCD-Chip. Dieser schafft die Voraussetzung sowohl für farbenprächtige Fotografien als auch für abwechslungsreiche Movie-Clips in voller VGA-Auflösung.



Seite 58

Wachstumsstrategie für die digitalen Zukunftsmärkte – Kodaks neuer Weg

Als Kodak Ende September auf einer Investoren-Konferenz in New York seine neue Wachstumsstrategie für das Digitalzeitalter bekanntgab, schlugen die Wellen in der Wirtschaftspresse hoch. Sogar einen Rückzug aus dem Filmgeschäft wollten einige Journalisten aus den Aussagen von Kodak Chef Dan Carp und seiner Manager-Kollegen herausgehört haben. Davon kann indessen nicht die Rede sein: Im Gegenteil, die Erträge aus den traditionellen Geschäftsbereichen sollen die Kodak Wachstumsstrategie im Digitalsegment finanzieren. Das neue Geschäftsmodell, das Kodak in New York vorstellte, markiert einen bemerkenswerten Wendepunkt in der 120jährigen Geschichte des Unternehmens.



Seite 12

Seite 12

Seite 12

imaging+foto-contact-Interviews

Während die Börse lange Zeit durch schwere Zeiten ging, hat sich die Aktie des europäischen Großfinishing-Unternehmens CeWe Color im vergangenen Jahr deutlich nach oben entwickelt. Neben den guten Zahlen und der gesunden Bilanzstruktur des Unternehmens hat die Börse dabei offensichtlich die Strategien von CeWe Color für das digitale Fotozeitalter honoriert. Kommuniziert werden diese in einem professionellen Investor Relations Konzept. Die große Bedeutung, die CeWe Color der Kommunikation mit Analysten, Investmentbanken und Fonds beimißt, beschränkt sich dabei keinesfalls auf die Funktion der Pflege des Aktienkurses. Vielmehr sieht Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, Investor Relations als effizientes Marketing-Instrument für das Gesamtunternehmen.



Seite 16



Mit der Einführung des ersten Inkjet-„Minilabs“ bringt Noritsu ein innovatives Geräte-Konzept auf den Markt, um das digitale Bildergeschäft auszuweiten. imaging+foto-contact hat mit Noritsu Verkaufsleiter Thomas Mümken über die Positionierung des Gerätes gesprochen.

Seite 22

Die vielzitierte Konvergenz der Medien zeigt sich in wenigen Produkten so deutlich wie in Mobiltelefonen. Längst sind die Zeiten vorbei, in denen Handys nur Sprachdienste und das Versenden von Kurzmitteilungen ermöglichten. imaging+foto-contact fragte Ulrich Twiehaus, Leiter Mobile Phones Deutschland bei Siemens mobile, welche Chancen sich für den Fotohandel durch Fotohandys ergeben.



Seite 30



Interview mit Dietmar Franken, Prokurist Marketing und Vertrieb Ricoh Europe B.V. (EPMC Center), über den Erfolg der Caplio-Modelle im stark umkämpften Markt und wie Ricoh den Fachhandel beim Abverkauf unterstützt.

Seite 3

Erfolgreiche Ringfoto-Messe in Erlangen

Mit 2.312 Besuchern, die 1.006 Fotohändler repräsentierten, war die Ringfoto-Herbstmesse, die vom 26. bis 28. September 2003 in Erlangen stattfand, ein voller Erfolg. Dabei wurden nicht nur die aktuellen Produktneuheiten der Industrie präsentiert, sondern auch das neue digitale Informations- und Ordersystem RIO, mit dem Ringfoto die Dienstleistungen der Kooperation für ihre Mitglieder noch effizienter machen will. Bereits jetzt ist die digitale Fotografie der Hauptumsatzträger für die Ringfoto-Mitglieder. Im vergangenen Jahr stieg der Umsatz in diesem Segment um über 70 Prozent auf 925 Millionen Euro. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet die Kooperation eine weitere Absatzsteigerung bei digitalen Kameras um 100 Prozent und eine Umsatzsteigerung von 65 Prozent.

Seite 26





Zum Titelbild

Sanyo hat mit der Xacti Digital Movie C1 einen leistungsfähigen Camcorder und eine Kamera in einem Gerät vorgestellt **58**

Editorial

Welche Chancen bieten Fotohandys für den Fotohändler? **9**

Wirtschaftspolitische Kommentar

Unsere Zwei-Klassen-Gesellschaft fängt schon bei den „Lehrlingen“ an **74**

Industrie

Kodaks Wachstumsstrategie für die digitalen Zukunftsmärkte **12**
Hama will auch nach 80 Jahren weiter wachsen .. **70**

Bilddienstleistungen

Online-Auftragsauskunft bei CeWe Color erfolgreich gestartet **18**
Noritsu dDP-411 Inkjet-Printsystem jetzt lieferbar **22**
Neues Kodak Express Partner-Konzept mit Vollsortiment **63**

Handel

Erfolgreiche Ringfoto-Messe in Erlangen **26**
Mit Siemens verwandelt der Handel Handyfotos in Erträge **44**
Von den Problemen, eine Knipskamera zu kaufen **64**
H. D. Lehmann: Anerkennung **81**

imaging+foto-contact-Interviews

Interview mit Dietmar Franken, Prokurist Marketing und Vertrieb, Ricoh Europe B.V. (EPMMC Center) **3**
Interview mit Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG: Investor Relations für die Fotobranche **16**
Interview mit Noritsu Verkaufsleiter Thomas Mümken: „Neue Anwendungen“ **22**
Interview mit Ulrich Twiehaus, Leiter Mobile Phones Deutschland bei Siemens mobile: „Fotohandys sind weit mehr als eine Mode“ **30**

Olympus Camedia C-5060 Wide Zoom

Die Camedia C-5060 Wide Zoom von Olympus sorgt mit einer 5,1-Megapixel-Auflösung, einem Weitwinkelzoom und einer geringen Auslöseverzögerung dafür, daß selbst Schnappschußaufnahmen problemlos gelingen. Das Weitwinkelzoom bietet eine Brennweite von 27 bis 110 mm verglichen mit dem Kleinbildformat. **Seite 60**



Marktübersicht Fotohandys mit 54 Modellen

Es gibt keinen Zweifel daran, daß Handys auch in diesem Jahr wieder zu den Top-Produkten des Weihnachtsgeschäftes gehören werden. Eine der wichtigsten Funktionen, die die Wertigkeit eines Handys steigern, ist derzeit die Aufnahmemöglichkeit für Fotos und/oder Videos. Und genau hier werden Mobiltelefone auch für den Fotohandel zu einer Empfehlung für seine Kunden, wenn es um die Frage nach dem idealen Weihnachtsgeschenk geht. **Seite 34**



Digital Imaging

Verkaufsargumente für die Ricoh Digitalkameras Caplio G4 und Caplio G4wide **5**
Herstellerübergreifender Direktdruck-Standard PictBridge **46**
Digital Optic Center von Soligor macht Zubehörverkauf einfach **54**
Kodak EasyShare DX6490 Zoom Digital Camera: Eintritt in den Markt für ambitionierte Fotoamateure **56**
Xacti Digital Movie C1 von Sanyo **58**
Olympus Camedia C-5060 Wide Zoom **60**
Aktuelle Pentax-Kampagne für Optio Digitalkameras **69**
Neuheiten Digital Imaging **53, 55, 61**

Nachrichten **10, 62, 66**

Foto + Telekommunikation

Fotohandys als ideale Weihnachtsgeschenke: Marktübersicht listet 54 aktuelle Modelle auf **34**

Video

U. Vielmuth: IFA-Nachlese: Mehr Camcorder mit professioneller Qualität **76**

Profi

Support-Programm für Olympus E-System **52**

Neuheiten **68**

Point of Sale

Agfa-Herbstpromotion soll Filmumsatz beflügeln **75**

Nachträge grosser foto-katalog **77**

Rechtstips **82**

Literatur **84**

Inserenten-Verzeichnis **89**

Klein- und Personalanzeigen **85**

Impressum **89**

Welche Chancen bieten Fotohandys für den Fotohändler?

Ein wahrer Traum

Nicht weniger als 54 aktuelle Kamerahandy-Modelle weist die Marktübersicht auf, die wir in dieser Ausgabe zusammengestellt haben. Lange wird sie nicht aktuell bleiben, denn sozusagen täglich kommen weitere hinzu. Und wenn wir in einem Jahr noch einmal eine vergleichbare Übersicht zusammenstellen wollen, werden wir vermutlich eine umfangreiche Sonderausgabe drucken müssen.

Bereits in diesem Jahr, so sagen die Marktforscher, wird die Zahl der verkauften Fotohandys weltweit die der Digitalkameras deutlich übertreffen und in den nächsten Jahren ein Vielfaches erreichen. Schon werden detaillierte Rechnungen veröffentlicht, wieviel Umsatz diese praktischen Fotobegleiter dem Digitalkamera-Geschäft wegnehmen werden. Wer gerne klagt, kann sich gerne mit solchen Gedanken weiter beschäftigen. Fürs eigene Geschäft ist es allerdings besser, auf die Chancen zu schauen, die sich durch diesen neuen Boom in der Telekommunikation ergeben. Denn wenn nicht alles täuscht, wird mit den Fotohandys ein alter Traum unserer Branche wahr: daß nämlich jede und jeder sozusagen immer und überall eine Kamera dabei hat. Jetzt müssen wir nur noch dafür Sorge tragen, daß davon reichlich Bilder geprintet werden.

Von den zur Zeit noch vergleichsweise niedrigen Auflösungen der Handynipser, bei denen VGA augenblicklich die obere Grenze ist, sollte man sich dabei nicht täuschen lassen. Megapixel-Handys werden schnell kommen – in anderen Ländern wie Japan ist es seit diesem Sommer schon soweit. Der Erfolg war bis-

lang mehr als durchschlagend: Das MovaS0505i, hergestellt von Sony Ericsson Mobile Communications Japan Inc. und vertrieben vom Netzbetreiber NTT DoCoMo Inc., brachte es am ersten Verkaufstag, den 4. Juni, auf 40.000 Geräte. Einen Monat später wies die Bilanz schon 300.000 verkaufte Einheiten aus. Innerhalb der nächsten vier Jahre sollen nach Ansicht von Analysten bis zu 120 Millionen Fotohandys weltweit über die Ladentheken wandern.

Natürlich wird ein großer Teil davon, was Deutschland angeht, über die Mobilfunkbetreiber im Rahmen von Vertragserneuerungen an den Mann gebracht werden. Aber auch diese Kamerahandys sind für das Bildergeschäft nicht verloren. Das Potential ist groß: In Japan hat das Marktforschungsunternehmen Nikkei BP Consulting herausgefunden, daß Besitzer von Fotohandys durchschnittlich 4,7 Bilder pro Woche aufnehmen. Das sind 244 Digitalfotos im Jahr. Je höher die Auflösung der eingebauten Kamera ist, umso häufiger wird sie eingesetzt.

Zur Zeit sind für das Herstellen von Bildern am besten Foto Kiosks geeignet, die mit einem Bluetooth-Modul ausgestattet sind. Das ist aber voraussichtlich nur eine Übergangslösung: In Japan werden die besseren Handy-Modelle bereits mit Speicherkarten ausgestattet. Die Industrie hat extra zu diesem Zweck die Mini-SD-Karte als kompaktes Speichermedium entwickelt. Damit können die Handy-Pixel direkt von den entsprechenden Laufwerken im Foto Kiosk, Minilab und digitalen Großlabor-Stationen gelesen werden.

Trotz höherer Auflösung dürfte die fotografische Leistungsfähigkeit dieser Produkte relativ schnell an die Grenzen stoßen, die schon von der Baugröße dieser technischen Wunderwerke vorgeschrieben sind. Zoomobjektive und asphärische Linsen werden hier wohl kaum in größerem Umfang eingesetzt werden.

Das bedeutet nicht, daß die Bilder unbedingt schlecht sind. Sie dürften schnell das Qualitätsniveau erreichen oder auch übertreffen, das die Verbraucher zum Beispiel von einer Einwegkamera gewöhnt sind. Vermutlich wird der Verwendungszweck dieser Fotohandys sich in ähnlichen Regionen bewegen: für das schnelle Spaßbild zwischendurch, den Schnappschuß in der Disko, das erste Foto von der neuen Freundin. Letzteres übrigens möchte man vielleicht dann gerne auf Papier haben.

Bild-Dienstleistungen für Fotohandys sind das eine, die alte Weisheit „der Appetit kommt beim Essen“ die andere. Mag sein, daß die Fotohandys das Digitalkamera-Geschäft im unteren Segment kannibalisieren werden. Anders herum werden viele Konsumenten, die gar nicht an den Kauf einer Kamera gedacht haben, lernen, daß Fotografieren Spaß macht. Das weckt den Wunsch nach etwas besserem – und den kann den Fotohandel hervorragend erfüllen.

Wenn Fotohandys in diesem Jahr erstmals zum Bestseller im Weihnachtsgeschäft werden sollten, muß der Fotohandel also nicht die Stirn in Sorgenfalten legen. Dennoch sollte etwas nicht vergessen werden: Es gibt keinen Grund, solche Geräte nicht im eigenen Geschäft zu verkaufen. Das bringt nicht nur zusätzlichen Umsatz und die Chance, einen Kunden fürs Bildergeschäft zu gewinnen, sondern vor allem Zielgruppen in den Laden, die ihn für eine Kamera niemals betreten hätten.

Th. Blömer



Photoindustrie-Verband ehrt beste Forums-Absolventin

Der Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, Rainer Schmidt, hat Ende September den Preis des Photoindustrie-Verbandes für den besten Absolventen/die beste Absolventin des Hauptlehrgangs Handelsfachwirt/Handelsfachwirtin (IHK) Fachrichtung Photo- und Medientechnik am Photo- und Medienforum Kiel überreicht. Preisträgerin 2003 wurde Tina Kasten. Die Preisverleihung fand in den Geschäftsräumen der foto-markt GmbH Carlo Zahlen in Reutlingen statt, dem neuen Arbeitgeber von Tina Kasten. An der Preisverleihung nahmen außerdem Rolf Röder, Vorstandsmitglied des Photo- und Medienforums, sowie die Forums Geschäftsführerin Gabriele Scheibel teil.

COS Distribution AG bezieht neues Gebäude

Seit Mitte September ist die Niederlassung Berlin der COS Distribution AG in einem neuen Gebäude unter der Adresse Kaiserdamm 100, 14057 Berlin, beheimatet. Die dortige Telefonnummer lautet 030/3030010, per Telefax ist das Unternehmen unter 030/30300155 zu erreichen. Einer Pressemeldung zufolge erforderte nicht nur die personelle Veränderung der Vertriebsstelle in der Bundeshauptstadt den Umzug in größere Räumlichkeiten, auch die stetig wachsende Zahl an Fachhändlern habe die Verlegung der Außenstelle des Lindener Grossisten in größere Räumlichkeiten notwendig gemacht. Das neu bezogene Gebäude ist ein Altbau, der von Grund auf renoviert und auf die Bedürfnisse des Vertriebs ausgerichtet wurde. Ein ansprechendes Äußeres und eine angenehme Arbeitsumgebung können somit laut COS Distribution AG vereint werden. Die neue Arbeitsfläche beträgt jetzt 136 qm. Um den Umzug in die neuen Räume zu feiern, lädt das Unternehmen alle Händler für den 5. November zum Umtrunk in die

Berliner Niederlassung ein. Ab 16.00 Uhr stehen an diesem Tag die Mitarbeiter der Berliner Niederlassung, der Gesamtvertriebsleiter Siegfried Lemke und Vorstand Anke Kugies für Fragen zur Verfügung. An diesem „Tag der offenen Tür“ können Händler ihren Ansprechpartner persönlich kennenlernen und sich bei einem Rundgang einen eigenen Eindruck über die neuen Büroräume verschaffen. Interessenten können sich unter marketing@cosag.de für den „Tag der offenen Tür“ anmelden.

Über acht Millionen Kunden in Deutschland

Die debitel AG hat ihr Wachstum fortgesetzt und erreicht durch die Vertriebsaktivitäten des dritten Quartals allein in Deutschland einen Kundestamm von über acht Millionen Teilnehmern. Dabei haben sich nach Angaben des Unternehmens seit Jahresbeginn rund 814.000 Vertragskunden für debitel entschieden. Wie im vorangegangenen Halbjahr überwog die Anzahl der Kunden in neuen Vertragsverhältnissen die der Prepaid-

Neukunden. „Wir investieren weiter in die Gewinnung und Bindung von Kunden“, erklärte Peter Wagner, Vorsitzender des Vorstands der debitel AG. „Im Vorfeld sich abzeichnender Marktkonzentration ist dies von umso größerer Bedeutung für die kontinuierliche Profitabilität.“ Mit den über 259.000 neuen Vertragskunden konnte debitel in den letzten drei Monaten den Trend des ersten Halbjahres fortsetzen und die Qualität des Kundestammes erneut verbessern. Die genannte Anzahl der neuen Vertragskunden bedeutet, daß über 50 Prozent der Neukunden ein festes Vertragsverhältnis mit debitel eingingen. Bei den deutschlandweit über acht Millionen Teilnehmern (davon 107.000 Internetnutzer) handelt es sich um eigene Kunden von debitel. In bezug auf die von den Netzbetreibern gemeldeten Teilnehmerzahlen ist zu beachten, daß die debitel-Kunden auch in den Statistiken der Netzbetreiber als Teilnehmer aufgeführt werden, dort aber lediglich Nutzer der jeweiligen Infrastruktur sind.

„Mit den über acht Millionen Kunden in Deutschland und dem gestiegenen Vertragskundenanteil liegt debitel bei den Service-Providern ganz klar an erster Stelle und belegt weiterhin den dritten Platz im Mobilfunk-Gesamtmarkt“, stellt Peter Wagner klar.

Photo+Medienforum Kiel: Freie Plätze für Hauptlehrgang

Das Photo+Medienforum Kiel hat für die Ausbildung zum Handelsfachwirt/-in (IHK) Fachrichtung „Foto- und Medientechnik“ vom 5. Januar bis zum 11. Juni 2004 im Kieler Forum noch Plätze frei. Im kaufmännischen Teil, mit Abschluß „Handelsfachwirt (IHK)“, stehen unter anderem, neben der klassischen Betriebswirtschaftslehre, Personalwesen, Marketing und Unternehmensführung auf dem Stundenplan. Zum Foto- und Medientechnikteil, mit Abschluß „IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik“, gehören fotografische Grundlagen, Geräte und Medientechnik wie auch Dienstleistungen. Weitere Informationen, etwa zu Voraussetzungen oder Förderungsmöglichkeiten, sind beim Photo+Medienforum Kiel, Tel.: 0431-579700, E-Mail: mail@photomedienforum.de erhältlich.

Der Foto-Großhandel mit Beratung vor Ort durch qualifizierten Außendienst

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

CAPTURE EVERY MOMENT



C-740 Ultra Zoom

Zoompower zum attraktiven Preis

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



CAMEDIA C-350 Zoom

Digitaler Fotospaß mit perfekter Ausstattung

- 3,2 Mio. Pixel
- 3fach optischer + 3,3fach digitaler Zoom
- sehr bedienerfreundlich



µ[mju:]-400 Digital

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

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



µ[mju:]-III Wide 100

Die perfekte Einheit von Form und Funktion

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



OLYMPUS

Your Vision, Our Future

Wachstumsstrategie für die digitalen Zukunftsmärkte

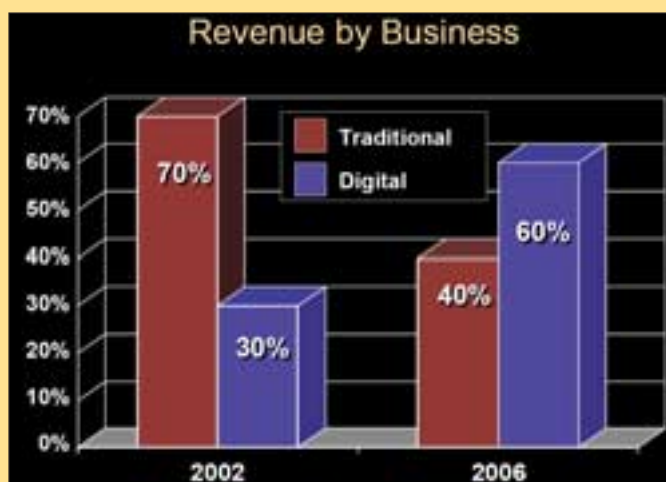
KODAKS NEUER WEG



Dan Carp, Chairman und CEO der Eastman Kodak Company

Als Kodak Ende September auf einer Investoren-Konferenz in New York seine neue Wachstumsstrategie für das Digitalzeitalter bekanntgab, schlugen die Wellen in der Wirtschaftspresse hoch. Sogar einen Rückzug aus dem Filmgeschäft wollten einige Journalisten aus den Aussagen von Kodak Chef Dan Carp und seiner Manager-Kollegen herausgehört haben. Davon kann indessen nicht die Rede sein: Im Gegenteil, die Erträge aus den traditionellen Geschäftsbereichen sollen die Kodak Wachstumsstrategie im Digitalsegment finanzieren.

Das neue Geschäftsmodell, das Kodak in New York vorstellte, markiert einen bemerkenswerten Wendepunkt in der 120jährigen Geschichte des Unternehmens. Nachdem das traditionelle Filmgeschäft in diesem Jahr nicht nur unter dem Einfluß der unerfreulichen ökonomischen Begleitumstände, sondern vor allem durch den digitalen Boom in den wichtigen Industrieländern schneller als erwartet zurückging, haben die Verantwortlichen die Hände nicht in den Schoß gelegt. Mit einer völlig neuen Geschäftsstrategie soll



So stellt sich Kodak Chef Dan Carp die zukünftige Umsatzverteilung von Kodak vor. Der Anteil der traditionellen Geschäftsbereiche (links) soll von 70 auf 40 Prozent sinken, der der digitalen Produkte von 30 auf 60 Prozent steigen. Dabei geht Carp im selben Zeitraum von einem Umsatzwachstum von derzeit 13 auf 16 Milliarden US-\$ aus. Die Erträge (rechts), die derzeit sozusagen ausschließlich aus dem traditionellen Bereich stammen, sollen bis 2006 zu gleichen Teilen aus digitalen und konventionellen Produkten erwirtschaftet werden.

Kodak, so die Vision des Vorstandsvorsitzenden Dan Carp, nun in Rekordzeit vom Film- und Papierhersteller zum Digitalgiganten mutieren. Der Anteil digitaler Produkte und Dienstleistungen am Gesamtumsatz soll dabei von 30 Prozent im Jahr 2002 auf 50 Prozent im Jahr 2006 steigen und im Jahr 2010 80 bis 85 Prozent erreichen. Dan Carps Umsatzziele sind genauso ehrgeizig: Aus den derzeitigen rund 13 Milliarden US-\$ Jahresumsatz sollen bis 2006 16 Milliarden und bis 2010 sogar 20 Milliarden US-\$ werden. Dann, so der Kodak Chef, sollen die traditionellen Produkte noch 3,5 Milliarden US-\$ zum Kodak Umsatz beitragen.

Die Verschiebung der Schwerpunkte, das machten die Kodak Verantwortlichen deutlich, betrifft nicht nur die Technologien. Von den heute rund 13 Milliarden US-\$ Umsatz werden rund acht Milliarden mit Consumer-Produkten erwirtschaftet, jeweils 2,5 Milliarden entfallen auf die Bereiche Health Imaging (Medizintechnik) und Commercial Imaging (kommerzielle Bildanwendungen). Im Jahre 2006 erwartet Dan Carp für diese „Business-to-Business“-Segmente ein Umsatzvolumen von jeweils vier Milliarden US-\$, während die Consumer Produkte bei acht Milliarden US-\$ bleiben sollen. Diese acht Milliarden indessen werden völlig anders zusammengesetzt sein als heute, wo noch sieben Milliarden davon auf konventionelle Produkte entfallen.

„Das Filmgeschäft verteidigen“

Die neue Kodak Strategie ist ohne Zweifel eine Reaktion auf die Tatsache, daß das Geschäft mit konventionellen Filmen in den wichtigen Industrieländern unter dem wachsenden Einfluß der Digitalfotografie schneller als erwartet zurückgeht. Kodak will darum seine Investitionspolitik neu definieren und Investitionen im Filmgeschäft auf ausgewählte Schwellenländer, wie zum Beispiel Rußland, Indien oder China, sowie die Produktivitätssteigerung in der Herstellung konzentrieren. Dabei schätzt Dan Carp den Rückgang des weltweiten Filmabsatzes für die nächsten Jahre auf durchschnittlich sechs bis acht Prozent. In den USA werden die Filmverkäufe, so der Kodak Chef, voraussichtlich um zehn bis zwölf Prozent

im Jahr schrumpfen, in Europa um elf bis 13 Prozent und in Japan um 18 bis 20 Prozent. China und Indien sollen dagegen mit jährlichen Wachstumsraten von sieben bis neun bzw. sechs bis acht Prozent für einen teilweisen Ausgleich sorgen.

Auf diese Entwicklung antwortet Kodak mit einer Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit durch spürbare Kostensenkungen in der Herstellung. Zudem haben die Verantwortlichen eine „heilige Kuh“ geschlachtet: Kodak wird in



Bernard Masson, Leiter des Geschäftsbereiches Digital & Film Imaging Systems

Zukunft für ausgewählte Partner auch Private Label Filme herstellen. Das hatte der amerikanische Fotoriese bislang rigoros abgelehnt. Insgesamt, so betonte Bernard Masson, Leiter des Geschäftsbereiches Digital & Film Imaging Systems bei Kodak, werde das Unternehmen „die Führungsposition im Filmgeschäft aggressiv verteidigen“. Zur Verbesserung der Erträge soll neben den Kostensenkungen auch das verstärkte Angebot von Premium-Produkten beitragen, sowohl im Filmbereich als auch bei Fotofinishing-Dienstleistungen, zum Beispiel durch den in verschiedenen europäischen Ländern sowie in den USA bereits installierten Photo Perfect Service.

Auch im Fotofinishing, das wurde in New York deutlich, wird Kodak sich durch Kostensenkungsprogramme auf die negativen Wachstumsraten im Filmgeschäft einstellen. Dazu wird nach Angaben von Bernard Masson auch eine deutliche Reduzierung der

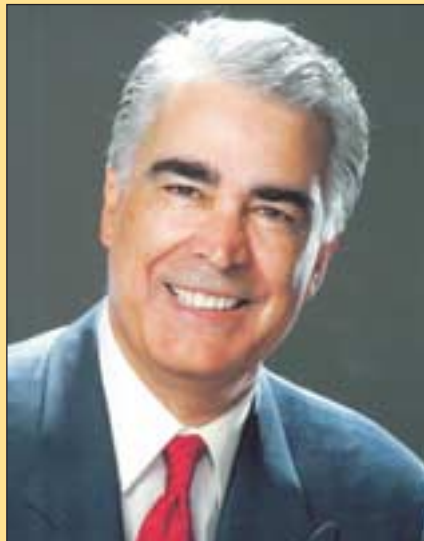
Neue Organisation – neues Management

Der Bekanntgabe einer neuen Unternehmensstrategie gingen im Laufe des Jahres bereits wichtige Veränderungen bei Kodak voraus. So kündigte das Unternehmen im August ein neues Organisationsmodell an. Die Geschäftsbereiche heißen jetzt Commercial Printing, Display & Components, Health Imaging (Medizintechnik), Digital & Film Imaging Systems und Commercial Imaging. Dabei umfaßt Digital & Film Imaging Systems die Geschäftsbereiche Digital & Applied Imaging (Digitalkameras und Inkjet-Materialien), das Kino-Filmgeschäft und das Consumer- und Profi-Geschäft mit Filmen, Papieren, Kameras und Dienstleistungen. Zudem hat Kodak Chef Dan Carp um sich herum ein Management-Team mit profunder Erfahrung im digitalen Bereich versammelt. Präsident und Chief Operating Officer Antonio M. Perez kam im April von Hewlett-Packard, Bernard Masson, der den Geschäftsbereich Digital & Film Imaging Systems leitet, von Lexmark, Yusuke Kojima für das Kamerageschäft von Olympus und James Langley, der neue Chef von Kodaks Commercial Printing Division, ebenfalls von Hewlett-Packard. Willy Shih, der noch kommissarisch den Bereich Digital & Applied Imaging leitet, wurde zum Chef der neugeschaffenen Display & Components Division ernannt, zu der auch die Kodak-eigene OLED-Display-technologie gehört.

Zahl der Großlabors gehören. Wachsen will Kodak dagegen bei der Produktion digitaler Bilder: Hier liegt der Schwerpunkt auf Online-Dienstleistungen, darunter das Kodak Picture Center Online in Zusammenarbeit mit dem Fotohandel, digitalen Minilabs und vor allem bei Kiosks. Bis Ende dieses Jahres sollen nicht weniger als 50.000 Picture Maker Kiosks in den verschiedenen Versionen weltweit installiert sein. Möglichst viele dieser Stationen sollen schnell in die Lage versetzt werden, auch Print-Dienstleistungen für Bilder aus Kamerahandys anzubieten.

Auch im Home-Printing will Kodak in Zukunft eine größere Rolle spielen. Ein wichtiger Schritt dazu ist das erfolgreiche EasyShare Printer Dock, mit dem das Unternehmen offensichtlich eine neue Erfolgsgeschichte schreibt. Bereits im ersten Jahr wird dieses Produkt nach Angaben des Wall Street Journals 100 Millionen US-\$ zum Kodak Umsatz beitragen. Auch von Inkjet-Materialien verspricht sich Kodak beim Home-Printing noch einiges. Zudem wurde der Einstieg in die Inkjet-Drucktechnologie angekündigt – hier wird der erste Schwerpunkt allerdings im kommerziellen Bereich liegen.

Große Wachstumspläne hat Kodak, wie in der vorigen Ausgabe von imaging+foto-contact berichtet, im Bereich Digitalkameras. Der im April ein-



Antonio Perez, Präsident und Chief Operating Officer der Eastman Kodak Company.

gestiegene, frühere Olympus Manager Yusuke Kojima soll das Unternehmen zu einem führenden Anbieter auch im oberen Segment machen. Die Voraussetzungen dazu sind offensichtlich nicht schlecht: In der ersten Hälfte dieses Jahres hat Kodak in den USA den zweiten Platz in den Verkaufszahlen dicht hinter Sony belegt. Während der amerikanische Digitalkamera-Markt um 55 Prozent wuchs, legte Kodak um 100 Prozent zu.

Mehr Investitionen

Unterstützt werden soll Kodaks Digital-Offensive durch Investitionen in

Forschung und Entwicklung, Produktion und Unternehmensübernahmen in einer Größenordnung von insgesamt drei Milliarden US-\$. Ein solches Volumen kann naturgemäß allein aus den Erträgen des traditionellen Geschäftes nicht finanziert werden. Kodak hat darum im Oktober in den USA Anleihen im Gesamtwert von einer Milliarde US-\$ aufgelegt. Zudem folgte der Aufsichtsrat der Empfehlung des Kodak Managements, die bislang überdurchschnittlich hohe Dividende von jährlich 1,80 US-\$ pro Aktie auf 0,50 US-\$ zu senken und damit die Liquidität des Unternehmens zu erhöhen.

Mit der Neuorientierung hat Kodak ohne Zweifel ein neues Zeitalter eingeläutet, aber keinesfalls eine Kehrtwende vollzogen. Denn bereits seit Jahren hat das Unternehmen in digitale Technologien investiert und sich auf die Veränderungen des Foto- und Imagingmarktes vorbereitet. Dieser Entwicklung hat das Kodak Management jetzt unter dem Eindruck der aktuellen Marktentwicklungen sichtbar Beine gemacht und damit, wie es Antonio Perez, seit einem halben Jahr Präsident und Chief Operating Officer der Eastman Kodak Company in New York ausdrückte, „den Realitäten des ausgesprochen wertvollen, traditionellen Geschäfts ins Gesicht gesehen.“

Erstmals Gewinn mit Digitalkameras

Die Eastman Kodak Company hat im dritten Quartal 2003 erstmals mit Digitalkameras für Amateure einen Gewinn erzielt. Das gab das Unternehmen am 22. Oktober bekannt. Insgesamt stieg der Kodak Umsatz im dritten Quartal gegenüber demselben Zeitraum des Vorjahres um drei Prozent auf 3,352 Milliarden US-\$. Ohne den Einfluß von Währungsschwankungen ergibt sich ein leichter Rückgang von einem Prozent. Der Nettogewinn ging von 334 Millionen US-\$ im dritten Quartal 2002 auf 122 Millionen US-\$ zurück.

Der Umsatz im Geschäftsbereich „Fotografie“ stieg um drei Prozent auf 2,475 Milliarden US-\$ bei einem operativen Gewinn von 204 Millionen US-\$ nach 324 Millionen US-\$ im selben Zeitraum des Vorjahres. Dabei stiegen die Umsätze mit Digitalkameras um 117 Prozent, die der Online-Fotofinishing Tochtergesellschaft Ofoto um

43 Prozent, mit Inkjet-Papieren um 33 Prozent und mit Photo Kiosks und dazugehörigen Verbrauchsmaterialien um 14 Prozent.

Unabhängig davon gab Kodak am selben Tag die Unterzeichnung eines Kooperationsvertrages mit dem chinesischen Filmhersteller China Lucky Film Corporation bekannt. Im Rahmen dieses 20 Jahre Abkommens wird Kodak 20 Prozent von Lucky Film übernehmen.

Im Rahmen der Vereinbarung wird Kodak das chinesische Unternehmen mit technischem Know-how, Produktionsanlagen und Schulungsaktivitäten unterstützen. Im Gegenzug erhält Kodak Lizenzgebühren für bestimmte Technologien und wird im Rahmen seiner Anteile am Gewinn von Lucky Film beteiligt. Das Gesamtvolumen der Transaktion wird nach Kodak Angaben 100 Millionen US-\$ betragen.

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



LUMIX

Jederzeit scharf durch optischen Bildstabilisator (OIS).

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

Kommen Sie näher:
www.panasonic.de

LEICA
OPTICAL TECHNOLOGY



Panasonic

ideas for life

Investor Relations für die Fotobranche

Interview mit Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG

Während die Börse lange Zeit durch schwere Zeiten ging, hat sich die Aktie des europäischen Großfinishing-Unternehmens CeWe Color im vergangenen Jahr deutlich nach oben entwickelt. Neben den guten Zahlen und der gesunden Bilanzstruktur des Unternehmens hat die Börse dabei offensichtlich die Strategien von CeWe Color für das digitale Fotozeitalter honoriert. Kommuniziert werden diese in einem professionellen Investor Relations Konzept, das in diesem Jahr gleich dreimal von führenden Finanzmagazinen (Capital, Manager Magazin und Börse-Online) ausgezeichnet wurde. Die große Bedeutung, die CeWe Color der Kommunikation mit Analysten, Investmentbanken und Fonds beimißt, beschränkt sich dabei keinesfalls auf die Funktion der Pflege des Aktienkurses. Vielmehr sieht Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, Investor Relations als effizientes Marketing-Instrument für das Gesamtunternehmen. **imaging+foto-contact** hat mit ihm über die Kommunikationsstrategie von CeWe Color und die Perspektiven für das Unternehmen gesprochen.



Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG

Die Börse honoriert die Erfolgsgeschichte von CeWe Color

imaging+foto-contact: Herr Dr. Hollander, worauf führen Sie die erfreuliche Kursentwicklung von CeWe Color zurück?

Dr. Rolf Hollander: Wir können mit der Entwicklung unserer Aktie in den vergangenen zwölf Monaten tatsächlich besonders zufrieden sein. Mit dem derzeitigen Kurs um die 19,- Euro liegen wir deutlich über dem 52-Wochen-Tief

von 13,75 Euro im Dezember letzten Jahres. Diese positive Tendenz begann bereits Anfang des Jahres 2002 und hat sich in einem bekanntlich durchaus schwierigen Börsenumfeld kontinuierlich fortgesetzt. Der wichtigste Grund dafür liegt sicher darin, daß wir nicht nur trotz des schlechten Konsumklimas ansehnliche Ergebnisse und

Umsätze erzielt haben, sondern vor allem unsere Strategien für den digitalen Fotomarkt realisieren konnten.

imaging+foto-contact: Gute Ergebnisse haben aber in Ihrem Hause Tradition, und über die Chancen der digitalen Fotografie sprechen Sie auch schon weitaus länger als zwei Jahre. Dennoch ging Ihr Aktienkurs bis Ende 2001 zurück. Was hat sich seither geändert?

Dr. Rolf Hollander: Bis Ende 2001 waren wir ein erfolgreiches Unternehmen im traditionellen Großfinishing, über dem trotz der guten Ergebnisse die digitale Revolution wie eine dunkle Wolke hing. Wir hatten zwar eine Reihe guter Ideen, wie man als Großlabor auch im Digitalzeitalter erfolgreich Geschäfte machen kann. Aber das waren zu diesem Zeitpunkt eben Ideen, hinter denen noch keine Bildermengen standen. Entsprechend groß war die Skepsis bei den Analysten. Das begann sich im Jahre 2002 zu ändern, als die ersten nennenswerten Mengen von Digitalfotos in unseren Labors produziert wurden. In diesem Jahr hat sich die positive Entwicklung nochmals verstärkt: Die Wachstumsrate bei den Digitalfotos lag im ersten Halbjahr dieses Jahres bei über 400 Prozent und damit deutlich über dem Zuwachs bei Digitalkameras, der im selben Zeitraum 117 Prozent betrug. Wir konnten also nicht nur über Ideen reden, sondern eine Erfolgsgeschichte erzählen. Damit sind wir sozusagen von einem saturierten Teil der Old Economy zu einem Hoffnungsträger der New Economy geworden.

imaging+foto-contact: Das trifft nicht nur auf CeWe Color zu. Dennoch hat sich Ihre Aktie positiver entwickelt als andere Fotowerte. Wo liegt das Erfolgsgeheimnis Ihrer Investor Relations Strategie?

Dr. Rolf Hollander: Das Abschneiden anderer Unternehmen kann und will ich natürlich nicht kommentieren. Was unsere Investor Relations angeht, so ist vielleicht ein Grundstein für den Erfolg, daß wir ihnen nicht die erste Priorität einräumen. Die erste Priorität hat nämlich unser operatives Geschäft: die Entwicklung unseres Produktsortimentes, besonders im digitalen Segment, die Optimierung unseres Lieferservices, die Innovationskraft bei der Erschließung neuer Märkte – sowohl geografisch, was vor allem Osteuropa angeht, als auch technisch, beispielsweise im Hinblick auf die neuen Fotohandys – und die konsequente Steigerung unserer Produktivität. Wir konnten in diesem Jahr unter Beweis stellen, daß wir nicht nur große Mengen digitaler Fotos produzieren können, sondern daß wir dies in einem industriellen Verfahren beherrschen, dessen Produktivität sich der im analogen Segment immer weiter annähert. Investor Relations sind

wichtig, aber stehen nicht an erster Stelle. Da steht das operative Geschäft, wo die Erfolgsgeschichten geschrieben werden, die wir dann in den Investor Relations erzählen können.

imaging+foto-contact: Welche Zielgruppen sprechen Sie dabei an?

Dr. Rolf Hollander: Investor Relations richten sich schon aus Effizienzgründen in erster Linie an Multiplikatoren, die unsere Botschaft an größere Investorengruppen weitertragen können. Dazu gehören Analysten, Fondsmanager und natürlich die Presse. Deutlich gestiegen ist in diesem Jahr zudem das Interesse der Banken an CeWe Color.

imaging+foto-contact: Woran liegt das?

Dr. Rolf Hollander: Die dramatische Börsenflaute bei den Werten der New Economy hat zu entsprechenden Reaktionen der Großanleger wie Aktienfonds geführt, die ihr Personal wegen der gesunkenen Umsätze deutlich reduzieren mußten. Aus diesem Grund haben die Analysen von Banken ein größeres Gewicht bekommen. Ein Unternehmen wie CeWe Color, das ein funktionierendes Geschäftsmodell im digitalen Markt realisiert, sich in Wachstumsmärkten erfolgreich bewegt und dies mit Zahlen belegen kann, ist hier ein interessantes Objekt. Das zeigt sich daran, daß in den letzten Monaten mit der Hypo Vereinsbank, der Berenberg Bank und der DZ-Bank

renommierte Institute unser Unternehmen analysiert und seine Aussichten sehr positiv bewertet haben. Die Berenberg Bank zum Beispiel, die ein hohes Gewicht bei Small Cap Investitionen besitzt, hat für unser Unternehmen beispielsweise ein Kursziel von 35,- Euro ermittelt.

imaging+foto-contact: Ihre Investor Relations Arbeit ist in den vergangenen Monaten mehrfach preisgekrönt worden. Dabei wurde nicht nur ihre Botschaft honoriert, sondern vor allem auch die Art und Weise, wie Sie diese vermitteln. Worauf legen Sie bei der Investorenbetreuung besonderen Wert?

Dr. Rolf Hollander: Die Basis einer erfolgreichen Investor Relations Strategie ist eine größtmögliche Transparenz des Unternehmens. Das heißt, die wichtigsten Daten und Fakten müssen den Investoren und Analysten schnell und gut aufbereitet zur Verfügung stehen, und zwar in den klassischen Instrumenten – zum Beispiel Geschäftsberichte, ständig aktualisiertes Fact Book und unsere Internetseite – ebenso wie auf individuelle Anfrage. Jede Aussage, die wir über unseren derzeitigen oder auch zukünftigen Geschäftsverlauf machen, sollte mit Zahlen belegbar sein. Zur Transparenz gehört für uns zudem auch, daß die Analysten verstehen, was wir in unserem Unternehmen eigentlich tun. Ein wichtiger Teil unserer Investor Relations Aktivitäten besteht



Dr. Rolf Hollander und Hella Meyer, Managerin Public + Investor Relations bei CeWe Color, freuen sich darüber, daß führende Finanzmagazine die IR-Aktivitäten von CeWe Color ausgezeichnet haben.

Technologieführer CeWe Color

Wer Analysten überzeugen will, muß nicht nur Ideen haben, sondern diese auch realisieren. Das Vertrauen, das die Börse heute CeWe Color entgegenbringt, hat seinen Grund nicht zuletzt in der Innovationskraft des Unternehmens, das sich bereits seit langem durch die weltweite Ersteinführung digitaler Technologien als „First Mover“ in der Digitalfotografie einen Namen gemacht hat:

- 1995 Fotoindex für Filmentwicklungen
- 1996 Erste Software zur Bildbestellung über das Internet
- 1997 Erstes Fototerminal zur Bildbestellung im Geschäft
- 1999 photoworld – das Internetportal für den Fotofachhandel
- 2000 Image CD: Die CD-ROM mit digitalen Bilddateien vom Film
- 2001 DigiFilm: Das bequeme Konzept für die Bildbestellung und Archivierung der Bilddaten
- 2002 Errichtung industrieller digitaler Großlaborstrukturen mit Cyra Hochleistungsprintern
- 2003 Digitalfotos vom Handy

darum darin, die Digitalfotografie verständlich zu machen, indem wir zum Beispiel erklären, wie leicht und preiswert es ist, an ein digitales Foto zu kommen; oder indem wir bei einer Betriebsführung zeigen, wie effizient diese Fotos auf industrielle Weise in unseren Labors hergestellt werden. Dabei kommt uns zugute, daß unsere Produkte nicht nur erfolgreich, sondern auch für jeden interessant sind. Denn es gibt kaum einen Menschen, auch keinen Analysten, der nichts mit Fotografie zu tun hat. Insofern sind unsere Investor Relations Aktivitäten immer auch Werbung für unsere Produkte.

imaging+foto-contact: Die Funktion geht also über die Pflege des Aktienkurses hinaus?

Dr. Rolf Hollander: Selbstverständlich. Ich würde sogar sagen, der Marketing-Effekt ist eigentlich der wichtigste Teil der Investor Relations. Deshalb gehören zu unserer Zielgruppe ja auch nicht nur Analysten, Banken und Investoren, sondern auch die Presse und die großen Agenturen wie dpa oder Bloomberg. CeWe Color tritt ja selber gegenüber dem Endkunden nicht auf, sondern ist Lieferant für seine Handelspartner im stationären Einzelhandel und im Internet. Wenn wir im Rahmen unserer Investor Relations Aktivitäten die Digitalfotografie und die Wege zum Bild bekanntmachen, unterstützen wir

damit nicht nur unseren Börsenkurs, sondern vor allem unser operatives Geschäft. Das heißt natürlich andererseits nicht, daß die Börsennotierung für uns uninteressant ist: Zum einen sorgt ein guter Kurs für zufriedene Aktionäre, und zum anderen unterstützt er unsere Signale in Richtung Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten.

imaging+foto-contact: Abschließend noch eine Frage zum operativen Geschäft. Sie haben eben, als es um Innovationen ging, kurz die neuen Fotohandys erwähnt. Wel-

che Pläne hat CeWe Color für dieses Segment?

Dr. Rolf Hollander: Wenn die Zeichen nicht trügen, werden diese Geräte für einen neuen Boom in der Telekommunikation sorgen und die Zahl der digitalen Aufnahmen deutlich vergrößern. Viele dieser Digitalfotos sind sicher Spaßbilder und schnell vergänglich. Dennoch sind wir überzeugt, daß die Kunden von wichtigen und besonders gelungenen Aufnahmen auch Prints haben möchten, wenn sie diese preiswert, schnell und bequem bekommen können. Die ersten Kamerahandys – ich spreche übrigens lieber von Handykameras – mit Megapixel-Auflösung sind ja bereits angekündigt. Darum wollen wir als Technologieführer im Fotofinishing unseren Kunden im Fotohandel die Möglichkeit bieten, auch Bilder von diesen Schnappschüssen zu verkaufen.

imaging+foto-contact: Wie wird das funktionieren?

Dr. Rolf Hollander: Schnell und einfach: Der Endverbraucher bekommt von seinem Fotohändler eine Telefonnummer, mit der er die Bestell-Software auf seine Handykamera laden kann. Diese Software ermöglicht es ihm, die Bilddaten per Knopfdruck an unsere Labors zu schicken, wo sie geprintet und dann an den entsprechenden Fotohändler ausgeliefert werden.

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

Online-Auftragsauskunft bei CeWe Color erfolgreich gestartet Sofort im Bild

Die neue Online-Auftragsauskunft von CeWe Color ist im Fotohandel außerordentlich positiv aufgenommen worden. Zahlreiche Kunden des europäischen Großfinishers haben sich bereits in der Startphase für den neuen Dienst angemeldet,

der es ermöglicht, jederzeit den aktuellen Bearbeitungsstand der analogen und digitalen Bildaufträge online abzufragen. Auch Endverbraucher können diesen Service nutzen.

Fortsetzung auf Seite 20

DPS Click

Mehr als nur ein Ausschnitt:
ein kompletter digitaler Foto-Service.



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

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

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

Fortsetzung von Seite 18

Mit der Online-Auftragsauskunft hat CeWe Color ein interessantes Instrument für den Fotohandel geschaffen, um Fragen nach dem Lieferstatus von Fotoaufträgen in Sekundenschnelle zu beantworten. Zudem kann diese Dienstleistung über die eigene Homepage des jeweiligen Händlers auch den Endkunden angeboten werden.

Die Abfrage ist kinderleicht: Die Eingabe der Kundennummer und der Auftragsnummer genügt, um sofort darüber informiert zu werden, ob der entsprechende Auftrag im Labor eingegangen ist, sich dort noch in der Bearbeitung befindet oder bereits fertiggestellt ist.

CeWe Color Handelspartner können die Online-Auftragsauskunft auf ihrer eigenen Internetseite den Endkunden zur Verfügung stellen. Dabei kann das Formular individuell an die Bedürfnisse und das Erscheinungsbild des jeweiligen Geschäfts angepaßt werden.

Zeit und Kosten sparen

Nach Ansicht von CeWe Color Vorstandsmitglied Harald H. Pirwitz bietet der neue Service sowohl für den Fotohandel als auch für das Großfinishing-Unternehmen selbst deutliche Vorteile. „Zum einen können Auftragsinformationen auch außerhalb unserer Labor-Kundendienstzeiten abgefragt werden – und zwar deutlich schneller als über eine Telefonauskunft. Auf unserer Seite können sich die Kundendienstmitarbeiter jetzt auf Anfragen konzentrieren, die nicht auf automatischem Weg beantwortet werden können.“ Solche Anfragen, erläuterte Pirwitz weiter, haben bei CeWe Color mit der steigenden Bedeutung der Digitalfotografie deutlich zugenommen. „Hier besteht noch hoher Aufklärungsbedarf sowohl beim Fotohandel als auch bei den Endkunden, dem wir gerne gerecht werden.“ Neben der Beantwortung einer stei-



CeWe Color Vorstandsmitglied
Harald H. Pirwitz

genden Zahl telefonischer Anfragen zu digitalen Bildern haben die CeWe Color Kundendienstmitarbeiter dabei buchstäblich auch alle Hände voll zu tun: Über das Internet kommen im Monatsdurchschnitt rund 7.000 E-Mails herein, die von den CeWe Color Mitarbeitern individuell beantwortet werden. „Natürlich haben wir für die häufigsten Fragen entsprechende Textbausteine vorbereitet, um eine schnelle Bearbeitung sicherzustellen“, erklärte Pirwitz.

Individueller Händlerservice

Handelspartner von CeWe Color können die Online-Auftragsabfrage nicht nur für eigene Anfragen nutzen, sondern diesen Service auch unter eigenem Namen ihren Endkunden anbieten. Zu diesem Zweck erhalten sie von CeWe Color einen entsprechenden Link, den sie in ihre eigene Internetseite einbinden können. „Wichtig ist dabei, daß die Online-Auftragsabfrage

individuell dem entsprechenden Auftritt des Fotohändlers angepaßt werden kann“, betonte Pirwitz. „Die von uns zur Verfügung gestellten Formulare können so in das Erscheinungsbild des jeweiligen Kunden perfekt integriert werden.“ Der Erfolg gibt den CeWe Verantwortlichen Recht: Seit dem Start im August hat das Unternehmen mehrere hundert URLs zur Einbindung in die Internet-Auftritte an Händlerkunden herausgeschickt. „Allein im September verzeichneten wir 20.000 Anfragen bei unserer Online-Auftragsauskunft“, erklärte Pirwitz. „Man kann sich leicht vorstellen, was es bedeutet hätte, eine solche Zahl auf telefonomischem Wege zu beantworten.“

In der Zukunft soll der CeWe Color Online-Service für die Partner im Fotohandel noch ausgebaut werden. Geplant ist neben der Abfrage des Lieferstatus einzelner Aufträge auch die Möglichkeit einer kompletten Lieferscheinabfrage. Zudem soll dem Fotohandel das gesamte Lieferprogramm mit den jeweiligen Preisen online zur Verfügung stehen. In der Endausbaustufe, so stellt sich Pirwitz vor, könnten Fotohändler, die das wünschen, ihre Verkaufspreise online bearbeiten, so daß sie im Labor sofort bei der Auspreisung berücksichtigt werden können. Auch betriebswirtschaftliche Daten, Umsatzanalysen usw. sollen in Zukunft auf diese Weise den Handelspartnern schnell und kostengünstig zur Verfügung gestellt werden.

Die erfolgreiche Online-Auftragsauskunft von CeWe Color ist nicht nur in Deutschland verfügbar, sondern steht auch den Kunden in Frankreich, den Niederlanden, Dänemark und Italien zur Verfügung. Weitere Länder werden nach Bedarf folgen.

*Schnell und einfach
läßt sich nach
Eingabe der
Auftrags- und
Kundennummer
der Lieferstatus
von Fotoarbeiten
abfragen.*



Small cameras. Big business.

Die einzigartigen EXILIM Digital Cameras von CASIO.



CASIO EXILIM

DIGITAL - PRODUCT OF THE YEAR

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



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



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

EXILIM
www.exilim.de

Noritsu dDP-411 Inkjet-Printsystem jetzt lieferbar

Sofort digitale Bilder

Das erstmals auf der photokina 2002 vorgestellte Noritsu Inkjet-Printsystem dDP-411 ist jetzt auch in Deutschland verfügbar. Das Gerät ist besonders für den Einstieg ins digitale Bildergeschäft geeignet und soll zudem digitale Bild-Dienstleistungen an Standorten möglich machen, an denen der Einsatz von Fotochemie auf Schwierigkeiten stößt.

Das Noritsu Inkjet-Printsystem dDP-411 besteht aus der Eingabestation OM-1 und dem Printer DP-400 und benötigt einschließlich der Arbeitszone für den Operator nur eine Aufstellfläche von 2,53 qm. Zum Anschluß reicht eine herkömmliche 230-Volt-Steckdose. Dank der Inkjet-Technologie braucht sich der Betreiber weder um die Handhabung und Entsorgung von Chemikalien noch über die üblichen Start-up- und Close-down-Checks Gedanken zu machen. Das Gerät ist für die Herstellung von Bildern in allen üblichen Formaten von 9 x 13 cm bis 30 x 45 cm geeignet und kann auch zur Produktion von Gruß- und Glückwunschkarten, Paßbildern, Kalendern und ähnlichem eingesetzt werden. Die Kapazität beträgt maximal bis zu 400 9 x 13 cm- oder 310 10 x 15 cm-Prints pro Stunde. Die Dateneingabe erfolgt über Laufwerke für CD-ROM und alle gängigen Speicherkarten. Optional kann die Station zusätzlich mit



Das neue Inkjet-Printsystem dDP-411 von Noritsu ist ab sofort lieferbar.

einem Zip-Laufwerk versehen oder mit Noritsu-Kundenterminals betrieben werden. Für die Bild-vom-Bild-Fertigung bietet Noritsu einen Flachbettscanner an. Im Frühjahr nächsten Jahres soll auch ein professioneller Filmscanner zur Verfügung stehen. Für die eigentliche Bildherstellung kommt die bewährte „Micro Piezo“-Inkjet-Technologie von Epson zum Einsatz. Bei diesem siebenfarbigen System wird pigmentierte Tinte auf Spezialpapier gesprüht, das eine gegen Fingerabdrücke unempfindliche Seidenglanz-Oberfläche besitzt. Die Auf-

lösung – Schwarzweiß und Farbe – beträgt nach Angaben von Noritsu 1.440 x 720 dpi und reicht damit für die qualitativ hochwertige Wiedergabe selbst feinstrukturierter Motive völlig aus. Das Spezialpapier wird in 100-Meter-Rollen von Noritsu geliefert. Da das dDP-411 über zwei Magazinschubladen verfügt, können verschiedene Formate ohne Materialwechsel produziert werden. Die jeweils mit 500 ml Spezialtinte gefüllten Farbkartuschen sind an der Frontseite des Printers leicht zugänglich untergebracht und können im Handumdrehen gewechselt werden.

Noritsu Verkaufsleiter Thomas Mümken:
„Neue Anwendungen“

Mit der Einführung des ersten Inkjet-„Minilabs“ bringt Noritsu ein innovatives Geräte-Konzept auf den Markt, um das digitale Bildergeschäft auszuweiten. imaging+foto-contact hat mit Noritsu Verkaufsleiter Thomas Mümken über die Positionierung des Gerätes gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Mümken, das erste Inkjet-„Minilab“ ist jetzt lieferbar. Nehmen Sie Abschied von der Fotochemie?

Thomas Mümken: Nein, wir verstehen unser Inkjet-Printsystem dDP-411 nicht als Ersatz für digitale Minilabs, sondern als eigenständiges Produkt, das die bestehenden Systeme ergänzen und unseren Kunden neue Marktsegmente erschließen kann. Denn das Interesse des Fotohandels an Bild-Dienstleistungen im eigenen Geschäft wird immer größer.

imaging+foto-contact: Was sind die Gründe für dieses gestiegene Interesse?

Thomas Mümken: Ich sehe dafür zwei Ursachen. Zum einen hat die gesamte Branche leidvoll erfahren müssen, daß sich allein mit Preismarketing im Bildergeschäft kein Wachstum mehr erzeugen läßt – nicht in der Menge und schon gar nicht bei der Rendite. Die Antwort des qualifizierten Fotohandels auf die Erosion eines seiner wichtigsten Standbeine sollte darum in einer Qualitäts- und Dienstleistungsoffensive bestehen. Minilabs sind dafür, wenn das entsprechende Volumen vorhanden ist, ein hervorragendes Instrument, um Bildkompetenz zu demonstrieren und nicht nur die normalen Fotofinishing-Aufträge, sondern eben auch digitale Bilder und Zusatzprodukte wie Bild-vom-Bild oder Dias, Paßbilder, Visitenkarten, Grußkarten schnell und effizient herzustellen. Dafür bietet Noritsu bekanntlich eine umfassende Produktpalette an, zu der auch attraktive Einstiegsmodelle wie die Geräte unserer QSS-3000er Serie gehören.

Mit einer Investition von rund 90.000,- Euro kann den Kunden ein komplettes Sortiment professioneller Bild-Dienstleistungen vom Film und von digitalen Bilddateien angeboten werden. Der zweite Grund für das steigende Interesse des Fotohandels an Bild-Dienstleistungen im eigenen Geschäft ist natürlich der digitale Boom: Mit dem Wort „digital“ verbindet der Verbraucher Schnelligkeit. Das Bild, das er auf dem Display seiner Kamera sofort sehen kann, möchte er möglichst auch sofort haben. Dafür ist die

Inkjet-Technologie besonders gut geeignet.

imaging+foto-contact: Sie haben auf Ihre Minilabpalette hingewiesen. Wie positionieren Sie das neue Inkjet-Printsystem?

Thomas Mümken: Die Inkjet-Technologie macht einen Einstieg in die digitalen Bild-Dienstleistungen besonders leicht, und zwar nicht nur weil die Investition mit rund 50.000,- Euro deutlich geringer ist als bei einem Gerät mit Lasertechnologie. Alle Arbeiten, die bisher mit Fotochemie



Noritsu Verkaufsleiter Thomas Mümken: „Das neue Noritsu dDP-411 soll digitale Minilabs nicht ersetzen, sondern neue Marktsegmente für digitale Bild-Dienstleistungen erschließen.“

verbunden waren, entfallen: das Nachfüllen und vor allem die Entsorgung der Chemikalie, Geruchsbelästigungen, das tägliche Set-up und Close-down, um nur einige zu nennen. Auch Stabilitätsprobleme durch schwankendes Volumen sind bei Inkjet kein Problem. Allerdings ist das digitale Minilab mit Fotopapier beim Brot- und Buttergeschäft damit nicht zu ersetzen.

Wir sehen die Anwendung der Inkjet-Technologie vor allem an Standorten, wo aus bestimmten Gründen keine Fotochemie eingesetzt werden kann, und wir betrachten das Gerät als perfekte Ergänzung zu existierenden analogen Minilabs, denn mit dem dDP-411 kann der Besitzer eines solchen

Gerätes schnell und unkompliziert in den Wachstumsmarkt für digitale Bild-Dienstleistungen einsteigen.

imaging+foto-contact: Welche neuen Standorte haben Sie dabei im Sinn?

Thomas Mümken: Das dDP-411 ist das ideale Gerät, um an Standorten Bilder anzubieten, wo das bisher nicht möglich war. Dazu gehören Touristikzentren mit schwankendem Volumen, Kreuzfahrtschiffe, Hotels, Freizeitparks usw. Da keine Fotochemie benötigt wird, ist das System zudem mobil und kann beispielsweise auf dem Schützenfest, beim Golf- oder Reitturnier, auf Bällen oder Karnevalsveranstaltungen problemlos Bilder produzieren. Und es ist ausgesprochen einfach zu bedienen. Dadurch hält sich der personelle Aufwand in Grenzen.

imaging+foto-contact: Mit welchen Materialkosten muß denn der Betreiber dieses Gerätes rechnen?

Thomas Mümken: Die Materialkosten für ein 10 x 15 cm Bild betragen zur Zeit etwa 0,18 Euro. Dem steht in der betriebswirtschaftlichen Rechnung allerdings ein im Vergleich zu Minilabs erheblich niedrigerer Gerätepreis gegenüber. Zudem ist damit zu rechnen, daß die Materialpreise mit steigendem Volumen in Zukunft sinken werden.

imaging+foto-contact: Wie kann man den höheren Bilderpreis dem Kunden gegenüber Ihrer Meinung nach rechtfertigen?

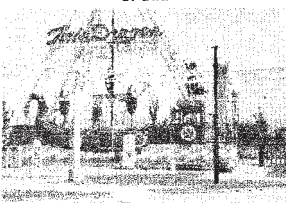
Thomas Mümken: Die Dienstleistung, die man mit dem dDP-411 anbietet, sollte sich von der eines Standardbildes sichtbar unterscheiden. Ein Faktor ist zum Beispiel die Schnelligkeit: Wir wissen, daß beim Minilab der Einstunden-Service eher eine theoretische Größe ist, weil kaum ein Kunde wirklich solange wartet, bis die Bilder fertig sind, sondern dann wiederkommt, wenn es ihm paßt. Dagegen ist beim dDP-411 die Aussage „Bilder sofort zum Mitnehmen“ ein realistisches Versprechen. Zudem spielt an den Standorten und bei den Anwendungen, die ich eben erwähnt habe, der Preis nicht die zentrale Rolle.

Neuer Annahme-Kiosk CT-2

Mit dem CT-2 bringt Noritsu jetzt ein neues Annahme-Terminal auf den Markt, mit dem die Kunden selbst ihre Bildaufträge für digitale Minilabs zusammenstellen können. Es verbindet ein intuitives Bedienkonzept über einen berührungsempfindlichen Monitor mit einer pfiffigen Lösung zur Auftragsabwicklung. Auf dem übersichtlichen



Der neue CT-2 Annahme-Kiosk von Noritsu kann direkt vom Kunden bedient werden.

Auftragsbeleg (Bildabzüge)	
Auftragsnr. 00000054	
Annahme-ID: R0000054	
Terminal-ID: CT-2	
Annahme-Datum: 15.10.2003 23:07	
	
Auftragsnr.	00000054
Eingabemedium	CD
Größe	10x15
1 Bilder	
Tax 16%	0,00 €
Summe	0,00 €
Bringen Sie Ihren Auftragsbeleg zum Annahmeschalter.	
1. Bild	
	

Der Auftragsbeleg enthält einen Barcode und das erste Bild des Auftrages. Damit können die Bilder auf einen Blick zugeordnet werden.

Bildschirm wählt der Kunde die gewünschte Dienstleistung, zum Beispiel Prints oder Abspeicherung auf CD-ROM, und führt dann die Speicherkarte in das Gerät ein. Mit wenigen Fingertips können die Bilder ausgesucht, die Formate bestimmt und der Auftrag zum Printen weggeschickt werden. Ein eingebauter Thermodrucker produziert dann einen Auftragsbeleg, auf dem nicht nur die Zahl der Bilder und der zu zahlende Preis aufgedruckt sind, sondern auch ein Barcode und das erste Bild des Auftrages. Das macht die Verarbeitung am Minilab besonders einfach. Der Kunde gibt seinen Auftragsbeleg ab, der Barcode wird gescannt, und schon erscheinen die Bilder auf dem Monitor des Minilabs. Anhand des ersten Bildes, das auf dem Beleg gedruckt ist, kann sofort verifiziert werden, daß es sich um den richtigen Auftrag handelt. Das macht auch die Zuordnung der Bilder nach dem Printen einfach. Der neue Annahme-Kiosk CT-2 ersetzt den bisherigen Kiosk CT-1 und ist bei Noritsu ab sofort verfügbar.

die Herstellung von Bildern aus digitalen Dateien. Der Filmscanner ist eine Zusatzoption, die besonders dann sinnvoll ist, wenn das Gerät zum Beispiel als Ergänzung für ein analoges Minilab eingesetzt wird. Zwar haben auch in einer solchen Umgebung digitale Prints die höchste Priorität, aber mit dem Scanner wird es zusätzlich möglich, Bilder-CDs vom Film anzubieten. Dieses Segment wächst ja zur Zeit sehr stark. Die wichtigste Anwendung des neuen Inkjet-Printers liegt aber wie gesagt nicht in der Verarbeitung von Filmen, sondern von digitalen Bilddateien. Und dieser Markt wird durch die rasant steigenden Verkäufe von Digitalkameras und in Zukunft auch durch die populären Fotohandys immer größer.

imaging+foto-contact: Stichwort Kamerahandys: Braucht man da nicht eine Bluetooth-Schnittstelle, wenn man Bilder von diesen Geräten anbieten will?

Thomas Mümken: Ich glaube, daß die Bluetooth-Übertragung zum Printer bei den Fotohandys nur ein Zwischenschritt ist. In Japan gibt es ja bereits Mobiltelefone mit Megapixel-Auflösung, die mit einer Speicherkarte ausgerüstet sind. Für das nächste Jahr haben die Geräte-Hersteller mit der Mini-SD-Karte bereits ein spezielles Medium angekündigt, um Bilddateien auf Mobiltelefonen zu speichern. Alle diese populären digitalen Speichermedien kann das dDP-411 verarbeiten. Und da auch die Produktion einzelner Bilder schnell und ohne Materialverlust möglich ist, ist dieses Gerät besonders für Kunden geeignet, die von einem gelungenen Handy-Schnappschuß schnell einmal einen Ausdruck haben möchten.

imaging+foto-contact: Wird Noritsu die Palette von Inkjet-Geräten erweitern?

Thomas Mümken: Mit dem dDP-411 haben wir ein preisgünstiges, leistungsfähiges und einfach zu bedienendes Gerät auf den Markt gebracht, das die derzeitigen Möglichkeiten der Inkjet-Technologie für das Bildergeschäft ausnutzt, um neue Dienstleistungen zu ermöglichen. Mit der Weiterentwicklung dieser Technologie wird es mit Sicherheit auch weitere Geräte geben. Es wäre allerdings verfrüht, jetzt schon über Einzelheiten zu sprechen.

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

Ein weiteres, wichtiges Argument ist natürlich die Bildqualität, die durch die „Micro Piezo“-Technologie ermöglicht wird. Der Einsatz pigmentierter Tinten gewährleistet, daß die Bilder sofort trocken und zudem wasserfest sind. Die Erfahrungen, die wir mit den bisher installierten Geräten gemacht haben, zeigen, daß sowohl Preis als auch Qualität von den Kunden sehr gut akzeptiert werden. Das bestätigen auch

die Berichte unserer Kollegen aus den USA und Japan, wo das dDP-411 ja bereits seit einigen Monaten auf dem Markt ist.

imaging+foto-contact: Sie bieten erst im kommenden Frühjahr einen Filmscanner zum dDP-411 an. Beschränkt das nicht am Anfang den Einsatz dieses Gerätes?

Thomas Mümken: Das Haupteinsatzgebiet für das dDP-411 ist ohne Zweifel

SONY

- ✓ Carl Zeiss Vario-Sonnar
- ✓ Effektive 5,0 MegaPixel
- ✗ Kann allein aufs Podium steigen, um die EISA und TIPA Awards entgegenzunehmen



Dank ihrer hervorragenden Qualität wurden der Sony DSC-V1 zwei angesehene Kamerapreise verliehen. Kein Wunder, schließlich bietet sie ein Carl Zeiss Vario-Sonnar, effektive 5,0 MegaPixel und vielfältige manuelle Einstellmöglichkeiten. Dazu kommt der Laser-Autofokus, mit dem Sie auch bei schwachem Licht gestochen scharfe Bilder machen. Und natürlich der NightFraming-Modus, mit dem Sie sogar bei völliger Dunkelheit zielsicher fotografieren. Bei aller technischen Brillanz kann die V1 allerdings auf kein Podium steigen, um einen Preis entgegenzunehmen. Allein kann sie auch keine tollen Motive entdecken. Dabei müssen Sie Ihr helfen.

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

Cyber-shot V1 MEMORY STICK PRO

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

You make it a Sony

Erfolgreiche Ringfoto-Messe in Erlangen

Der Boom

Mit 2.312 Besuchern, die 1.006 Fotohändler repräsentierten, war die Ringfoto-Herbstmesse, die vom 26. bis 28. September 2003 in Erlangen stattfand, ein voller Erfolg. Dabei wurden nicht nur die aktuellen Produktneuheiten der Industrie präsentiert, sondern auch das neue digitale Informations- und Order-system RIO, mit dem Ringfoto die Dienstleistungen der Kooperation für ihre Mitglieder noch effizienter machen will.

Bereits jetzt ist die digitale Fotografie der Hauptumsatzträger für die Ringfoto-Mitglieder. Im vergangenen Jahr stieg der Umsatz in diesem Segment um über 70 Prozent auf 925 Millionen Euro. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet die Kooperation eine weitere Absatzsteigerung bei digitalen Kameras um 100 Prozent und eine Umsatzsteigerung von 65 Prozent. Nach Ansicht von Michael Gleich, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Ringfoto, ist die-



Auch führende Vertreter der Photo Marketing Association International (PMA) informierten sich auf der Ringfoto-Messe. Von links Ringfoto Verwaltungsratsvorsitzender Rainer Schorcht, Karen Petersen-Gyöngyösi (PMA Direktor für Mittel- und Osteuropa), Ted Fox (Executive Director der PMA), der eigens für die Messe aus den USA eingeflogen war, Ringfoto Hauptgeschäftsführer Michael Gleich, Elisabeth Scherer, die in der PMA Zentrale in Jackson, Michigan, die deutschen Mitglieder betreut, und PMA Europa Direktor Dr. Klaus Petersen.

se Entwicklung eine große Chance für den Fotofachhandel: „Fotografieren ist wieder „in“, und wer die komplexe Technik verständlich darstellt und mit Dienstleistungen leicht macht, der punktet beim Kunden.“ Neben dem Kamerageschäft hat dabei nach Ansicht der Ringfoto-Verantwortlichen besonders der Zubehörbereich Priorität. Mit spannungssicheren Peripherieartikeln wie Stativen, Taschen, Akkus und Datenträgern, um nur einige zu nennen, bieten sich für aktive Fotohändler gute Umsatzchancen. Das gleiche gilt für den Dienstleistungsbereich, bei dem das digitale Bildergeschäft auch bei Ringfoto höchste Priorität hat. Auf der Messe in Erlangen waren nicht nur alle wichtigen Großlabors vertreten, sondern auch die führenden Minilab-Her-

steller und Anbieter von Printlösungen. Nach Ansicht von Michael Gleich sollte sich das Fotofachgeschäft in Zukunft zu einer digitalen Dienstleistungszentrale inklusive DVD-Brenner und digitaler Laserlabs entwickeln.

Telekommunikation und mehr

Der digitale Boom beflügelt nicht nur das Kamerageschäft, sondern führt bei vielen Ringfoto-Mitgliedern auch zu einer Sortimentsausweitung. Fotohandys waren auch in Erlangen ein Thema. Am debitel-Stand konnten sich die Ringfoto-Mitglieder über alle Netze und Telekommunikations-Dienstleistungen aus einer Hand informieren. Auch T-Mobile war mit einem eigenen Stand vertreten.

Neuheiten-Schau

Für viele Besucher war die Ringfoto-Messe die erste Gelegenheit, die aktuellen Digitalkamera-Neuheiten, die rund um die Funkausstellung in Berlin vorgestellt wurden, persönlich in Augenschein zu nehmen. Zudem gab es auch echte Premieren, hauptsächlich im Minilabbereich: zum Beispiel das neue Agfa d-lab.1, das digitale Inkjet-Printsystem dDP-411 von Noritsu und einen brandneuen Annahme-Kiosk für digitale Bilddaten von Konica.

Fortsetzung auf Seite 28



Konica Verkaufsleiter Martin Bongard zeigt den neuen Annahme-Kiosk für digitale Bilddaten, der auf der Ringfoto-Messe erstmals vorgestellt wurde.

PROFESSIONALITÄT KENNT KEINE KOMPROMISSE

JOACHIM BALDAUF
FASHION PHOTOGRAPHER

FOTOGRAFIERT MIT DER
OLYMPUS E-1

DAS NEUE OLYMPUS E-SYSTEM: KOMPROMISSLOS DIGITAL.



Für erfolgreiche Profifotografen wie Joachim Baldauf zählt nur ein perfektes Ergebnis.

Dieser hohe Anspruch ist der Maßstab für das Olympus E-System. Kompromisslos digital – kompromisslos professionell.

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

Das Resultat? Eine Bildqualität, wie man sie nie zuvor bei digitalen Spiegelreflex-Kameras erlebt hat.

Innovationen, die Profifotografen begeistern. Die Zukunft der professionellen Digitalfotografie kennt keine Kompromisse – sie kennt das Olympus E-System.

Mehr Informationen? www.olympus-pro.com/de



ELEKTRONISCHER BLITZ FL-50:

- GN 50 HOCHLEISTUNGS-TTL-BLITZ
- BLITZSYNCHRONISATION BEI ALLEN VERSCHLUSSZEITEN IM SUPER FP MODUS
- AUCH ERHÄLTLICHT: RING FLASH UND TWIN FLASH, HOCHLEISTUNGS-AKKU

ZUIKO DIGITAL SPRITZWASSERGESCHÜTZTE OBJEKTIVE:

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

*entspricht 22 bis 600 mm bei 35 mm Kameras

OLYMPUS E-1:

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

RIO jetzt online

Neben den aktuellen Produkten und Dienstleistungen standen in Erlangen auch Konzepte zur Effizienzsteigerung in den Ringfoto-Fachgeschäften im Mittelpunkt des Interesses. Die Kooperation bietet ihren Mitgliedern ein professionelles Lager- und Logistiksystem, um das beim schnellen Preisverfall digitaler Produkte besonders hohe Lagerisiko beim Fotohandel in Grenzen zu halten und gleichzeitig eine schnelle Verfügbarkeit der Ware zu sichern. Diese



Eine Neuheit für Minilab-Besitzer: Mit der Honerkamp Filmroller-Packstation können Negative eingetascht und dann mit dem Indexbild zu einer handlichen Rolle kombiniert werden.

Dienstleistung soll jetzt noch verbessert werden: Seit Oktober steht den Ringfoto-Mitgliedern – und nur ihnen – das Ringfoto Informations- und Order-system RIO online zur Verfügung. Hier können Ringfoto-Mitglieder, wenn sie sich mit Anmeldenamen und Paßwort eingeloggt haben, komfortabel alle aktuellen Informationen abrufen und Bestellungen aus dem Online-Katalog aufgeben. Voraussetzung dafür ist nur ein Internet-Anschluß: Es müssen keine Anwendungen auf dem Rechner installiert und keine Daten heruntergeladen



Mit den neuen Fotohandys wird Telekommunikation auch für Ringfoto-Mitglieder immer wichtiger. Neben dem Kooperationspartner debitel war auch T-Mobil mit einem eigenen Stand vertreten.

werden. Pro Geschäft können dabei mehrere Benutzer mit individuellen Profilen angelegt werden. So kann für Mitarbeiter im Verkauf zum Beispiel das Bestellen von Ware oder das Lesen allgemeiner Informationen erlaubt werden. Gleichzeitig bleibt die Rechnungs- oder Kundenkontrolle oder das Lesen von Chefinformationen dem Inhaber vorbehalten. Die Basis für RIO bildet das bewährte LEO-Bestellsystem. „Um die Benutzerfreundlichkeit zu erhöhen, wurde es kräftig aufgeräumt und verbessert, damit noch komfortabler, schneller und übersichtlicher gearbeitet werden kann“, betonte Michael Gleich. Ganz neu ist der Informationsteil: Hier soll in Zukunft Schritt für Schritt alles zur Verfügung stehen, was heute noch per Post versandt wird. Dazu gehören Infor-

mationen zu Plakataktionen, Sonderposten, Jahrestermenien ebenso wie Chefinformationen über Einkaufskon-ditionen und Serviceangebote, ein Who-is-Who, Rechtsberatung, Kfz-Rahmenverträge und vieles mehr. Der Einstieg in dieses Angebot soll immer über eine Menüseite erfolgen, die voraussichtlich zum Jahreswechsel 2003/2004 zur Verfügung stehen wird.

Um das neue Angebot in aller Ruhe testen zu können, haben alle Ringfoto-Mitglieder im Oktober die Zugangsdaten erhalten. Bis zum 31. März 2004 kann das



Noritsu Verkaufsleiter Thomas Mümken verzeichnete starkes Interesse für das neue digitale Inkjet-Printsystem dDP-411, das jetzt verfügbar ist.

System kostenlos getestet werden. Anschließend wird für die Nutzung ein Kostenbeitrag von 5 Euro pro Monat berechnet.

Der menschliche Faktor

Nicht nur die Messe, sondern auch die inzwischen schon legendäre Messe-Party am Samstagabend war ein voller Erfolg. In diesem Jahr stand die Abendveranstaltung im Zeichen einer Hommage an Hubert Gröver. Der Ringfoto Geschäftsführer Einkauf und Vertrieb geht Ende des Jahres in den Ruhestand und wurde von den Mitgliedern frenetisch gefeiert.



Als neuer Ringfoto-Partner bietet Mitsubishi den Mitgliedern der Kooperation jetzt seine digitalen Bildsysteme, hier das DPS-Chick, an.

Auf Wiedersehen, Hubert Gröver!

Im Rahmen der Abendveranstaltung zur Ringfoto-Messe wurde Hubert Gröver, der Ende des Jahres in den Ruhestand geht, offiziell verabschiedet. Gröver stieß im Juli 1992 von Horten zur Ringfoto-Gruppe und erhielt im Januar 1993 Prokura. Anfang 1994 wurde er zum Geschäftsführer für den Bereich Einkauf/Verkauf ernannt. Die Ringfoto-Mitglieder bedankten sich bei Gröver, der auch von den Lieferanten wegen seiner Fairneß und Fachkunde sehr geschätzt wird, mit frenetischem Beifall für seine jahrelange, erfolgreiche Arbeit.



PENTAX

for your precious moments

Wichtige Dinge sollten Sie sich ganz nah heranholen.

Sie wissen, was Sie wollen. Und Sie wollen das Maximum! Eine Digitalkamera, die 5 Megapixel Auflösung, viele innovative Funktionen bei 5facher optischer Zoom-Power bietet. Einfach ranholen und dranbleiben – die neue Optio 555. www.pentax.de



Lassen Sie sich überzeugen. Die neue Optio 555.

PENTAX

„Fotohandys sind weit mehr als eine Mode“

Die vielzitierte Konvergenz der Medien zeigt sich in wenigen Produkten so deutlich wie in Mobiltelefonen. Längst sind die Zeiten vorbei, in denen Handys nur Sprachdienste und das Versenden von Kurzmitteilungen ermöglichten. Heute ist die Möglichkeit, im Internet zu surfen, für die meisten Mobiltelefone ebenso selbstverständlich wie die Ausstattung mit einem Farbdisplay und einer Digitalkamera.

Und damit wird ihr Verkauf auch für Händler außerhalb der Tk-Branche interessant. Wir sprachen mit Ulrich Twiehaus, Leiter Mobile Phones Deutschland bei Siemens mobile, wie sich der traditionsreiche deutsche Hersteller in der Fotobranche positionieren will und welche Chancen sich für den klassischen Fotohandel durch Fotohandys ergeben.

imaging+foto-contact: Herr Twiehaus, nicht nur Siemens mobile hat in den vergangenen Monaten verschiedene neue Mobiltelefone vorgestellt, die entweder über eine integrierte Digitalkamera verfügen oder über eine als Zubehör ansteckbare Kamera in die Lage versetzt werden, Digitalbilder aufzunehmen. Ist dieses Ausstattungsmerkmal nur eine Modeerscheinung oder greifen die Handyhersteller damit ein Bedürfnis auf, das dauerhaft zum Leistungsumfang der Geräte gehören wird?

Ulrich Twiehaus: Bilder waren schon immer ein wichtiger Bestandteil der menschlichen Kommunikation. Um Erinnerungen mit anderen zu teilen oder sie in Erinnerung zu behalten, werden Milliarden von Prints jedes Jahr

hergestellt, dazu in wachsendem Umfang Digitalfotos, die sich problemlos versenden und nach Lust und Laune ausdrucken lassen. Bei Mobiltelefonen, die bei den meisten Menschen zum täglichen Begleiter geworden sind, ist der Trend zu Bildern ebenfalls deutlich zu erkennen. Angefangen bei Hintergrundbildern und Icons, die viele Handys bereits in der Grundversion integriert haben bzw. die sich der Anwender aus dem Internet auf sein Gerät herunterladen kann, sind farbige Fotos zu einem großen Erfolgsfaktor für die Anbieter geworden. Auch die rasant wachsenden Verkaufszahlen von Fotohandys und damit verbunden die immer größer werdende Menge verschickter Multimedia-Nachrichten, E-Mails mit Bildanhängen oder Fotopostkarten belegen, daß die Fotografie eine wichtige Ergänzung bisheriger Telekommunikationsmöglichkeiten darstellt. Ich bin deshalb sicher, daß Fotohandys weit mehr als eine Modeerscheinung sind. Ich gehe davon aus, daß früher oder später die meisten aller in Deutschland verkauften Mobiltelefone eine Bildauf-

nahmefunktion bieten – darunter auch Geräte, die das Festhalten bewegter Sequenzen per Digitalvideo ermöglichen.

imaging+foto-contact: Wie erklären Sie sich diesen Erfolg mit Bildern?

Ulrich Twiehaus: Durch Bilder kann ich Erlebtes festhalten und viel besser und schneller mit anderen teilen. In der digitalen Welt hat sich insbesondere die Geschwindigkeit erhöht, mit der ich einem anderen Menschen Fotos zustellen kann. Denn im Gegensatz zum klassischen Versand per E-Mail vom stationären PC oder Notebook aus, kann ich Bilder vom Handy von überall verschicken, wo ich ein Netz habe – und das ist in Deutschland fast vollständig der Fall. Mit neuen, schnellen Datenübertragungsstandards wie GPRS und in Kürze auch UMTS wird die Bedeutung der Handys beim Datentransport noch weiter steigen.

Ein weiterer Erfolgsfaktor für Fotohandys ist meiner Meinung nach die Möglichkeit, sein Gerät mit einem eigenen Bild zu individualisieren. Dienten dazu bislang vor allem vorgefertig-



Ulrich Twiehaus, Leiter Mobile Phones Deutschland bei Siemens mobile

Interview mit Ulrich Twiehaus, Leiter Mobile Phones Deutschland bei Siemens mobile

„Fotografie ist eine wichtige Ergänzung der bisherigen Telekommunikation“

te Icons und Bildschirmschoner, die mein Gegenüber unter Umständen auch auf seinem Gerät gespeichert hatte, kann ich mein Handy jetzt mit einem eigenen Bild wirklich einzigartig machen. Hinzu kommt, daß Handybilder heute schon zum Ersatz für die beliebten Fotos in der Brieftasche werden. Bilder vom Ehepartner oder den Kindern hat man so immer dabei und kann sie beispielsweise als Hintergrund einbinden. So habe ich mit jedem Blick auf das Display einen emotionalen Kontakt zu jemandem, der mir etwas bedeutet.

imaging+foto-contact: Sie haben zwei Bereiche angesprochen, die Bilddatenübertragung und die Individualisierung des eigenen Handys. Um an beidem Spaß zu haben, müssen aber bestimmte technische Voraussetzungen erfüllt sein, sowohl was die Netze als auch was die Geräte selbst angeht. Viele aktuell im Markt befindliche Handys stecken aber mit ihren Displays und ihrer Beschränkung auf den relativ langsamen GSM-Standard in dieser Hinsicht eher noch in den Kinderschuhen. Wann wird sich das ändern?

Ulrich Twiehaus: Es hat sich in den vergangenen Monaten ja schon vieles getan und die Entwicklung schreitet mit Riesenschritten voran. Sehr viele

Handys, bei uns fast alle, sind mit einem Farbdisplay ausgestattet, und der Weg führt weiter in Richtung größere Displays, die mehr Farben darstellen können. Nachdem wir viele Jahre lang bemüht waren, immer kompaktere Mobiltelefone zu bauen, geht ein Trend bei Fotohandys wieder zu größeren Geräten mit Displays, auf denen das Betrachten der Bilder Spaß macht. Und vor allem für die sogenannten Smartphones, wie unser SX1, die Office-, Multimedia- und Telefonfunktionen miteinander verbinden, sehe ich gute Zukunftschancen. Auch hinsichtlich der Datenübertragung sind Fotohandys heute meist mit GPRS ausgestattet, was eine schnelle Bildübertragung per MMS oder E-Mail ermöglicht.

imaging+foto-contact: Und was ist mit der Bildqualität? Diese ist derzeit bei vielen Fotos aus Mobiltelefonen eher noch unbefriedigend.

Ulrich Twiehaus: Natürlich kann man die Minikameras von Handys nicht mit der Qualität einer Profikamera messen, das ist auch nicht der Sinn. Bei der Fotografie mit dem Handy geht es darum, spontan zu sein – wie mit einer Schnappschußkamera auch – und un-

mittelbar Momente festhalten zu können. Je nachdem, wie man die Bilder verwenden möchte, kann man bei unseren Handys die Bildauflösung erhöhen und erhält dann bei Ansicht auf dem PC schon gute Ergebnisse, die sich als kleinformatige Bilder drucken lassen. Wir müssen allerdings heute auch noch Rücksicht auf die derzeitigen Datenübertragungsmöglichkeiten nehmen. Ich bin allerdings sicher, daß die Entwicklung dank UMTS schnell voranschreiten wird. Ähnlich wie bei den Digitalkameras, bei denen heute schon Aufnahmechips mit vielen Millionen Pixeln selbst im Consumerbereich selbstverständlich geworden sind, wird diese Entwicklung bei Handys zeitverzögert eintreten. Ein Blick nach Asien zeigt, daß dort bereits Megapixel-Handys im Einsatz sind, und auch in Deutschland läßt die Einführung derartiger Produkte nicht mehr lange auf sich warten.

imaging+foto-contact: Aber die Investition in ein Gerät, mit dem Fotos aus Handys geprentet werden können, ist erheblich. Halten Sie das Risiko für den Fotohändler nicht für zu groß, weil Emotionen allein auf Dauer doch nicht ausreichen und der Verbraucher mit der Zeit vielleicht müde wird, auf gute Bildqualität zu verzichten?

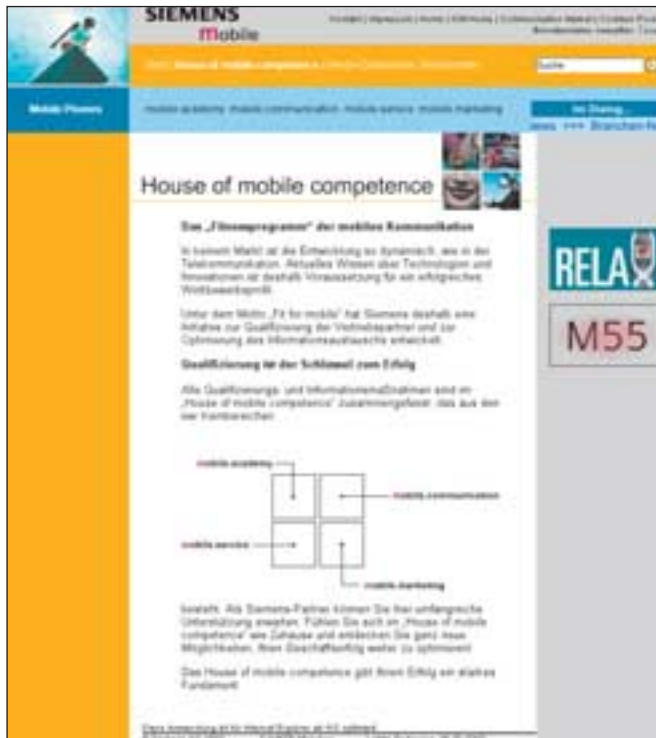
Ulrich Twiehaus: Sicherlich liefern derzeit im Markt befindliche Mobiltelefone noch keine Ergebnisse, die mit heutigen Digitalkameras vergleichbar wären. Hier muß man sich auch die Frage stellen, ob das das Ziel ist. Wenn ich eine Kamera in ein Handy integriere, gibt es natürlich immer technische Grenzen – insbesondere durch Größe und Preis. Der Vorteil, mit seinem Handy auch immer eine Kamera dabei zu haben, überwiegt aber sicher. Mancher gute Schnappschuß käme sonst gar nicht zustande. Wir haben heute mit der VGA-Auflösung schon die Möglichkeit, akzeptable Bilder im Format 9 x 13 cm machen zu lassen. In Zukunft werden Megapixel-Handys auch eine deutlich höhere Auflösung bieten. Zudem wird nicht nur die Auflösung besser, sondern auch die Zahl der Fotofunktio-

Siemens mobile stellt sein zweites UMTS Handy vor

U15 heißt das zweite UMTS-Handy aus dem Hause Siemens, das auf einer Pressekonferenz in Wien vorgestellt wurde – dort existiert bereits ein funktionsfähiges UMTS-

Netz. Zu den Hauptausstattungsmerkmalen gehören Videotelefonie, das Streaming von Musik oder Videoclips mit einer Geschwindigkeit von bis zu 128 Kilobit pro Sekunde, die Aufnahme vertonter Videos, Triband-Technik und Dual Mode W-CDMA und GSM/GPRS, die zusammen das Telefonieren in allen Mobilfunknetzen der Welt ermöglichen, Sprachwahl, Freisprechen, Java oder MMS. Darüber hinaus bietet das U15 umfangreiche Organizer-Anwendungen, zwei eingebaute VGA-Kameras, einen MP3-Player, einen 64 Megabyte großen Speicher und das Strategiespiel „Anno 1503“. Das große Display des Siemens U15 bietet bis zu 65.000 Farbabstufungen. Für den (Bild-)Datentransfer und zum Abgleich von Kalendereinträgen, Kontakten und Terminen mit Outlook stehen dem Anwender Bluetooth, Infrarot sowie eine USB-Schnittstelle zur Auswahl. Die entsprechende PC-Software „mobile PhoneTools“ und „Sync ML“ gehören zum Lieferumfang. Das U15 soll ab November lieferbar sein. Der Preis stand bei Redaktionsschluß noch nicht fest.





Das Siemens mobile Händler-Extranet hält nicht nur Schulungen und Informationen bereit, sondern auch einen „Baukasten“ für individuelle Werbemittel des Händlers.

Technik? Denn viele Fotohändler würden mit dem Verkauf von Tk-Verträgen und -Geräten Neuland betreten.

Ulrich Twiehaus: Selbstverständlich lassen wir unsere Handelspartner mit dem Verkauf der Geräte nicht allein. Zum einen bieten wir traditionell umfangreiche Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien für den Point of Sale. Dazu gehören unterschiedliche Flyer ebenso wie Elemente für die Schaufenster- und Ladendekoration. Diese können sowohl bei unserem Außendienst als auch unter www.siemens-mobile-partnerinfo.de im Händler-Extranet bestellt werden. Ich möchte an dieser Stelle ausdrücklich darauf hinweisen, daß unser Händler-Extranet den Fachhändlern aller Branchen offensteht, nicht nur dem Tk-Handel. Im Extranet gibt es auch vielfältige Informationen zu den einzelnen Geräten, zu unseren Aktivitäten oder einen Baukasten, mit dem auch ungeübte Benutzer schnell und problemlos Anzeigenvorlagen gestalten können. Außerdem stellen wir unseren Handelspartnern ein Online-Schulungsprogramm, Basic I und Basic II, bereit, das auch mit Tk-Produkten unerfahrene Händler und Verkaufsmitarbeiter Schritt für Schritt zu Experten macht. Und schließlich bieten wir in verschiedenen Städten in Deutschland Trainings an, mit denen die Partner ihr Wissen kontinuierlich erweitern können. Bei besonderen Aktionen am Point of Sale bieten wir dazu die Möglichkeit, mit Promotions zu unterstützen – exakt abgestimmt auf die jeweiligen Bedürfnisse oder die jeweilige Veranstaltung.

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

nen nimmt weiter zu. So haben wir beispielsweise mit unserer aufsteckbaren QuickPic-Kamera mit integriertem Blitz die Anwendungsmöglichkeiten für Fotohandys auch bei schlechteren Lichtverhältnissen erweitert. Digitalzoom findet sich bereits in der Oberklasse wie beim ST55 oder SX1. Weitere Tools und Einstellungen, wie beispielsweise eine Bildbearbeitungssoftware, sind ebenfalls bei einigen Modellen schon vorhanden. Insgesamt haben wir beobachtet, daß das Thema Farbdisplay und Kamera den Handymarkt in diesem Jahr wieder in Schwung gebracht hat. Das Ersatzgeschäft nimmt aufgrund auslaufender Verträge spürbar zu. Viele Menschen interessieren sich für die neuen Möglichkeiten und nehmen das zum Anlaß, auf ein neues Handymodell umzusteigen. Für den Fotohandel ergibt sich hieraus ein interessantes Potential – einerseits für Bilddienstleistungen, andererseits auch für den Verkauf von Verträgen und Geräten selbst. Schließlich liegt die Kompetenz in Sachen Bild und Bildverarbeitung ja beim Fotohandel, so daß ein Verbraucher gut beraten ist, sich auch für den Kauf eines Fotohandys dorthin zu wenden.

imaging+foto-contact: Welches Produktportfolio hält Siemens denn für Fotohändler bereit, die nicht nur Bilddienstleistungen verkaufen wollen, sondern auch Fotohandys?

Ulrich Twiehaus: Siemens mobile hat derzeit acht Fotohandys im Sortiment – das neue UMTS-Handy U15 nicht mitgerechnet. Drei davon, unser derzeitiges Spitzenmodell SX1, das MC60 und das exklusiv von T-Mobile vertriebene ST55, besitzen eine integrierte Kamera, während die Modelle S55, SL55, M55, C60 und C62 durch die ansteckbare QuickPic Kamera mit Blitz um die Fotofunktion erweitert werden. Alles in allem spricht das Produktportfolio die komplette Zielgruppe an, vom jugendlichen MMS-Fan bis zum Geschäftsreisenden, der die Fotos unter Umständen zur Dokumentation seiner Arbeit benötigt. Auch hinsichtlich des Designs und des Preissegments werden Verbraucher bei Siemens mobile sicherlich fündig, denn unser Programm enthält ebenso Einsteiger-Fotohandys wie Mobiltelefone mit umfangreicher Ausstattung. Zu den Verkaufsschlägern im Weihnachtsgeschäft gehören das brandneue SX1, das mit seinem 176 x 220 Pixel großen 64.000-Farben-Display, seiner integrierten VGA-Kamera, der Bluetooth-Schnittstelle und GPRS Klasse 10 alle Voraussetzungen für Fotospaß bietet. Im Einsteigerbereich werden das C60 mit ansteckbarer Kamera, das MC60 und das ST55 für Nachfrage sorgen.

imaging+foto-contact: Und gibt es neben den Geräten auch noch Unterstützungsmaßnahmen, vor allem mit Blick auf die

Spuk mal!



Unheimliche Umsätze mit CENTURIA SUPER 400.

Die herrlichsten Farbbilder auch bei wenig Licht.

Die Tage werden kürzer. Mit dem besonders lichtempfindlichen CENTURIA SUPER 400 können Ihre Kunden auch bei ungünstigen Lichtverhältnissen farbtintensive und exzellent scharfe Fotos machen. Jetzt im Aktionspaket. Sechsendneunzigmal zu einem schrecklich günstigen Preis!

Vom 1. 10. bis 30. 11. 2003 werden Ihre Verkaufsräume vom Halloween-Zauber verwandelt: Jung und Alt werden magisch angezogen von einem tollen Gewinnspiel mit attraktiven Preisen - lassen Sie sich überraschen!



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



Konica



Marktübersicht listet 54 aktuelle Modelle auf



Fotohandys bringen vor allem Spaß: dem Benutzer beim Festhalten von wichtigen Momenten seines Lebens, dem Fotohändler durch den Verkauf von Geräten und Zusatzleistungen.

Fotohandys als ideale Weihnachtsgeschenke

Es gibt keinen Zweifel daran, daß Handys auch in diesem Jahr wieder zu den Top-Produkten des Weihnachtsgeschäftes gehören werden. Dabei wird der durchschnittliche Wert der Geräte und der entsprechenden Verträge im Vergleich zu den Vorjahren steigen. Dies liegt vor allem daran, daß der Markt weitgehend gesättigt ist und Kunden bei Ersatzanschaffungen auf hochwertigere Handys zugreifen. Eine der wichtigsten Funktionen, die die Wertigkeit eines Handys steigern, ist derzeit die Aufnahmemöglichkeit für Fotos und/oder Videos. Und genau hier werden Mobiltelefone auch für den Fotohandel zu einer Empfehlung für ihre Kunden, wenn es um die Frage nach dem idealen Weihnachtsgeschenk geht.

Clevere Händler werden sich nicht allein auf den Verkauf von Geräten und Verträgen beschränken, sondern auch ihr Dienstleistungsangebot und ihr Zubehörgeschäft ausbauen. Denn niemals zuvor hat es ein Produkt gegeben, mit dem es so einfach ist, zu jedem Zeitpunkt und von nahezu jedem Ort aus digitale Bilder zu verschicken. Und warum sollte der Empfänger eines Handyfotos nicht ein Fotohändler sein, der die digitale Aufnahme in eine wie auch immer geartete Bilddienstleistung umwandelt? Möglichkeiten dazu gibt es schon jetzt verschiedene, und kreative Köpfe werden für die Zukunft

zweifelloso noch weitere entdecken. Die naheliegendste ist zweifellos das Drucken der Datei auf echtem Fotopapier; auf dem eigenen Minilab oder in Zusammenarbeit mit einem Großlabor. Seit einigen Monaten gibt es außerdem die Möglichkeit, Handyfotos in Postkarten zu verwandeln und diese wie gewohnt an einen beliebigen Empfänger weiterzuleiten. Warum sollte dieses Geschäft, das bislang ausschließlich über die Mobilfunkanbieter betrieben wird, dauerhaft bei den Netzbetreibern bleiben? Vor wenigen Wochen schließlich meldete Vodafone, daß ab sofort auch die Möglichkeit bestehe, Handybilder als Sticker zu drucken und diese als Postkarte zu versenden (siehe Kasten unten). Es wundert schon ein wenig, daß

auch hier ein Unternehmen der Tk-Branche eine Vorreiterfunktion im Bildergeschäft übernommen hat.

Steckte die Fähigkeit, mit einem Mobiltelefon Bilder aufzunehmen, vor zwölf Monaten noch in den Kinderschuhen und taugten

die so produzierten Fotos gerade einmal zum Betrachten auf den Handysdisplays, so weisen die Modelle, die für das Weihnachtsgeschäft 2003 zur Verfügung stehen, eine deutlich höhere Bildqualität auf. VGA- (640 x 480 Pixel) bzw. mindestens CIF-Auflösung (360 x 288) sind inzwischen Standard, gleichgültig, ob es sich um eine integrierte oder eine als Zubehör erhältliche Handykamera handelt.

Dies mag im Vergleich zu aktuellen Digitalkameras als wenig erscheinen. Es darf jedoch erstens nicht vergessen werden, daß die Möglichkeiten der automatischen Bildverbesserungen in

Vodafone schickt Handyfotos jetzt auch als Aufkleber

Als erster deutscher Mobilfunkbetreiber bietet Vodafone D2 seit Anfang September den „MMS-Aufkleber“ an. Um das Angebot zu nutzen, muß der Vodafone Vertrags- oder Prepaid-Kunde ein Foto mit einem Kamerahandy machen und die postalische Adresse des Empfängers eingeben. Dabei sind Name, Straße, Postleitzahl und Ort jeweils durch ein Komma zu trennen. Dann schickt er die MMS (bis 100 KB) an aufkleber@vodafone.de. Nach in der Regel zwei Werktagen landet eine Karte mit acht paßbildgroßen, persönlichen Aufklebern in einem Umschlag im Briefkasten des Empfängers. Kooperationspartner für den innovativen Dienst ist Foto Quelle. Der MMS-Aufkleber kostet 2,49 Euro. Das Briefporto ist im Preis inbegriffen. Der Dienst wird zunächst bis zum 31. Juli 2004 befristet angeboten.

modernen Labormaschinen einen hohen Stand erreicht haben. So ist der heutige Print eines VGA-Bildes um Klassen besser als die Ergebnisse aus der Zeit, als die Digitalkameras „laufen lernten“. VGA-Auflösung reicht mithin mindestens für ein Print im Format 9 x 13 cm, und selbst CIF-Bilder lassen sich problemlos zu Stickern bzw. Prints in Stickergröße verarbeiten. Man sollte außerdem nicht übersehen, daß spätestens zur CeBIT 2004 auch in Deutschland die ersten Fotohandys mit Megapixelkameras vorgestellt werden.

Es gibt mehrere Möglichkeiten, Bilder von Handys auf ein anderes Gerät zu verschicken. Dies kann naturgemäß zunächst einmal per Mobilfunk erfolgen. Dazu ist ein Mobilfunknetz notwendig. Hier wird zwischen den GSM-Netzen mit 900, 1800 und 1900 Megahertz unterschieden. Während in Europa und weiten Teilen Afrikas und Asiens die 900er und 1800er-Netze üblich sind, wird in Nordamerika im 1900er-Netz gefunkt. Entsprechend ihrer Netz-Fähigkeit werden moderne Handys in Dualband- (900 und 1800 MHz) und Triband-Geräte unterteilt. Dabei richten sich Triband-Geräte vor allem an die Zielgruppe von (Geschäfts-) Reisenden, die in allen Teilen der Welt erreichbar sein oder telefonieren wollen. Der Datenversand aus Handys kann außer in den GSM-Netzen auch in den neuen GPRS- und bald auch UMTS-Netzen erfolgen (der Start für UMTS ist in Deutschland für Mitte November vorgesehen). Diese ermöglichen einen deutlich schnelleren Transport der Bilddaten als die herkömmlichen GSM-Netze. Außerdem ist der Datenversand per HSCSD (High Speed Circuit Switched Data) möglich. Dabei handelt es sich ebenfalls um ein schnelles Transportprotokoll, das sich aber von GPRS und UMTS dadurch unterscheidet, daß, wie beim Telefonieren, eine feststehende Verbindung aufgebaut wird, die erst dann beendet wird, wenn der Versand beendet ist (bzw. wenn der Anrufer die Verbindung unterbricht). Bei GPRS und UMTS werden die Daten dagegen in kleine Pakete zerlegt, die einzeln verschickt und beim Empfänger wieder zusammengesetzt werden. Hier hat der Sender keinen Einfluß auf die Dauer der Übertragung.

Zum Bilddatenversand per Mobilfunk müssen die Handys entweder über eine

Neue Fotoprodukte von Handyhersteller Nokia

Daß das Thema Fotografie für die Hersteller der Telekommunikation interessant bleibt, hat Nokia jetzt mit einer vollkommen neuen Produktgruppe bewiesen, die nur bedingt mit Handys zu tun hat. Unter der Bezeichnung Nokia Imagewear präsentiert das finnische Unternehmen eine Kombination aus tragbarer Design-Innovation mit bedienerfreundlicher Technik. Die ersten Produkte aus

dieser Serie sind die Nokia Medaillons I und II und das Nokia Kaleidoskop I. Mit den Nokia Medaillons kann der Nutzer digitale Fotos wie Schmuckstücke tragen und jederzeit anderen zeigen. Die Fotos werden kabellos über eine Infrarot-Verbindung von einem kompatiblen Mobiltelefon oder PC auf das Medaillon übertragen. Beide Medaillons lassen sich um den Hals tragen; das Nokia Medaillon II kann auch als Armband verwendet werden. Das Nokia Medail-

lon I speichert bis zu acht Bilder. Wahlweise können ein digitales Foto oder die Uhrzeit im Display angezeigt werden. In das kleine Nokia Kaleidoskop I lassen sich digitale Fotos übertragen, die der Nutzer speichern und bei sich tragen kann. Ein Farbdisplay, die Bildübertragung via Infrarot und das zeitlose Design sollen das Nokia Kaleidoskop I zum idealen, mobilen „Bildbetrachter“ machen, der in jeder Jackentasche Platz findet. Die Bilder können außer über Infrarot auch noch über eine MMC-Speicherkarte übertragen werden.



MMS- oder eine E-Mail-Funktion verfügen. Die MMS (Multimedia-Nachricht) bietet als Erweiterung der Nur-Text-Kurznachricht (SMS) auch die Möglichkeit, Bilder als Anhang zu verschicken. Allerdings ist die Kapazität bislang auf 100 KB beschränkt, was zirka drei komprimierten Fotos entspricht. Diese Beschränkung gibt es bei der E-Mail nicht, allerdings setzt die Nutzung dieser Funktion den Besitz einer E-Mail-Adresse voraus, die bei vielen Internet-Unternehmen (yahoo, Hotmail, Fireball, web.de etc.) schnell und kostenlos zu bekommen ist.

Als weitere Möglichkeit, Bilddaten auf andere Geräte zu übertragen, gibt es die Option, dies über ein Datenkabel oder eine kabellose Infrarot- oder Bluetooth-Verbindung zu tun. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich bei dem Gerät um den eigenen PC des Handybenutzers oder eine Print-Order-Station beim Fotohandel handelt.

Zu den interessanten Handy-Features hinsichtlich der Bildaufnahme gehören sowohl die Fotofunktionen als auch Angebote zur Bildbearbeitung bzw. Bildgestaltung. Viele Mobiltelefone bieten inzwischen ein digitales Zoom und die Möglichkeit, die Fotos in

Rahmen zu präsentieren oder sie mit Sprechblasen, Icons oder Kommentaren zu versehen. Auch die Beeinflussung von Helligkeit und Kontrast des Bildes schon vor der Aufnahme ist inzwischen mit vielen Handys möglich. Darüber hinaus gibt es auch Kameras, die mit einem zusätzlichen Blitzlicht versehen sind bzw. ein Blitzgerät als Zubehör, mit dem sich die Einsatzmöglichkeiten ausbauen und die Qualität verbessern läßt. Zum Standard geworden ist inzwischen beinahe die Funktion einer Fotogalerie, in der je nach zur Verfügung stehendem Speicherplatz, bis zu mehreren hundert Fotos abgelegt werden können. Viele Handys bieten darüber hinaus die Möglichkeit, die gespeicherten Bilder als sogenannte „Calling Images“ bestimmten Personen im Handy-Telefonbuch zuzuordnen, so daß die Fotos bei einem Anruf dieser Person auf dem Display erscheinen.

Auf den folgenden Seiten haben wir 54 Mobiltelefone zusammengestellt und deren wichtigste Foto- und Datenübertragungsfunktionen/-kennzeichen genannt. Sie repräsentieren den Stand Anfang Oktober. Bis zum Erscheinen dieser Ausgabe sind weitere Modelle hinzugekommen.

Marktübersicht der wichtigsten Fotohandys

Alle Angaben basieren auf der Auswertung von Presseinformationen und Internetseiten der Unternehmen; die Tabellen lagen den jeweiligen Herstellern zur Korrektur und/oder Ergänzung vor; Redaktionsschluß war der 8. Oktober, 13 Uhr; k. A. = zu diesem Punkt war keine Angabe des Unternehmens zu finden/ bekommen.



Ausstattung und Funktion	Alcatel OT 735	LG G7100	LG G8000	Maxon MX-E10	Maxon MX-G20	Motorola A835	Motorola E365	Motorola V300	Motorola V600
GSM-Netze 900/1800/1900	ja/ja/nein ja (Klasse 10)	ja/ja/nein ja (Klasse 10)	ja/ja/nein ja (Klasse 10)	ja/ja/ja ja (Klasse 10)	ja/ja/nein ja (Klasse 8)	ja/ja/ja ja (Klasse 8)	ja/ja/nein ja	ja/ja/ja ja	ja/ja/ja (+ 850) ja
GPRS	nein	nein	nein	nein	nein	ja	nein	nein	nein
UMTS	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
HSCSD	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
allgemeine Daten									
Abmessungen (L x B x T) in mm	106 x 47 x 19,5	89 x 46 x 24	50 x 93 x 23	91 x 48 x 22,5	90 x 46 x 23	k. A.	107 x 45 x 20	89 x 49 x 25	47 x 88 x 23
Gewicht in Gramm	89	99	120	90	90	160	93	110	95
max. Sprechzeit/Standby-Zeit	sieben/300 Stunden	k. A.	drei/200 Stunden	drei/300 Stunden	drei/150 Stunden	2,3/350 Stunden	drei/128 Stunden	8,1/196 Stunden	6,25/285 Stunden
Akkuart (Standardakku)	Li-Ion (800 mAh)	Li-Polymer (780 mAh)	k. A.	Li-Polymer	Li-Polymer	k. A.	k. A.	Li-Ion	Li-Ion
Kamera									
integriert/als Zubehör	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein
Auflösung	352 x 288	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)
Fotofunktionen, Besonderheiten	Schnappschuß-, Porträtmodus, Timer, stufenloses Achtfach-Digitalzoom, Rahmen, Stempel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Display									
Größe in Pixeln (in mm)	128 x 128 (33 x 33)	k. A.	k. A.	176 x 220	128 x 160	176 x 220	128 x 160	176 x 220	176 x 220
darstellbare Farben	4.096	65.000	65.000	260 k	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000
zusätzliches Außendisplay	nein	ja	ja	ja	ja	nein	nein	ja	ja
Größe	—	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	—	—	96 x 32	96 x 32
darstellbare Farben	—	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	—	—	2	2
Speicherplatz									
Größe	1,8 MB	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	256	1 MB	5 MB	5 MB
flexibel	ja	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	ja	ja	ja	ja
Wechselspeicherkarte	nein	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	nein	nein	nein	nein
Schnittstellen									
Infrarot	ja	k. A.	ja	k. A.	k. A.	nein	nein	nein	nein
Bluetooth	nein	k. A.	k. A.	nein	nein	ja	nein	nein	ja
Datenschnittstelle	ja (seriell, USB)	k. A.	ja (seriell, USB)	ja (USB)	ja (USB)	ja (seriell, USB)	ja (seriell)	ja (seriell, USB)	ja (seriell, USB)
Internetzugang WAP	ja	ja	ja	ja (2.0)	ja (1.2.1.)	ja (2.0)	ja (2.0)	ja (2.0, x-html)	ja (2.0)
Datenversand									
EMS	ja	k. A.	k. A.	ja	ja	ja	nein	ja	ja
MMS	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
E-Mail	ja	k. A.	k. A.	SYNC.ML	k. A.	ja	nein	ja	ja
sonstige Ausstattungsmerkmale									
Java	nein	ja	ja	ja	ja	ja	nein	ja	ja
Sprachwahl	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	ja	ja
Sprachaufzeichnung	ja	ja	ja	k. A.	k. A.	ja	nein	ja	ja
Freisprechen im Gerät	ja	k. A.	ja	k. A.	k. A.	nein	nein	ja	ja
Bemerkung	Spiegel für Selbstporträts	nicht in Deutschland	nicht in Deutschland			Videofunktion		exklusiv bei T-Mobile	

Wir entwickeln Ihr Bildergeschäft.



Innovationen

Produkte

Dienstleistungen

Systeme

Verkaufsförderung

Das Foto wird mobil. Gehen Sie mit!



Jetzt kommt der Fotomarkt richtig in Bewegung. Foto-Handys sind überall – und es werden immer mehr! Wir machen Sie dafür mobil. Dank der verschiedenen Bestellwege von CeWe Color können Sie digitale Bilddaten von Foto-Handys annehmen und damit einfach und schnell echte Fotos auf Fotopapier erstellen. Fragen Sie uns!

www.cewecolor.de Bad Schwartau · Berlin · Dresden · Eisenach · Eschbach (Freiburg)
Germering (München) · Mönchengladbach · Oldenburg · Worms · Zirndorf


cewe color
Wir entwickeln Ihr Bildergeschäft.

Marktübersicht der wichtigsten Fotohandys

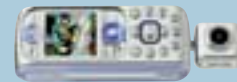


Ausstattung und Funktion	NEC n341i	Nokia 3100	Nokia 3200	Nokia 3650	Nokia 5100	Nokia 6100	Nokia 6220	Nokia 6600	Nokia 6610
GSM-Netze 900/1800/1900	ja/ja/nein	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja
GPRS	ja	ja (Klasse 6)	ja (Klasse 10)	ja	ja	ja	ja	ja	ja
UMTS	nein	nein	nein/aber EDGE	nein	nein	nein	nein, aber EDGE	nein	nein
HSCSD	nein	nein	ja (und CSD)	ja	ja	ja	ja	ja	ja
allgemeine Daten									
Abmessungen (L x B x T) in mm	101 x 48 x 24	101 x 43 x 15,5-20	108 x 45 x 21	130 x 57 x 26	109 x 50 x 22	102 x 44 x 14	107 x 45 x 19	109 x 58 x 24	106 x 45 x 18
Gewicht	110	85	90	130	104	76	92	122	84
max. Sprechzeit/Standby-Zeit	drei/170 Stunden	sechs/410 Stunden	vier/288 Stunden	vier/200 Stunden	fünf/300 Stunden	sechs/320 Stunden	fünf/300 Stunden	vier/240 Stunden	fünf/300 Stunden
Akkuart (Standardakku)	Li-Ion (800 mAh)	Li-Ion (850 mAh)	Li-Ion (780 mAh)	Li-Ion (850 mAh)	Li-Ion (720 mAh)	Li-Ion (720 mAh)	Li-Ion (720 mAh)	Li-Ion (850 mAh)	Li-Ion (720 mAh)
Kamera									
integriert/als Zubehör	ja/nein	nein/ja	ja/nein	ja/nein	nein/ja	nein/ja	ja/nein	ja/nein	nein/ja
Auflösung	352 x 288 (CIF)	—	352 x 288 (CIF)	640 x 480 (VGA)	—	—	352 x 288 (CIF)	640 x 480 (VGA)	—
Fotofunktionen, Besonderheiten	Helligkeitsregelung, Zweifach-Digitalzoom, SW-Modus, Farbfilter	—	Nachtaufnahme, Selbstauslöser, drei Bildqualitäten, Galerie	Fotoalbum, Display dient als Sucher, Video-filmen mit Ton	—	—	Selbstauslöser, Display dient als Sucher, Galerie	Selbstauslöser, Standard-, Portrait-, Nachtmodus, Zweifach-Digitalzoom	—
Display									
Größe	162 x 216	128 x 128	128 x 128	176 x 208	128 x 128	128 x 128	128 x 128	176 x 208	128 x 128
darstellbare Farben	65.000	4.096	4.096	4.096	4.096	4.096	4.096	65.000	4.096
zusätzliches Außendisplay	ja	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Größe	80 x 108	—	—	—	—	—	—	—	—
darstellbare Farben	4.096	—	—	—	—	—	—	—	—
Speicherplatz									
Größe	k. A.	k. A.	1 MB	3,4 MB	725 KB	669 KB	4 MB	6 MB	625 KB
flexibel	k. A.	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Wechselspeicherkarte	k. A.	nein	nein	ja (Nokia DTS-64)	nein	nein	nein	ja (MMC bis 128 MB)	nein
Schnittstellen									
Infrarot	ja	nein	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Bluetooth	nein	nein	nein	ja	nein	nein	nein	ja	nein
Datenschnittstelle	nein	ja	ja	nein	ja	ja	ja	nein	ja
Internetzugang WAP	ja (1.2)	ja (1.2.1, x-HTML)	ja (1.2.1, x-HTML)	ja (2.0, x-HTML)	ja (1.2.1)	ja (1.2.1)	ja (2.0, x-HTML)	ja (2.0, x-HTML)	ja
Datenversand									
EMS	ja	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
MMS	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
E-Mail	ja (und i-mail)	nein	ja	ja	nein	nein	ja	ja	nein
sonstige Ausstattungsmerkmale									
Java	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Sprachwahl	ja	nein	nein	ja	nein	nein	ja	ja	nein
Sprachaufzeichnung	ja	nein	ja	ja	nein	nein	ja	ja	nein
Freisprechen im Gerät	nein	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Bemerkung	exklusiv bei E-Plus	Kamera als Zubehör		Videofunktion	Spritzwasser-/Staubschutz			Videofunktion	



Ausstattung und Funktion	Nokia 6650	Nokia 6800	Nokia 7210	Nokia 7250	Nokia 7250i	Nokia 7600	Nokia 7650	O2 X1	O2 xda II
GSM-Netze 900/1800/1900	ja/ja/nein	ja/ja/nein	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/nein	ja/ja/nein	ja/ja/nein	ja/ja/ja
GPRS	nein	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
UMTS	ja	nein	nein	nein	nein	ja	nein	nein	nein
HSCSD	nein	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	nein
allgemeine Daten									
Abmessungen (L x B x T) in mm	132 x 52 x 25	119 x 55 x 23	106 x 45 x 18	105 x 44 x 19	105 x 44 x 19	87 x 78 x 19	114 x 56 x 26	89 x 48 x 24	130 x 70 x 19
Gewicht	141	122	83	92	92	123	154	80	190
max. Sprechzeit/Standby-Zeit	4.3/336 Stunden	sieben/360 Stunden	fünf/300 Stunden	fünf/300 Stunden	fünf/300 Stunden	vier/300 Stunden	vier/150 Stunden	fünf/72 Stunden	k. A.
Akkuart (Standardakku)	Li-Ion (1.000 mAh)	Li-Ion (1.000 mAh)	Li-Ion (720 mAh)	Li-Ion (780 mAh)	Li-Ion (780 mAh)	Li-Ion (850 mAh)	Li-Ion (830 mAh)	Li-Polymer	Li-Polymer (1.200 mAh)
Kamera									
integriert/als Zubehör	ja/nein	nein/ja	nein/ja	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein
Auflösung	640 x 480 (VGA)	—	—	352 x 288 (CIF)	352 x 288 (CIF)	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)
Fotofunktionen, Besonderheiten	Display dient als Sucher	—	—	Fotogalerie	Nachmodus, Digital-zoom, Kontrast einstellbar, Rahmen und Icons hinzufüßbar	Selbstauslöser, Display dient als Sucher	Display dient als Sucher, Fotoalbum	Videofilmen	Videofilmen
Display									
Größe	128 x 160	128 x 128	128 x 128	128 x 128	128 x 128	128 x 160	176 x 208	128 x 160	320 x 240
darstellbare Farben	4.096	4.096	4.096	4.096	4.096	65.000	4.096	65.000	65.000
zusätzliches Außendisplay	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	ja	nein
Größe	—	—	—	—	—	—	—	—	—
darstellbare Farben	—	—	—	—	—	—	—	2	—
Speicherplatz									
Größe	7 MB	4 MB	625 KB	3,5 MB	3,5 MB	29 MB	3,6 MB	3,5 MB	128 MB
flexibel	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	ja
Wechselspeicherkarte	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	ja (MMC und SD)
Schnittstellen									
Infrarot	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	k. A.	ja
Bluetooth	ja	nein	nein	nein	nein	ja	ja	k. A.	ja
Datenschnittstelle	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	ja	ja (seriell, USB)
Internetzugang WAP	ja (1.2.1)	ja (1.2.1)	ja (1.2.1)	ja (1.2.1)	ja (1.2.1, x-HTML)	ja (2.0, x-HTML)	ja (1.2.1)	ja	ja
Datenversand									
EMS	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
MMS	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
E-Mail	nein	ja	nein	nein	nein	ja	ja	nein	ja
sonstige Ausstattungsmerkmale									
Java	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	k. A.
Sprachwahl	ja	nein	nein	nein	nein	ja	ja	nein	k. A.
Sprachaufzeichnung	ja	nein	nein	nein	nein	ja	ja	nein	ja
Freisprechen im Gerät	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein	ja
Bemerkung		ausklappbare Tastatur				Kamera-Auslöseknopf		exklusiv bei O2	exklusiv bei O2

Marktübersicht der wichtigsten Fotohandys



Ausstattung und Funktion	Panasonic G60	Panasonic G87	Panasonic X70	Philips 350	Philips 530	Sagem myX-6	Sharp GX20	Samsung SGH-Z100	Samsung SGH-i500
GSM-Netze 900/1800/1900	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/nein	ja/ja/nein	ja/ja/ja	ja/ja/ja	k. A.	ja/ja/ja
GPRS	ja (Klasse 8)	ja (Klasse 8)	ja (Klasse 8)	ja (Klasse 6)	ja (Klasse 10)	ja (Klasse 10)	ja	k. A.	ja
UMTS	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	ja	nein
HSCSD	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	k. A.	nein
allgemeine Daten									
Abmessungen (L x B x T) in mm	104 x 47 x 19	113 x 49 x 24	87 x 47 x 24	106 x 46 x 18	101 x 44 x 19	110 x 46 x 22	95 x 49 x 25	95 x 50 x 26	87 x 54 x 27
Gewicht	85	102	95	80	85	106	102	124	150
max. Sprechzeit/Standby-Zeit	4,6/200 Stunden	sieben/200 Stunden	fünf/290 Stunden	vier/400 Stunden	sechs/300 Stunden	4,6/310 Stunden	2,1/210 Stunden	k. A.	k. A.
Akkuart (Standardakku)	Li-Ion (740 mAh)	Li-Ion	Li-Ion (680 mAh)	Li-Ion (720 mAh)	Li-Ion (720 mAh)	Li-Ion (1.050 mAh)	Li-Ion	k. A.	k. A.
Kamera									
integriert/als Zubehör	nein/ja	ja/nein	ja/nein	nein/ja	nein/ja	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein
Auflösung	—	132 x 176	k. A.	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)	k. A.	640 x 480 (VGA)
Fotofunktionen, Besonderheiten	—	Zweifach-Digitalzoom, fünf Helligkeitsstufen, Nachaufnahme, Nahaufnahme, Selbstporträt	k. A.	Fotocall, Objektiv um 360° drehbar	Fotocall, Objektiv um 360° drehbar	Digitalzoom mit drei Brennweiten, Fotoalbum, Spiegel für Selbstportraits, Objektschutz	k. A.	Objektiv um 180° drehbar	k. A.
Display									
Größe	128 x 128	132 x 176	132 x 176	128 x 128	128 x 128	128 x 160	240 x 320	k. A.	162 x 176
darstellbare Farben	4.096	65.000	65.000	4.096	65.000	65.000	65.000	260.000	65.000
zusätzliches Außendisplay	nein	ja	k. A.	nein	nein	nein	ja	k. A.	nein
Größe	—	k. A.	k. A.	—	—	—	k. A.	k. A.	—
darstellbare Farben	—	k. A.	k. A.	—	—	—	65.000	k. A.	—
Speicherplatz									
Größe	k. A.	1 MB	4 MB	ca. 1,5 MB	> 1,5 MB	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
flexibel	k. A.	ja	k. A.	ja	ja	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Wechselspeicherkarte	k. A.	nein	k. A.	nein	nein	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schnittstellen									
Infrarot	k. A.	ja	nein	ja	ja	ja	ja	k. A.	k. A.
Bluetooth	k. A.	nein	ja	nein	nein	nein	nein	k. A.	k. A.
Datenschnittstelle	k. A.	ja	k. A.	ja	ja	ja	ja	k. A.	k. A.
Internetzugang WAP	ja	ja (1.2.1)	ja	ja	ja	ja (1.2.1)	ja	k. A.	ja (2.0)
Datenversand									
EMS	ja	ja	k. A.	ja	ja	ja	nein	k. A.	k. A.
MMS	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
E-Mail	k. A.	ja	ja	ja	ja	nein	nein	k. A.	k. A.
sonstige Ausstattungsmerkmale									
Java	k. A.	ja	ja	ja	nein (ja ab 2004)	k. A.	ja	ja	ja
Sprachwahl	k. A.	ja	k. A.	ja	ja	k. A.	nein	k. A.	k. A.
Sprachaufzeichnung	k. A.	nein	ja	ja	ja	ja	ja	k. A.	k. A.
Freisprechen im Gerät	k. A.	ja	ja	nein	ja	ja	nein	k. A.	k. A.
Bemerkung								Videofunktion	
		Spiegel für Selbstporträt							

Easy imaging. Easy business.

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



Originalgröße



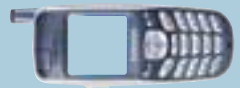
Endlich wird das digitale Fotografieren noch einfacher und schneller mit der neuen QV-R40 von CASIO:

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

* nach Fokussierung, LCD und Blitz aus

CASIO®
www.casio-europe.com

Marktübersicht der wichtigsten Fotohandys



Ausstattung und Funktion	Samsung SGH-E700	Samsung SGH-P400	Samsung SGH-V200	Samsung SGH-X600	Samsung SGH-i700	Siemens C60	Siemens C62	Siemens M55	Siemens MC60
GSM-Netze 900/1800/1900	ja/ja/nein	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/nein	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja
GPRS	ja (Klasse 10)	ja (Klasse 8)	ja (Klasse 8)	ja (Klasse 10)	ja	ja (Klasse 8)	ja (Klasse 4)	ja (Klasse 8)	ja (Klasse 8)
UMTS	nein	nein	nein	nein	k. A.	nein	nein	nein	nein
HSCSD	nein	nein	nein	nein	k. A.	nein	nein	nein	nein
allgemeine Daten									
Abmessungen (L x B x T) in mm	90 x 45 x 23	91 x 48 x 23	90 x 48 x 23	102 x 43 x 20	132 x 70 x 16,5	110 x 47 x 23	101 x 44 x 20	101 x 46 x 21	109 x 46 x 21
Gewicht	86	108	102	80	170	85	85	83	86
max. Sprechzeit/Standby-Zeit	drei/230 Stunden	fünf/120 Stunden	fünf/140 Stunden	3,5/250 Stunden	k. A.	fünf/250 Stunden	4,5/250 Stunden	fünf/250 Stunden	fünf/250 Stunden
Akkuart (Standardakku)	Li-Ion (800 mAh)	Li-Ion (900 mAh)	Li-Ion (900 mAh)	Li-Ion (900 mAh)	1.000 mAh	Li-Ion (700 mAh)	Li-Ion (630 mAh)	Li-Ion (700 mAh)	Li-Ion (700 mAh)
Kamera									
integriert/als Zubehör	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	ja/nein	nein/ja	nein/ja	nein/ja	ja/nein
Auflösung	640 x 480 (VGA)	352 x 288 (CIF)	352 x 288 (CIF)	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)	—	—	—	640 x 480
Fotofunktionen, Besonderheiten	Fünffach-Digitalzoom, Kontrasteinstellung, Serienaufnahmen, Fotoeffekte, Fotoalbum	Zweifach-Digitalzoom, Kontrasteinstellung, Objektiv um 180° drehbar, Fotoalbum	Digitalzoom, Kontrasteinstellung, Objektiv um 180° drehbar, Fotoalbum	Digitalzoom, Kontrasteinstellung, Fotoalbum, Fotoeffekte, integriertes Blitzgerät	drei Qualitätsstufen, manueller Weißabgleich, AS-Modus zum Optimieren der Bildqualität	—	—	—	—
Display									
Größe	128 x 160	128 x 160	128 x 160	128 x 128	240 x 320	101 x 80	128 x 128	101 x 80	101 x 80
darstellbare Farben	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000	4.096	4.096	4.096	4.096
zusätzliches Außendisplay	ja	ja	ja	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Größe	64 x 96	k. A.	64 x 96	—	—	—	—	—	—
darstellbare Farben	256	k. A.	2	—	—	—	—	—	—
Speicherplatz									
Größe	9 MB	1,2 MB	k. A.	9 MB	32 MB	1,8 MB	1,8 MB	1,8 MB	1,8 MB
flexibel	ja	nein	k. A.	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Wechselspeicherkarte	nein	nein	k. A.	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Schnittstellen									
Infrarot	ja	ja	ja	ja	ja	nein	nein	nein	nein
Bluetooth	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Datenschnittstelle	ja	ja	ja	ja	ja (USB)	nein	nein	ja	nein
Internetzugang WAP	ja (2.0)	ja (1.2)	ja (1.2)	ja (2.0)	ja (2.0)	ja (1.2.1)	ja (1.2.1)	ja (1.2.1; Teile von 2.0)	ja (1.2.1)
Datenversand									
EMS	ja	ja	ja	ja	k. A.	ja	ja	ja	ja
MMS	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
E-Mail	nein	nein	nein	nein	ja	ja	nein	ja	nein
sonstige Ausstattungsmerkmale									
Java	ja	ja	nein	ja	k. A.	nein	nein	ja	ja
Sprachwahl	nein	nein	nein	nein	k. A.	nein	nein	ja	ja
Sprachaufzeichnung	nein	ja	nein	nein	k. A.	nein	ja	ja	nein
Freisprechen im Gerät	nein	nein	nein	nein	k. A.	ja	ja	ja	ja
Bemerkung									



Ausstattung und Funktion	Siemens S65	Siemens SL55	Siemens ST55	Siemens SX1	Sony Ericsson P800	Sony Ericsson T230	Sony Ericsson T610	Sony Ericsson Z600	T-Mobile MDA II
GSM-Netze 900/1800/1900	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/nein	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/nein	ja/ja/ja	ja/ja/ja	ja/ja/ja
GPS	ja (Klasse 10)	ja (Klasse 8)	ja (Klasse 10)	ja (Klasse 10)	ja	ja (Klasse 4)	ja	ja (Klasse 8)	ja
UMTS	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	k. A.
HSCSD	nein	nein	nein	nein	ja	ja	ja	ja	k. A.
allgemeine Daten									
Abmessungen (L x B x T) in mm	101 x 42 x 18	82 x 45 x 22	99 x 47 x 22	109 x 56 x 19	117 x 59 x 27	102 x 44 x 19	102 x 44 x 19	90 x 48 x 28	k. A.
Gewicht	85	79	87	116	162	79	95	110	185
max. Sprechzeit/Standby-Zeit	sachs/288 Stunden	3,5/200 Stunden	4,5/140 Stunden	sechs/240 Stunden	13/400 Stunden	13/300 Stunden	14/315 Stunden	sechs/200 Stunden	3,5/180 Stunden
Akkuart (Standardakku)	Li-Ion (700 mAh)	Li-Polymer (500 mAh)	Li-Ion (750 mAh)	Li-Polymer (1.000 mAh)	Li-Ion	Li-Ion (680 mAh)	k. A.	Li-Ion (780 mAh)	k. A.
Kamera									
integriert/als Zubehör	nein/ja	nein/ja	ja/nein	ja/nein	ja/nein	nein/ja	ja/nein	nein/ja	ja/nein
Auflösung	—	—	640 x 480 (VGA)	640 x 480 (VGA)	640 x 480	—	k. A.	—	640 x 480 (VGA)
Fotofunktionen, Besonderheiten	—	—	Vierfach-Digitalzoom	zwei Qualitätsstufen, Fotoalbum, Calling-Faces mit jpg-Bildern	Fotoalbum	—	Fotoeditor, Fotoeffekte, Fotogalerie	—	Videofunktion zusätzlich
Display									
Größe	101 x 80	101 x 80	120 x 160	176 x 220	208 x 320	101 x 80	128 x 160	128 x 126	240 x 320
darstellbare Farben	256	4.096	65.000	65.000	4.096	4.096	65.000	65.000	65.000
zusätzliches Außendisplay	nein	nein	nein	nein	nein	nein	nein	ja	nein
Größe	—	—	—	—	—	—	—	29 x 92	—
darstellbare Farben	—	—	—	—	—	—	—	1	—
Speicherplatz									
Größe	900 KB	1,6 MB	1 MB	4 MB	12 MB	400 KB	k. A.	2 MB	128 MB
flexibel	700 KB	1,4 MB	ja	ja	ja	k. A.	ja	k. A.	ja
Wechselspeicherkarte	nein	nein	nein	ja (MMC, bis 512 MB)	ja (MemoryStick duo)	nein	nein	nein	als Zubehör (CF-Karten)
Schnittstellen									
Infrarot	ja	ja	nein	ja	ja	nein	ja	ja	ja
Bluetooth	ja	nein	nein	ja	ja	nein	ja	ja	ja
Datenschnittstelle	ja	ja	ja	ja (USB)	ja (seriell, USB)	nein	ja (seriell, USB)	ja	ja
Internetzugang WAP	ja (1.2.1)	ja (1.2.1)	ja (2.0)	ja (2.0, x-HTML)	ja (2.0, HTML, XML)	ja (2.0)	ja (2.0)	ja (2.0)	ja (2.0, x-HTML)
Datenversand									
EMS	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	k. A.
MMS	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
E-Mail	ja	nein	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja
sonstige Ausstattungsmerkmale									
Java	ja	ja	nein	ja	ja	nein	ja	ja	optional
Sprachwahl	ja	ja	nein	ja	k. A.	nein	ja	ja	k. A.
Sprachaufzeichnung	ja	ja	nein	ja	ja	nein	ja	ja	ja
Freisprechen im Gerät	ja	ja	ja	ja	ja	nein	k. A.	nein	ja
Bemerkung									

Den Handel fit machen für ein neues Geschäft



Schon bald wird die Bedeutung von Fotohandys für das Bildergeschäft des Fotohandels neue Dimensionen erreichen. Foto: Siemens mobile

Mit Siemens verwandelt der Handel Handyfotos in Erträge

Die Halbjahreszahlen des Bundesverbandes der Photo-Grosslaboratorien (BGL) haben erneut unterstrichen, daß digitale Dienstleistungen und Produkte nicht nur das Wachstumssegment des Bildergeschäftes darstellen, sondern den Fotohandel auch in die Lage versetzen, endlich wieder margenstarke Produkte anzubieten. So steht in den ersten sechs Monaten des Jahres beispielsweise der um rund fünf Prozent rückläufigen Entwicklung von Colornegativfilmen eine Verdreifachung der Erstellung digitaler Bilder in den BGL-Laboren gegenüber. Dabei bilden Digitalkameras nach den Worten des BGL-Vorsitzenden, Hubert Rothärmel, derzeit das Spitzensegment des Marktes.

sondere der traditionsreiche deutsche Hersteller Siemens positioniert sich klar als Hersteller von fotofähigen Mobiltelefonen. Gleichgültig, ob mit aufsteckbarer Kamera, wie bei den Modellen C60, C62, M55, S55 und SL55, oder mit integrierter Fotooptik, wie in den Siemens Handys MC60, ST55, SX1 und U15, VGA-Auflösung ist bei Siemens inzwischen Standard. Und das neue UMTS-Handy U15 kommt sogar mit zwei VGA-Kameras auf den Markt. Dieser Fotostandard darf das Attribut „ausgezeichnet“ tragen, denn die Siemens Handykameras haben bereits mehrere Tests renommierter Fachzeitschriften gewonnen.

Zeit also für den Fotohandel, sich auf seine Bildkompetenz zu besinnen und in das ertragsstarke Geschäft mit Bildern von Fotohandys einzusteigen. Denn VGA-Auflösung reicht für Prints im Format 9 x 13 cm, und Megapixel-Handybilder werden Chancen für eine Vielzahl von digitalen Bilddienstleistungen eröffnen.

Zeit ebenso, sich nach einem Partner umzusehen, der mit innovativen und auf die Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnittenen Produkten die Voraussetzungen für lukrative Zusatzumsätze schafft. Mit Siemens findet der Fotohändler hier einen Pionier der Telekommunikation und des Mobilfunks,

Doch Bilder werden nicht nur mit digitalen Fotokameras produziert. In immer größerem Umfang entstehen Digitalaufnahmen mit Hilfe von Mobiltelefonen, und in absehbarer Zeit werden, da sind sich alle Experten einig, weltweit mehr Fotohandys verkauft werden als Digitalkameras. Dabei sind Fotohandys inzwischen zu ernstzunehmenden Konkurrenten digitaler Fotokameras geworden. Insbe-



Ob mit integrierter oder aufsteckbarer Kamera, als GSM-, GPRS- oder UMTS-Gerät, als Trendmodell für eine junge Zielgruppe oder üppig ausgestattet für Businessanwender, im aktuellen Fotohandy-Sortiment von Siemens mobile findet jeder Kunde sein Wunschhandy.



Im Internet hat Siemens mobile eine Foto-Community geschaffen.

der nicht nur auf viele Jahrzehnte Erfahrung zurückblickt, sondern sich auch durch eine extrem hohe Markenbekanntheit, ein breites Produktportfolio, in dem jeder Kunde sein Wunschhandy findet, und eine vorbildliche Unterstützung seiner Fachhandelspartner auszeichnet.

In der kommenden Ausgabe von imaging+foto-contact wird eine Broschüre zu finden sein, mit der Siemens mobile den Handel fit für das Geschäft mit Fotohandys macht und Wege aufzeigt, wie Fotohandys und deren Bilder zu

Ertragsbringern werden. Die vielfältigen Möglichkeiten, vom boomenden Fotohandymarkt zu profitieren, werden viele Leser überraschen.

Der Flyer wird nicht nur die aktuelle Palette an Siemens Kamerahandys mit den wichtigsten Funktionen präsentieren, er wird auch auf die technischen Grundlagen eingehen, die sowohl von seiten der Telekommunikation als auch von seiten der Fotografie erforderlich sind, um Fotohandys nutzen zu können. Hier werden Themen wie MMS und E-Mail, GSM, GPRS und HSCSD,

Bluetooth, Infrarot und Datenschnittstelle ebenso angesprochen wie Bildauflösungen und die Vorteile der Fotografie mit Blitzlicht oder mit einem digitalen Zoomobjektiv.

Darüber hinaus wird die Broschüre einen Überblick über Zubehör für Fotohandys, für die Bildbearbeitung und Archivierung und die Bildausgabe in den eigenen vier Wänden und Anwendungen für Handyfotos aufzeigen. Dazu zählen sowohl handyinterne als auch externe Verwendungsmöglichkeiten. Zu den internen Möglichkeiten gehört zum Beispiel der Einsatz der Fotos zur Individualisierung des eigenen Mobiltelefons oder als Calling Images (Bilder, die einem bestimmten Anrufer zugeordnet werden und immer dann auf dem Monitor erscheinen, wenn diese Person anruft), während die externen Möglichkeiten beispielsweise das Einstellen in Online-Fotoalben oder das Drucken auf echtem Fotopapier mit Hilfe von Print Order Stations umfassen. Und schließlich wird der 18seitige Flyer im Format 10,5 x 21 cm die vielfältigen Möglichkeiten darstellen, mit denen Siemens mobile seine Fachhandelspartner unterstützt; in der realen Welt etwa mit Vor-Ort-Schulungen und Promotions und in der virtuellen Welt mit einem umfangreichen Informations- und Wissensangebot im Händler-Extranet.

Fotohandy-Verkäufer des Jahres gesucht



Fachhändler, die ausprobieren wollen, wie schnell, einfach und hochwertig sich „echte“ Bilder von Fotohandys produzieren lassen, haben jetzt die einmalige Gelegenheit, dies ohne eigenen Kapitaleinsatz ausprobieren zu können. Alles, was sie dafür tun müssen, ist, in einer gemeinsamen Aktion von Siemens mobile, Kodak und imaging+foto-contact zum Fotohandy-Verkäufer des Jahres gewählt zu werden. Demjenigen, der sich mit diesem Titel schmücken darf, gehört schon bald eine Kodak Order Station II im Wert von 8.500 Euro.

Mit dem Gerät können die Nutzer eines mit Infrarot- oder Bluetooth ausgestatteten Foto-Handys, zum Beispiel ei-

nem Siemens S55, SL55 oder SX1, ihre Bilder in Minutenschnelle im beliebten Format 10 x 15 cm als Komposition aus zwei, vier oder neun Bildern auf einem Blatt Fotopapier ausdrucken.

Für die Gewinner des zweiten Preises steht ein Siemens SX1 Handy als Trostpreis bereit, der Drittplazierte bekommt ein Siemens S55 Handy plus ansteckbarer QuickPic-Kamera.

Was genau zu tun ist, um Fotohandy-Verkäufer des Jahres zu werden, erfahren Sie in der Siemens mobile Broschüre, die der kommenden Ausgabe von imaging+foto-contact beiliegen wird.



Kodak Order Station II und Siemens Handys als Gewinne

Herstellerübergreifender Standard :

PictBridge Offensive für den Direktdruck

Entwicklung von PictBridge

- Juli 2002: Canon, Epson, HP und Sony beginnen mit der Arbeit an einem herstellerübergreifenden Direktdruckstandard.
- November 2002: Fujifilm und Olympus kommen hinzu.
- Dezember 2002: gemeinsame Erklärung zum DPS-Standard (vorläufige Bezeichnung)
- Dezember 2002: DPS-Promotionteam beantragt bei der CIPA Annahme von DPS als Standard.
- Februar 2003: offizielle Anerkennung als CIPA-Standard
- Juni 2003: Logo und Beginn der Zertifizierung – DPS wird PictBridge

Digitalkameras bieten gegenüber analogen Kameras vor allem einen Vorteil – die schnelle Verfügbarkeit des Bildes. Allerdings müssen Anwender, die ihre Bilder sofort ausdrucken wollen, häufig erst viele Schritte, wie beispielsweise die Installation der Treiber, durchführen, bis sie ein Foto in den

Händen halten können. Im letzten Jahr haben sich führende Drucker- und Kamerahersteller zusammengetan, um gemeinsam einen herstellerübergreifenden Direktdruckstandard zu entwickeln. Unter der Bezeichnung „PictBridge“ wurde dieser inzwischen in viele aktuelle Produkte integriert.

Bereits existierende Direktdruckstandards, wie zum Beispiel „Direct Print“ von Canon oder „USB Direct-Print“ von Epson, haben den Nachteil, daß sie nur mit Produkten des jeweiligen Herstellers funktionieren.



Dank PictBridge kann auch das 8-Megapixel starke Top-Modell DSC-F828 von Sony mit jedem Drucker für den Direktdruck kombiniert werden, der ebenfalls PictBridge-kompatibel ist.

PictBridge bietet grundlegende Vorteile

Sony zählt zu den Unternehmen, die PictBridge unterstützen. Gerade erst hat das Unternehmen das neue digitale Top-Modell DSC-F828 vorgestellt, das die Kompatibilität zu dem neuen Druckerstandard bietet. **imaging+foto-contact** hat Christian Lücke, Group Manager Digital Imaging der Sony Deutschland GmbH, gebeten, die wichtigsten Vorzüge kurz zusammenzufassen.

„Der neue herstellerübergreifende Standard PictBridge bietet dem Verbraucher einige grundlegende Vorteile: Kompatible Produkte, wie etwa Digitalkameras, Camcorder oder Drucker, können direkt miteinander kommunizieren. Somit lassen sich Bilder von einer entsprechenden Kamera direkt und komfortabel an einen Drucker über USB übertragen und ausdrucken, ohne daß ein Computer einbezogen werden muß. Da alle maßgeblichen Hersteller PictBridge in ihre Produkte integrieren werden, hat der Verbraucher die Sicherheit, daß er diese Funktion auch mit Produkten unterschiedlicher Hersteller nutzen kann.“



Christian Lücke

Bei der Entwicklung von PictBridge stand dagegen der Wunsch nach einem System, das den Fotodruck zwischen jeder PictBridge-kompatiblen Digitalkamera und jedem PictBridge-kompatiblen Drucker unabhängig vom jeweiligen Hersteller ermöglicht, im Vordergrund.

Der neue Direktstandard ist eine Gemeinschaftsentwicklung führender Unternehmen wie Canon, Epson, Fujifilm, Hewlett-Packard, Olympus und Sony. Im Februar 2003 wurde PictBridge offiziell vom japanischen Industrieverband CIPA (Camera & Imaging Products Association) als Standard anerkannt.

Fortsetzung auf Seite 48



INSPIRED BY YOUR DREAMS



FinePix S7000

DER ÜBERFLIEGER: SUPERFEINE AUFLÖSUNG MIT 6 MEGAPIXELN.

 **FUJIFILM**

www.finepix.de

Canon setzt auf Direktdruck

Canon ist eines der Unternehmen, die den neuen herstellerübergreifenden Direktdruckstandard PictBridge gemeinsam entwickelt haben. *imaging+foto-contact* sprach mit Guido Krebs, Manager Consumer Products Marketing der Canon Deutschland GmbH, über die Vorteile des neuen Standards.

„PictBridge ist ein herstellerübergreifender Standard für die direkte Verbindung zwischen einem Bildeingabegerät (z. B. Digitalkamera) und einem Bildausgabegerät (z. B. Drucker). Bei der Entwicklung des neuen Standards stand das Ziel im Vordergrund, den Ausdruck digitaler Bilder für die Verbraucher so einfach wie möglich zu gestalten. Mit PictBridge kann eine Digitalkamera mit einem Drucker verbunden werden, ohne daß die beiden Geräte vom selben Hersteller sein müssen. Darüber hinaus wird nicht mehr notwendigerweise ein PC benötigt, um digitale Bilder ausdrucken zu können.

Ein USB-Kabel genügt, um Eingabe- und Ausgabegerät mit PictBridge-Kompatibilität zu verbinden und so die Kommunikation zwischen beiden Geräten zu gewährleisten. Nach der Verbindung wird dem Anwender im Kameradisplay angezeigt, welche Funktionen sowohl kamera- als auch druckerseitig unterstützt werden. Es gibt einige Mindestanforderungen, die ein Produkt erfüllen muß, damit es als PictBridge-kompatibel bezeichnet werden kann. Dazu zählt beispielsweise die Möglichkeit, das zuletzt aufgenommene Bild einer Kamera ausdrucken zu können. Natürlich erreicht man den größtmöglichen Funktionsumfang, wenn man zwei Produkte eines Herstellers miteinander verbindet. So unterstützen beispielsweise Canon-Digitalkameras und -Tintenstrahldrucker zusätzlich zu Mindestanforderungen, wie Einzelbilddruck oder Fehleranzeige, und den empfohlenen Funktionen, wie die Auswahl des zu druckenden Bildes auf dem LCD der Kamera, die Wahl eines zu druckenden Bildausschnitts oder die Wahl verschiedener Bildgrößen, Canons „Vivid Photo“ für lebendige, kontrastreiche Ausdrücke. Canon hat sich von Anfang an stark für die Entwicklung von PictBridge gemacht und bietet mittlerweile eine umfassende Produktpalette an, die den Standard unterstützt. Dazu zählen digitale Kompakt- und SLR-Kameras, digitale Camcorder sowie Tintenstrahl- und Thermosublimationsdrucker. Für einige Kamera- und Direktdruckermodelle, die vor der Einführung des Standards auf den Markt gekommen sind, werden wir darüber hinaus Firmware-Updates anbieten. Das zeigt auch, daß Canon für PictBridge eine große Zukunft sieht. Durch den Spaß am digitalen Bild, den dieser Druckerstandard den Kunden bietet, versprechen wir uns generell eine Belebung des Bildergeschäfts.“



Guido Krebs

Fortsetzung von Seite 46



Einen PictBridge-kompatiblen Thermosublimationsdrucker (DVP-P1 EX) und eine Digitalkamera (Xacti VPC-S1) mit dem neuen Direktdruckstandard hat Sanyo vorgestellt.

Vorteile

Für die Anwender bedeutet PictBridge die Möglichkeit, schnell Fotos einer Digitalkamera über einen Drucker ausgeben zu können. Da dabei auf einen Computer verzichtet werden kann, ist

auch der Vorgang des Druckens für den Nutzer leichter. Da die PictBridge-Kompatibilität nicht auf Kameras und Drucker ein und desselben Herstellers beschränkt ist, haben Kunden vielfältige Anschlußmöglichkeiten. So können zukünftig dank PictBridge problemlos Canon-Digitalkameras mit Epson-Druckern oder Olympus-Thermosublimationsdrucker mit einer Digital-



Eine Auflösung von 4.800 dpi bietet der PictBridge-kompatible Tintenstrahldrucker i560 von Canon.

kamera von Pentax eingesetzt werden. Der Fotohandel profitiert ebenfalls, da er jetzt nicht mehr eine große Anzahl Foto-Drucker verschiedener Hersteller



Das neue 5-Megapixel-Topmodell Optio 555 von Pentax verfügt ebenfalls über den PictBridge-Standard.

horten muß, wenn er seinen Kunden zu einer Digitalkamera den „passenden“ Drucker verkaufen will.

Fortsetzung auf Seite 50

Share Moments. Share Life.



Sie will **Spaß** beim
Fotografieren.
Und keinen Stress, um
Bilder zu bekommen.

Digital boomt – bieten Sie Ihren Kunden mit der KODAK Digital Camera Order Station die Möglichkeit, schnell und einfach zu erstklassigen Bildern aus dem Kodak Labor zu kommen. Mehr Infos über vernetzbare Komplettlösungen unter: **0711/406-2828.**



Willkommen in der digitalen Welt von KODAK

Fortsetzung von Seite 48

PictBridge-Funktionen

Zu den Grundfunktionen, die zwei PictBridge-kompatible Geräte zumindest haben müssen, zählt der Ausdruck des jeweils auf dem Monitor der Kamera angezeigten Bildes (bei Digitalkameras ohne Monitor des jeweils zuletzt aufgenommenen Bildes). Darüber hinaus bieten die meisten Digitalkameras die Möglichkeit, mehrere Bilder auszudrucken, die zuvor über das LCD ausgewählt werden können. Zu den unterstützten Grundfunktionen zählt auch DPOF (Digital Print Order Format), ein Format für die Vereinfachung von Druckaufträgen, mit dem beispielsweise wie bei einem Bestellzettel die Anzahl der Bilder oder das gewünschte Format bereits in der Kamera festgelegt werden können. Weitere Grundfunktionen sind der Indexdruck oder die Möglichkeit, alle Bilder zusammen auszudrucken. Zu den Zusatzfunktionen, die PictBridge bieten kann, gehören die Möglichkeiten, einen zu druckenden Bildausschnitt festzulegen, der Mehrfachdruck eines Bildes, der Ausdruck eines Bildes zusammen mit dem Datum oder die Festlegung des Ausgabeformats.

Mit Hilfe des Standards können auch Informationen zum Druckerstatus am Kameramonitor abgerufen werden. Dazu zählen beispielsweise die Bestätigung der Verbindungsherstellung, die Benachrichtigung über Druckfehler, die Anzeige des Druckverlaufs, die Benachrichtigung bei Druckende oder der Hinweis auf eine unbedenkliche Trennung der Verbindung zwischen Eingabe- und Ausgabegerät.

Für die Zertifizierung als PictBridge-kompatibel werden die hier genannten Funktionen in Voraussetzungen unterteilt, die erfüllt werden müssen, die empfohlen werden oder die optional erfüllt werden können. Erfüllt werden muß beispielsweise die Anforderung, daß das zuletzt aufgenommene Bild ausgedruckt werden kann. Optionale Funktionen ergeben sich beispielsweise, wenn zwei Produkte eines Herstellers verbunden werden und somit herstellerspezifische Modi unterstützt werden können.

Werden dagegen zwei Produkte unterschiedlicher Hersteller verbunden, wird zunächst eine Funktionsabstimmung durchgeführt. Dabei wird eine Schnittmenge aus den Funktionen, die

vom Eingabe- und vom Ausgabegerät unterstützt werden, gebildet und dem Anwender im Display angezeigt. Diese stehen ihm anschließend für den Ausdruck zur Verfügung.

Verwendung

Für den Einsatz von PictBridge muß der Anwender lediglich seine Digitalkamera über ein USB-Kabel mit einem Drucker verbinden. Neben der Nutzung des allgemein anerkannten USB-Standards als physikalische Verbindung wird mit PTP (Picture Transfer Protocol) ein weiterer allgemeingültiger Industriestandard für den Austausch der Bilddaten genutzt. Nach der Auswahl des zu druckenden Bildes auf dem Kamera-Display wählt der Anwender die Funktion „Drucken“ aus und der Druckvorgang wird gestartet.

Darüber hinaus erhält er je nach Kamera die Möglichkeit, weitere Funktionen wie Papiereinstellungen, die Wahl eines bestimmten Ausschnitts (Trimming), die Menge der zu druckenden Bilder oder Spezialeffekte für die Optimierung des Bildes (z. B. Berücksichtigung von in der Kamera gespeicherten Aufnahmeparametern [Exif-Dateien]) auszuwählen. höl

Kristin Saus-Opuszyński, Product Manager Inkjet und Business Development Photo Products der Epson Deutschland GmbH, erklärt die Bedeutung von PictBridge für Epson:

Kristin Saus-Opuszyński

„Die GfK zählte Mitte dieses Jahres über 70 Hersteller von Digitalkameras mit mehr als 500 Modellen. Der erste Schritt, diese Vielzahl an Modellen direkt mit Tintenstrahldruckern verbinden zu können, bestand in proprietären Lösungen der einzelnen Druckerhersteller.

Den ersten wirklichen Schritt hin zu einer breiteren Nutzungsmöglichkeit von Kameras mit Druckern tat Epson in Zusammenarbeit mit führenden Kameraherstellern wie Minolta, Casio, Pentax, Sanyo, Panasonic, Kyocera und Sharp. Das erste Epson-Produkt, was diese Technologie – „USB Direct Print“ genannt – beinhaltete, war der Epson Stylus Photo 935, den man direkt an bestimmte Kameramodelle der genannten Hersteller anschließen konnte, um somit die Aufnahmen direkt von der Kamera auf dem Drucker auszugeben.

Zusammen mit führenden Drucker- und Kamera-Herstellern hat Epson nun einen neuen Direct Print Standard entwickelt: „PictBridge“. Dieser Standard gewährleistet, daß die Kameras bzw. Drucker der beteiligten Hersteller jeweils direkt

aneinander angeschlossen werden können, um Bilder sofort von einer PictBridge-kompatiblen Digitalkamera auf einem kompatiblen Drucker auszugeben.

Dabei ist die Anwendung kinderleicht: Einfach den Drucker und die Digitalkamera über ein USB-Kabel verbinden, und schon kann ausgedruckt werden – die Auswahl der Bilder sowie Sonderfunktionen wie Indexdruck, Ausschnittdruck und Mehrfachdruck erfolgen über die Kamera. Beteiligte Kamera-Hersteller sind Casio, Minolta, Sanyo, Sony, Panasonic, Pentax, Sharp und Kyocera. Druckerhersteller sind Epson, Canon und HP. Damit deckt dieser Direct Print Standard eine sehr große Range der auf dem Markt verfügbaren Kameras und Drucker ab.

PictBridge ist als offenes System konzipiert worden – eine Weiterentwicklung dieses Standards zu noch größerer Funktionalität oder auch eine Erweiterung zu anderen Geräten, wie beispielsweise CD-Brennern, ist im Prinzip möglich.“

»Ich glaube, wir werden beobachtet...«



NEU! DiMAGE Z1

40x näher dran! Vergessen Sie zu kleine Abbildungen von weit entfernten Motiven. Der Zoombereich der DiMAGE Z1 umfasst sensationelle 38 – 1520 mm (10fach optisch, 4fach digital)!

Verpassen Sie nichts! Der superschnelle Autofokus und die ultraschnelle Bildfolge (bis 10 Bilder/Sek.) sichern Ihnen jeden Schnappschuss.

Film ab! Auch Videoclips in überragender Qualität (30 Bilder/Sek. in VGA-Auflösung) sind möglich.

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



MINOLTA

The essentials of imaging

www.minolta.de

Support-Programm für Olympus E-System



Profi-Fotografen sind auf ihre Fotoausrüstung angewiesen, um ihrer Arbeit nachgehen zu können. Damit sie im Falle einer Reparatur nicht lange auf ihre Ausrüstung warten müssen, stellt Olympus ab sofort den Nutzern des neuen E-Systems einen effizienten Kundendienst zur Verfügung.

Kundendienst für Profi-Fotografen

Das Global Professional Support Programm wird sich unter anderem durch kurze Reparaturzeiten sowie die Bereitstellung von Leihgeräten auszeichnen. Seit Oktober können Profis, die sich als Olympus E-System-Anwender registriert haben, in Europa, den USA, Kanada, Japan und Korea (weitere Länder werden voraussichtlich hinzukommen) diesen umfassenden Kundendienst in Anspruch nehmen.

Schneller Support

Der Kundendienst bietet registrierten Profi-Fotografen in den genannten Ländern einen schnellen Reparaturservice, technische Beratung in neun Sprachen sowie Leihgeräte zum Test und für besondere Projekte. Darüber hinaus erhalten sie Zugang zu einer speziellen Olympus Global Professional Webseite, auf der sie neben einer Datenbank mit Informationen zu professionellen Fotografie-Produkten von Olympus einen gesonderten Support-Bereich finden. Außerdem werden dort in einer Galerie Bilder ausgestellt, die mit der Olympus E-1 aufgenommen wurden.

Damit Profis den Status ihres Reparaturauftrages jederzeit abfragen können, erhalten sie bei Auftragseingang eine eindeutige Benutzernummer.

Bevor das Supportprogramm ins Leben gerufen wurde, hatte Olympus mittels einer Umfrage bei den Profifotografen herausgefunden, daß bei diesen die Bereitstellung eines Leihgerätes im Falle

einer Reparatur oberste Priorität hat.

Service nach Wunsch

Auf der Liste der gewünschten Serviceleistungen folgten danach Reparaturzeiten von nicht mehr als ein paar Tagen sowie kompetente Mitarbeiter an der Telefonhotline. Unter Berücksichtigung

Support für Amateure

Neben dem exklusiven Support für Profis bietet Olympus zwei weitere Mitgliederprogramme für geschäftliche und Amateuranwender von Olympus E-System Produkten an. höl

Verkaufsstart für Olympus E-System



Olympus hat mit der Markteinführung des Olympus E-Systems begonnen. Zum System gehören neben der ersten auf Basis des FourThirds Standards entwickelten Kamera ein umfangreiches und stetig wachsendes Sortiment an Wechselobjektiven, Blitzgeräten und weiterem Zubehör sowie Lösungen für die Stromversorgung. Der Verkaufsstart wird von einer Anzeigenkampagne begleitet,

deren Motive vom Star-Mode-Fotografen Joachim Baldauf (Foto) mit der Olympus E-1 aufgenommen wurden. FCB Wilkens erarbeitete das Konzept, für die Schaltung der Anzeigen war die Media-Agentur MBA verantwortlich.

FourThirds setzt verbindliche Standards auf den drei Ebenen Mechanik, Optik sowie Kommunikation und sichert so beste Handhabung, Qualität und Leistung. Die verbindlichen Richtlinien dieses Standards ermöglichen es, ein System zu produzieren, das für die besonderen Anforderungen der digitalen SLR-Fotografie und somit auch für zukünftige Entwicklungen optimiert ist. „Endlich ist es soweit“, freut sich Ulrich Götze, European Marketing Manager, Professional Imaging Group bei Olympus Europa. „Die Profi-Fotografen, die das Olympus E-System vor der Markteinführung getestet haben, zeigten riesiges Interesse. Und ihr Feedback war überaus positiv. Endlich steht Fotografen ein professionelles SLR-Kamerasystem zur Verfügung, das auf dem FourThirds Standard basiert. Dieses zukunftssichere System ist ein Werkzeug, das beste Ergebnisse mit den Vorteilen der Digitalfotografie – wie erhebliche Kosten- und Zeitersparnis – verbindet.“

Neuer 3-CCD-Camcorder von Sony

Mit dem DCR-VX2100 bringt Sony das Nachfolgemodell des DCR-VX2000 auf den Markt. Ergänzt um einige innovative Features, ist der neue High-End-MiniDV-Camcorder der ideale Begleiter für den engagierten Videofilmer.

So glänzt der für semiprofessionelle Anwender konzipierte Camcorder durch eine optimierte Ton- und Bildqualität.

Jeder der drei CCDs des Geräts verfügt über eine Auflösung von 450.000 Pixeln. Dank einer schnelleren Signalverarbeitung der 1/3 Zoll großen Bildelemente steigert sich die minimale Beleuchtungsstärke von 2 auf 1 Lux. Dadurch gelangen dem Videografen qualitativ gute Aufnahmen auch bei schlechtem Wetter. Durch ein getreues Abtasten während der manuellen Aufnahmen steigert sich die Audioqualität um etwa 6 db, so daß selbst in geräuschkritischen Momenten Stimmen und andere Geräusche gut zu hören sind. Auf dem 2,5 Zoll großen, neuentwickelten Hybrid-LCD lassen sich die Motive selbst bei direkter Sonneneinstrahlung deutlich erkennen. Auffällig ist der große Griff, welcher nahezu die gesamte Länge des MiniDV-Camcorders einnimmt. Neu in den Griff integriert ist der dreistufige Zoomhebel und ein Knopf, über den die Start-/Record- und Stop-Funktion bedient werden kann. Größer gestaltet wurden der Sucher und die Augenmuschel. Als Zubehör wurden für den DCR-VX2100 ein High-Grade Weitwinkelobjektiv (VCL-HGO758) und die Sonnenblende (LSF-S85), die einfallendes Gegen- und Streulicht reduziert, angeboten. Zum Lieferumfang zählen ein 8 MB Memory Stick, ein AV-Kabel, eine Fernbedienung, ein Ladegerät und der Akku NP-F330. Der MiniDV-Camcorder ist ab Dezember lieferbar und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 4.000,- Euro.



PhotoImpact XL von Ulead Systems

Ulead Systems kündigt mit PhotoImpact XL die neueste Version von PhotoImpact XL an. Die Software ist die All-in-One-Lösung für das Verwalten und Bearbeiten digitaler Fotos, für kreative Bildmontagen, zur Webseiten-erstellung sowie für das Abspielen und die Verbreitung von Bild und Video. Durch die einfach zu handhabenden, aber professionellen Features eignet sich die Software sowohl für Einsteiger als auch für ambitionierte Anwender. Neben dem GIF-Animator 5 ist in der Version XL der neue Photo Explorer 8 enthalten, mit dem auch Diashows auf CD und DVD zur Wiedergabe am TV erstellt werden können. Zum ultimativen Komplettpaket für die digitale Fotografie gehört ebenso das 360° Panorama- und Weitwinkelprogramm Cool 360. PhotoImpact XL ist seit Ende Oktober lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 99,95 Euro.

Foto-Multifunktionsdrucker von Lexmark

Mit dem P3150 stellt Lexmark den ersten Foto-Multifunktionsdrucker mit integriertem Kartenleser vor. Der



Drucker unterstützt alle aktuellen Speicherkarten. Der hochwertige Flachbett-Farbscanner digitalisiert mit einer Auflösung von 600 x 1.200 dpi bei 48 Bit Farbtiefe Fotoabzüge, Texte sowie Grafiken. Das moderne Druckwerk erzeugt Ausdrücke mit 4.800 x 1.200

dpi. Die Sechsfarb-Drucktechnologie und die Möglichkeit, auf verschiedenen Formaten randlos zu drucken, runden die Ausstattung ab. Mit dem P3150 und seiner intuitiv bedienbaren Software Lexmark Photo Center eröffnen sich dem Fotoliebhaber viele kreative Möglichkeiten, Bilder zu verwalten, zu verbessern und mit Freunden oder

JOB0 FOR YOUR BEST IMAGE

JOB0 Adapter

Karten lesen statt Karten legen!

Superschnelle Verbindungen zu PC und Laptop für alle verfügbaren Speicherkarten.

Alle MemoryStick Adapter können auch MemoryStick Pro lesen.

WWW.JOB0.COM

Verwandten zu teilen. Anwender können beispielsweise Kopien von Fotos mit einem einzigen Knopfdruck anfertigen, Bildübersichten und komplette Fotoalben gestalten. Der P3150 hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 149,- Euro.

Neues Top-Modell PowerCam 850 von Umax

Mit der PowerCam 850 stellt Umax das neue Top-Modell des Unternehmens mit einer Auflösung von 5,25 Megapixeln, Dreifach-Zoomobjektiv und einem



eleganten Metallgehäuse vor. Ein 1,5" Farb-LCD, ein vierfach digitaler Zoom, ein integrierter Blitz mit diversen Funktionen und ein SD-Kartenslot runden die Ausstattung ab. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt 399,90 Euro.

Digital Optic Center von Soligor Zubehörverkauf leicht gemacht

Mit einem einfachen und zukunftsweisenden Konzept möchte Soligor den Verkauf von optischem Digitalzubehör im Handel unterstützen. Das Unternehmen bietet mit dem Digital Optic Center (DOC) ein Display an, mit dem der Zubehörverkauf angekurbelt werden kann.

Bereits seit einiger Zeit haben Digitalkameras in Stückzahl und Wert die Verkaufszahlen von analogen Kameras überholt. Auch für Digitalkameras wird jede Menge Zubehör angeboten, so daß heute kein Kunde ohne das entsprechende Zubehör zu seiner neugekauften Digitalkamera das Geschäft verlassen muß. Zudem bietet der Verkauf von Zubehör dem Handel die Chance, attraktive Spannen zu erzielen. Damit Kunden und Fotohändler nicht den

behör für Digitalkameras. Das Zubehör wird mittels Anschlußringen auf die Acrylglasplatte montiert und kann dadurch leicht heruntergeschraubt werden, falls ein Kunde ein Produkt näher unter die Lupe nehmen möchte. Zirka dreißig verschiedene Anschlußringe und -tuben ermöglichen die Verwendung des Zubehörs an über hundert Digitalkameras verschiedener Hersteller und an verschiedenen Modellen.

Überschaubares Sortiment

Das Zubehör ist trotz reichhaltiger Auswahl überschaubar, da überwiegend Anschlußgewinde mit 37 und 52 mm verwendet werden. Eine mit dem DOC mitgelieferte Kompatibilitätstabelle mit über 50 Kameramodellen erleichtert die Auswahl des Zubehörs. Sie steht darüber hinaus Interessierten

auch im Internet unter www.soligor.de, unter dem Menüpunkt Kataloge und hier unter Digital/Foto/Optik, zum Download zur Verfügung.

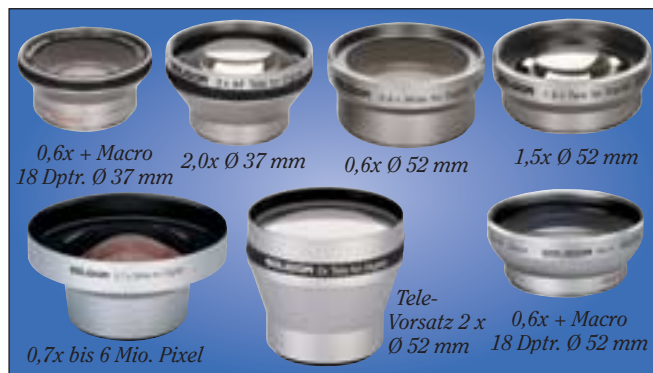
Der Einsatz des DOC macht es möglich, daß Kunden mit ihrer Digitalkamera oder ihrem Camcorder ins Geschäft kommen und selber ausprobieren können, welches Zubehör für ihre Kamera geeignet ist. Auf dem aufmerksamkeitsstarken Display befinden sich neben Diakopivorsätzen, FishEye-, Weitwinkel- und Televorsätzen unter ande-

rem auch das neue Click Mount-Filter-system von Soligor. Dank drei federnd geladenen Kugeln lassen sich die Filter blitzschnell und einfach auf das Filtergewinde aufstecken und wieder abziehen.

Besonders interessant für hochauflösende Digitalkameras sind die beiden High Quality-Vorsatzobjektive, welche sowohl im Weitwinkel- (Faktor 0,7x) als auch im Telebereich (Faktor 2,0x) einsetzbar sind.

Wechselbares Plakat

Das Display des DOC besteht aus einer Acryl-Platte mit Metallrahmen, hinter der sich ein wechselbares Plakat befindet. Auf diesem sind die Bezeichnung des jeweils montierten Artikels, die Bestellnummer und der Verkaufspreis angegeben. Bei Sortimentsaktualisierungen muß neben den neuen Artikeln nur das Plakat ausgetauscht werden. Laut Aussage von Soligor stärkt das Display nicht nur die Kompetenz des Fotohändlers, sondern erhöht auch seine Marge. So ließen sich laut Aussage des Unternehmens durchschnittlich mehr als 42 Prozent mit den Artikeln des DOCs erzielen. Händler, die das Digital Optic Center im Geschäft haben, werden auf der Soligor-Internetseite unter den Menüpunkt „Unsere Händler“ als Soligor DOC-Händler ausgewiesen. höl



Soligor bietet ein umfangreiches Sortiment an Objektivaufsätzen und Filtern für Digitalkameras an.

Überblick über das digitale Optikzubehör verlieren, stellt Soligor das Digital Optic Center zur Verfügung. Dabei handelt es sich um ein 86 x 60 Zentimeter großes Display – bestückt mit sämtlichem optischen Soligor-Zu-

men und selber ausprobieren können, welches Zubehör für ihre Kamera geeignet ist. Auf dem aufmerksamkeitsstarken Display befinden sich neben Diakopivorsätzen, FishEye-, Weitwinkel- und Televorsätzen unter ande-

Lumix DMC-FZ2 von Panasonic

Mit der Lumix DMC-FZ2 stellt Panasonic eine 2,1-Megapixel-Digitalkamera vor, die mit einem 12fach-Zoomobjektiv ausgestattet ist.

Damit bietet das Leica Vario-Elmarit-Objektiv umgerechnet aufs Kleinbildformat eine Brennweite von 35 bis 420



mm, bei einer Lichtstärke von F2,8. Gegen verwackelte Aufnahmen schützt der Mega Optische Bildstabilisator (O.I.S.). Schnappschüsse in Serie gelingen mit der Mega Burst Serienbildfunktion. Zusätzlich zur praktischen programmgesteuerten Auto-Belichtung stehen auch eine individuelle Blenden- und Zeitautomatik zur Verfügung. Die Kameraeinstellungen können über verschiedene Aufnahmeprogramme wie Makro, Portrait, Sport, Action, Night Portrait, P/A/S oder bewegte Bilder den Aufnahmebedingungen entsprechend modifiziert werden.

Per Simple Mode können über wenige Menüpunkte die passenden Einstellungen für das Verschicken von Fotos per E-Mail oder für DIN A4-Ausdrucke gewählt werden. Viele zusätzliche Funktionen wie das Aufnehmen von Quick-Time-Filmen mit Audio, der Pre-Fokus

oder die Color Effect-Funktion zur individuellen Anpassung der Farbtöne runden die Ausstattung ab. Die Lumix DMC-FZ2 ist bereits lieferbar und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 529,- Euro.

Jobo mit eigenen Speicherkarten

Ab sofort bietet Jobo unter eigenem Namen die gängigsten Speicherkarten in Kapazitäten von 64 MB und 128 MB an. Zum Programm gehören derzeit SmartMedia-, CompactFlash- und SD-Cards. „Wir werden jedoch im Laufe der Zeit weitere Kartentypen anbieten“, so Johannes Bockemühl, Vorstand Marketing der Jobo AG.

Die hochwertigen Speicherkarten werden in einem Blister geliefert, der zu allen gängigen Regalsystemen kompatibel ist. So lassen sich die Jobo-



Speicherkarten platzsparend wahlweise hängend oder im Ständer präsentieren. Wie in einer Jobo-Pressemitteilung ver-

sichert wird, kann der Kunde ab sofort auch bei Speicherkarten und mobilen Speichern auf eine qualitativ hochwertige Lösung aus dem Hause Jobo setzen.

Exilim als Special „Yellow Lightning“ Edition

Zum Halloween-Fest hat Casio die Exilim EX-S20 als Special Edition „Yellow Lightning“ vorgestellt. Die kleinste Digitalkamera (83 x 53 x 11,3 mm) aus der Exilim-Familie wurde mit ei-



nem knallig gelben Metallgehäuse ausgestattet. Sie ist in nur 0,9 Sekunden betriebsbereit (Blitz und LCD aus) und hat eine Auslöseverzögerung von nur ca. 0,01 Sekunden (Blitz aus). Die Kamera ist mit einem 2,11 Millionen Pixel CCD ausgestattet. Bilder können wahlweise im internen 10 MB großen Speicher oder auf SD- und Multimedia-Karten gespeichert werden. Die Yellow Lightning Edition ist seit Oktober erhältlich und hat einen unverbindlichen Verkaufspreis von 299,- Euro. Zum Lieferumfang zählen ein Lithium-Ionen-Akku, Handtrageriemen und USB-Dockingstation mit USB- und Anschlußkabel sowie umfangreiche Software auf CD.

ERNO

mit neuem Stativ-Programm

- **Digital- und**
- **Analogstative**
- **Teleskop- und**
- **Aktionsstative**



ERNO Warenvertriebs GmbH • Dr.-Rudolf-Eberle-Strasse 45 • D-79774 Albrück
Telefon: +49 (0) 7753-9205-0 • Telefax: +49 (0) 7753-9205-33 • e-mail: erno@erno.com

Kodak EasyShare DX6490 Zoom Digital Camera



Eintritt in den Markt für ambitionierte Foto-Amateure

Die Kodak EasyShare DX6490 Zoom Digital Camera vereint einen 4-Megapixel-Sensor mit einem Zehnfach-Zoom aus dem Hause Schneider-Kreuznach und markiert damit laut Aussage von Ralf Werner, European Business Development Manager Capture des Kodak Geschäftsbereichs Digital & Applied Imaging, den Eintritt von Kodak in den Markt der ambitionierten Fotoamateure. imaging+foto-contact hatte Gelegenheit, die gehobene technische Ausrüstung näher zu beleuchten.

Erstmalig wurde in der DX6490 der neue Kodak Color Science Bildverarbeitungs-Chip eingesetzt. Dieser verbindet die hohe Leistung des digitalen Signalprozessors DM270 von Texas Instruments mit den neuesten Erkenntnissen

zur Bildverarbeitung und der Wirkung von Farben, die auf Kodaks jahrelanger Erfahrung in der Forschung in diesem Bereich basieren. Für eine hohe Bildqualität entscheidend sind dabei im wesentlichen die Elemente Belichtung, Weißabgleich und Farbwiedergabe.

Für die Ermittlung der Belichtungswerte setzt Kodak eine Belichtungsautomatik ein, bei der von annähernd 100 Meßfeldern die Belichtungsdaten analysiert werden. Auf die so ermittelten Daten wendet der Kodak Color Science Bildverarbeitungs-Chip Algorithmen an, die auf Erfahrungswerten basieren. Sie ermöglichen es, Faktoren, wie zum Beispiel die Kameraausrichtung, den Anteil des Himmels, den Hauptmotivtyp oder ähnliche Motivelemente bei der Wahl der Belichtung zu berücksichtigen.

Weißabgleich

Für das menschliche Auge erscheint Weiß unabhängig von der Lichtquelle als Weiß. CCD-Sensoren jedoch erfassen das Licht, wie es tatsächlich ist, so daß eine normale Digitalkamera Aufnahmen bei Kunstlicht mit einem Gelbstich wiedergibt. Ähnlich wie bei der Ermittlung der Belichtungswerte unterteilt der Kodak Bildverarbeitungs-Chip das Bild für die Bestimmung eines korrekten Weißabgleichs in Meßfelder. Auch hier sorgen Rechenprozesse dafür, daß unnatürliche Farbeinflüsse, die von Kunst-, Fluoreszenz- und Blitzlicht stammen, automatisch kompensiert werden.

Häufig weisen RAW-Bilder, die vom CCD-Sensor einer Digitalkamera erfaßt werden, eine geringe Farbsättigung auf



Auch unter schwierigen Lichtverhältnissen, wie die Scheinwerferbeleuchtung der Theaterbühne, ermittelt der Kodak Color Science Image Processing Chip der DX6490 einen korrekten Weißabgleich.



Mit dem Zehnfach-Zoomobjektiv der DX6490 lassen sich problemlos Details, wie die links in der Teleeinstellung aufgenommene Scheune, nah heranholen.

und haben einen Farbstich. So werden beispielsweise rote Blumen als orange wiedergegeben. Der Bildverarbeitungs-chip der DX6490 erkennt solche Abweichungen schnell und korrigiert die Bilddaten. Das Ergebnis sind Bilder mit einer brillanten ausgewogenen Farbwiedergabe.

Schneider Kreuznach Variogon-Objektiv

Einen großen kreativen Spielraum stellt die Kamera durch die Ausstattung mit einem Zehnfach-Zoomobjektiv von Schneider Kreuznach, das umgerechnet aufs Kleinbildformat eine Brennweite von 38 bis 380 mm bietet, zur Verfügung. Damit lassen sich selbst Details, die mehrere hundert Meter entfernt sind, problemlos heranzoomen und fotografieren. Für Schärfe bis in die Bildränder sorgt die Verwendung asphärischer Linsenelemente. Aberrationen (Farbfehler) werden durch den Einsatz von ED-Linsen (Extra Low Dispersion) mit einer besonders niedrigen Brechung verhindert. Für eine schnelle und präzise Scharfstellung sorgt ein hybrides Autofokussystem. Dabei ermittelt zunächst ein externer CCD-Sensor die Distanz zum Motiv und stellt das Objektiv annähernd auf den schärfsten Punkt ein. Anschließend wird über das TTL-System (Through The Lens) in der Umgebung des ermittelten Schärfepunkts eine sehr genaue Kontrastermittlung durchgeführt. Da beim hybriden Autofokussystem darauf verzichtet wird, den gesamten Fokusbereich zu berechnen, stellt die Kamera sehr schnell scharf.

Bildkontrolle

Der elektronische Sucher der Kodak DX6490 mit 180.000 Pixeln sorgt dafür, daß man das Motiv tatsächlich so sieht, wie es bei der Aufnahme erfaßt wird. Eine noch genauere Bildkontrolle ermöglicht der auffallend große Flüssigkristallbildschirm mit einer Diagonalen von 5,6 Zentimetern. Der elektronische Sucher und der Kameramotor sind mit der Belichtungskorrektur synchronisiert. Die Bildschirme werden automatisch im gleichen Maße mit den vorgenommenen Korrekturen heller oder dunkler, so daß man besser einschätzen kann, wie das Bildergebnis aussehen wird.

Trotz ihrer semiprofessionellen Ausstattung bleibt die DX6490 dem EasyShare-Ansatz treu, der für einen einfachen und unkomplizierten Umgang mit der digitalen Fototechnik steht. So lassen sich bedienerfreundlich und bequem über das Einstellrad auf der Kamerarückseite Motivatprogramme (Sport, Portrait, Nachtaufnahme) auswählen. Auch der Videomodus ist hier wählbar. Über ihn lassen sich bewegte Bilder mit einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln bei 20 Bildern pro Sekunde aufnehmen. Die Modi für Nah- und Landschaftsaufnahmen können über den Einstellknopf auf der Oberseite der Kamera aktiviert werden. Der PASM-Modus ermöglicht die Blen-

den- und Verschlusszeitenvorwahl sowie die Belichtungskorrektur. Praktisch: Mit einem Drehrad auf der Vorderseite kann zwischen den einzelnen Kontrollmodi gewechselt werden. Im PASM-Modus eröffnen sich nach Betätigung des Menü-Knopfes weitere manuelle Kontrollmöglichkeiten zum Beispiel für die ISO-Einstellung, das Belichtungsmeßverfahren, die Farbsättigung oder die Auswahl zwischen Mehrfeldfokussierung und der Fokussierung auf das mittige Einzelfeld.

Fazit: Mit der DX6490 ist es Kodak gelungen, eine Digitalkamera mit einer hochwertigen technischen Ausstattung



Dank des Kodak Color Science Bildverarbeitungs-Chips werden bei der Aufnahme in Sekundenschnelle Lichtbedingungen und Farben analysiert und bei Bedarf korrigiert. Das Ergebnis sind Bilder mit einer brillanten Farb- und einer hohen Detailwiedergabe.

zu konzipieren, die trotzdem durch eine unkomplizierte Bedienweise dem EasyShare-Konzept gerecht wird. Die Kombination aus 4-Megapixel-Auflösung, Kodak Color Science Bildverarbeitungs-Chip und dem hochwertigen Objektiv sorgt für erstklassige Bildergebnisse. höl

Xacti Digital Movie C1 von Sanyo

Für Foto und Film

Mit einem weltweiten Produktionsanteil von zirka 30 Prozent (inklusive OEM-Produkte) ist Sanyo der größte Hersteller von Digitalkameras. Bereits seit Anfang des Jahres läßt das Unternehmen dieses Know-how in die Entwicklung der eigenen Kameralinie Xacti einfließen. Mit der Vorstellung der Xacti Digital Movie C1 möchte Sanyo in neue digitale Dimensionen vordringen: Das Produkt ist gleichzeitig Camcorder und hochauflösende Digitalkamera.

In dem lediglich 69 x 34 x 108 mm kleinen, ergonomisch geformten Gehäuse der Xacti Digital Movie C1 verbirgt sich ein 3,2 Megapixel CCD-Chip. Dieser schafft die Voraussetzung sowohl für farbenprächtige Fotografien als auch für abwechslungsreiche Movie-Clips in voller VGA-Auflösung.

Seine besonders kleine und robuste Bauweise verdankt das nur 153 Gramm schwere Produkt nicht zuletzt dem

Einsatz einer SD-Card als Speichermedium, durch die auf eine aufwendige Laufwerksmechanik verzichtet werden konnte.

MPEG4

Gespeichert werden die digitalen Daten im zukunftsweisenden MPEG4-Format. Dieses Format ist um ein Vielfaches effektiver in der Kompression als das herkömmliche MPEG2-Format. So kann auf einer 512 MB-Speicherkarte im TV-Modus (640 x 480 Pixel bei 30 Bildern pro Sekunde) ein 31 Minuten langes Video gespeichert werden. MPEG4 erlaubt trotz geringem Speicherplatzbedarf brillante und hochauflösende Aufnahmen.

Da das MPEG4-Format von vielen Geräten bereits erkannt und abgespielt wird, können die aufgenommenen Filme direkt auf andere Speichermedien gesichert werden. Eine zeitaufwendige Umwandlung in ein anderes Dateiformat entfällt. Zudem ist die Xacti Digital Movie C1 die erste Moviecam, die Ton im 2-Kanal-Stereo-Sound in CD-Qualität aufzeichnet.

Dual Shot-Funktion

Die Xacti Digital Movie C1 macht Schluß mit Camcordern, die nur mäßig aufgelöste Standbilder zustande bringen. In der Dual Shot-Funktion können während der Videofilm-Aufnahme Einzelbilder mit der vollen 3,2 Megapixelauflösung aufgenommen werden. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen zählt ein optisches 5,8fach-Zoom, ein zehnfacher Digitalzoom sowie ein eingebauter Blitz. Die Weißabgleichs-



KLEIN, HANDLICH, LEISTUNGSSTARK

einstellung erfolgt wahlweise automatisch oder über vier vorgegebene Einstellmöglichkeiten, für die Wahl der Lichtempfindlichkeit stehen die Parameter ISO 50, 100 und 200 zur Verfügung.

Verschiedene Fokuseinstellungen (Automatik, Super Makro (2 cm), Fokus (1 m), Fokus (2,5 m) und Hintergrund) sorgen dafür, daß der Anwender die



Yuji Shioga, Senior Manager Marketing & Sales der Sanyo Electric Co., Ltd., Japan, wies bei der Vorstellung der Xacti Digital Movie C1 darauf hin, daß Sanyo über einen weltweiten Produktionsanteil von zirka 30% verfügt und damit global der größte Hersteller von Digitalkameras ist.

richtige Schärfe der Bilder in unterschiedlichen Aufnahmesituationen erreicht. Selbstauslöseraufnahmen können wahlweise im Zeitrahmen von zwei und von zehn Sekunden aufgenommen



Die Bedienelemente wurden so übersichtlich angeordnet, daß alle Funktionen der Kamera bequem mit einer Hand gesteuert werden können.



Die Xacti Digital Movie C1 wird zusammen mit einer attraktiven Docking Station ausgeliefert, die gleichzeitig zum Batterienaufladen und zur Bildübertragung dient.

werden. Für Aufnahmen mit einem Stativ ist die Kamera mit einem entsprechenden Gewinde ausgestattet.

Einfache Handhabung

Bei der Anordnung der Bedienelemente wurde auf eine einfache und durchdachte Handhabung Wert gelegt. So sind sämtliche Funktionen der Kamera bequem mit einer Hand steuerbar. Für alle Funktionen steht ein separater Bedienknopf zur Verfügung, so daß sich der Anwender dank der sinnvollen Anordnung voll auf das Motiv konzentrieren kann. Per intuitiv bedienbarem Jogdial ist schnell das gesamte Menü durchkämmt. Das Produkt bietet die Unterteilung in ein Basic- und ein Expert-Menü. Während über das Basic-



Stephan Madl, Division Manager Digital Imaging der Sanyo Fischer Sales (Europe) GmbH, demonstriert, wie simpel die Xacti Digital Movie C1 mit einer Hand zu bedienen ist.

Menü die Basis-Funktionen für Einsteiger zur Verfügung stehen, können erfahrenere Anwender im Expert-Menü detailliertere Einstellungen wählen. Diese bereits bewährte Menüführung steht selbstverständlich in deutscher Sprache zur Verfügung.

Zum Lieferumfang der Xacti Digital Movie C1 gehört eine Docking Station. Mit ihr können sowohl Bilder übertragen als auch die ebenfalls im Lieferumfang enthaltenen Lithium Ionen Akkus aufgeladen werden. Dank einem schnellen USB 2.0 Port lassen sich die aufgenommenen Bilder und Videos



Mit einem Gewicht von lediglich 153 Gramm und einer Größe von 69 x 43 x 108 mm läßt sich das Multimedia-Produkt von Sanyo überall mit hinnehmen.

schnell auf den Computer oder Hi-Fi-Geräte übertragen.

Ebenfalls zum Lieferumfang gehören eine Schutztasche, Handschlaufe, Objektivabdeckung, eine Fernbedienung, USB- und AV-Kabel, ein Netzgerät und eine 128 MB SD-Karte.

Das Produkt wird zusammen mit dem Software Pack 7.0 auf CD-ROM ausgeliefert. Neben dem Ulead Photo Explorer 8.0 SE zählt dazu beispielsweise die Image Stabilisator Software Motion Director 1.0. Unter anderem deckt das Programm Verwacklungen auf und eliminiert sie. Darüber hinaus können verschiedene Video-Frames zu einer Panorama-Aufnahme zusammengefügt werden.

Die Xacti Digital Movie C1 wird ab Mitte November lieferbar sein und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 699,- Euro. höl

Unzufrieden mit den Bilderrahmen-Umsätzen?

„Sie sollten Creativa einsetzen. Das erfolgreiche Mixpaket mit original italienischen Holzrahmen“



Creativa

Verkauft sich wie von selbst

- * Kein Rahmen gleicht dem anderen
- * Ständig wechselnde Profile und Farben
- * 16 Formate zum Auswählen
- * Mit doppelter Preisauszeichnung
- * Attraktive Verkaufspreise bei bester Marge



WALTHER
Design & more

Innovation und Partnerschaft

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

Olympus



Camedia C-5060 Wide Zoom

Ultraschnell mit Weitwinkelzoom

Die Camedia C-5060 Wide Zoom von Olympus sorgt mit einer 5,1-Megapixel-Auflösung, einem Weitwinkelzoom und einer geringen Auslöseverzögerung dafür, daß selbst Schnappschußaufnahmen problemlos gelingen.

In dem robusten Magnesiumgehäuse des neuen Camedia-Modells steckt ein hochauflösender 5,1-Megapixel-CCD. Bereits drei Sekunden nach dem Einschalten kann mit der Kamera fotografiert werden. Ebenfalls schnell ist die kurze Auslöseverzögerung von lediglich 0,4 Sekunden (inklusive Weitwinkleinstellung, Entfernung zum Motiv: 80 cm bis unendlich). Damit ist sie laut Aussage von Olympus eine der schnellsten Digitalkameras. Dazu paßt auch ihr High Speed-Sequenzmodus mit einer Aufnahmegeschwindigkeit von drei Bildern pro Sekunde.

Weitwinkel-Zoom

Darüber hinaus ragt die Kamera durch ein Weitwinkel-Zoomobjektiv heraus, mit dem sowohl weite Landschaften, majestätische Bauwerke als auch Details einer weitläufigen Szene mit einer Brennweite von 27 mm bis 110 mm (bezogen aufs Kleinbildformat) festgehalten werden können. Das lichtstarke

Vierfachzoom (f2,8–4,8) wurde mit seinen hochwertigen optischen Elementen so konstruiert, daß es für einen telezentrischen Lichtgang sorgt, wodurch das Licht im rechten Winkel auf den Sensor fällt. Somit werden Vignettierungen (Abschattungen am Bildrand) selbst bei Weitwinkelaufnahmen verhindert.

Klapp-Monitor

Ein weiteres Highlight der Kamera ist der um 180 Grad nach oben und um bis zu 270 Grad zur Seite drehbare LC-Monitor. Damit können Motive selbst aus schwierigen Perspektiven problemlos

anvisiert werden. Ein duales Autofokus-System sorgt für scharfe Aufnahmen. Und da die C-5060 Wide Zoom neben einer präzisen Programmautomatik auch über eine Belichtungsautomatik mit Blenden- oder Verschlusszeitvorwahl und einen manuellen Modus verfügt, läßt sie auch genug Raum für kreative Bildgestaltung.

Zubehör

Olympus bietet ein reichhaltiges Angebot an Zubehör an, das mit der C-5060 nutzbar ist. Dazu zählen ein externes Blitzgerät, ein Batterienhandgriff, diverse Filter sowie Tele- und Weitwinkelkonverter.

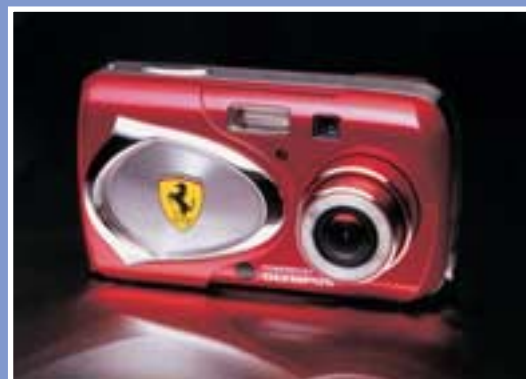
Die Camedia C-5060 Wide Zoom wird ab diesem Monat ausgeliefert. Sie hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 849,- Euro. höl

Ferrari Digital Model 2003

Pünktlich zum Weihnachtsgeschäft bringt Olympus die erste und derzeit einzige Digitalkamera heraus, die von Ferrari SpA zertifiziert wurde. Das Ferrari Digital Model 2003 basiert auf der eleganten und wetterfesten μ [mju:] 400 Digital.

Das Kameragehäuse wurde im unverkennbaren Ferrari-Rot gehalten und auf dem Objektivschutzschieber prangt das weltbekannte „Cavallino Rampante-Logo“ mit dem sich aufbäumenden Pferd.

Zu den technischen Features der in einer Auflage von nur 10.000 Stück hergestellten Modelle zählen eine 4-Megapixel-Auflösung und ein kompaktes



hochauflösendes Objektiv, ein elegantes, wetterfestes Metallgehäuse, eine Programmvollautomatik und fünf Aufnahmeprogramme. Darüber hinaus bietet die Kamera vielseitige Weißabgleichseinstellungen, eine digitale ESP- und Spotmessung sowie eine Movieaufnahmefunktion. Die Kamera ist ab Mitte November lieferbar. Sie hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 699,- Euro.

Neues digitales Bilderkonzept von allcop

Wer Erfolg im digitalen Bildergeschäft haben will, muß die gleichen Zielgruppen überzeugen, die auch die Basis des klassischen Bildergeschäfts waren: Familien und vor allem Frauen. Diese Zielgruppe interessiert sich nicht für ausgefeilte Technik, sondern möchte vor allem gute Bilder auf einem möglichst einfachen Weg. Dies ist der Kern des neuen Bilderkonzepts von allcop. Allcops i-Port-Konzept bietet den Kunden zwei Wege zu guten Bildern von digitalen Aufnahmen: Zum einen können im Fotofachgeschäft digitale Bildaufträge über das i-Port SB-Terminal abgegeben werden. Mit einer Bluetooth-Funktion kann das Terminal auch für die Bestellung von Bildern vom Fotohandy ausgelegt werden. Der zweite Weg führt über die i-Port Home Foto-Bestell-Software. Mit ihrer Hilfe können Kunden ihre Bildaufträge zu Hause am PC vorbereiten und dann entweder für die Abgabe im Geschäft auf CD brennen oder online bestellen und die fertigen Bilder im Geschäft abholen.

Dieses aufmerksamkeitsstarke Display kann auf der Theke plaziert werden und nimmt die i-Port Bestellsoftware sowie Broschüren für den Verbraucher auf.

Kommunikationsmaßnahmen. Der gesamte Auftritt, von den PoS-Werbemitteln bis zum Screen-Design von i-Port und i-Port Home, wurde einheitlich gestaltet.

Das frisch-freundliche Design und leicht verständliche Texte sollen Hürden abbauen und Appetit machen auf tolle Bilder von digitalen Aufnahmen. Zusätzliche Anreize schafft eine attraktive Testaktion mit einem Gutschein für 20 Bilder.



Dieser Fensterkleber zählt zu den PoS-Materialien, mit denen der Fotohändler auf das neue digitale Bilderkonzept von allcop aufmerksam machen kann.

Marketing-Unterstützung im Online-Bildergeschäft

Erfolgreiches Online-Bildergeschäft braucht nicht nur erstklassige Geräte und Materialien, sondern auch wirkungsvolles Marketing. Agfa bietet seinen Laborpartnern hierbei vielfältige Hilfen und hat ein ganzes Paket an Verkaufsförderungs-Materialien für das Geschäft und für das Internet bereitgestellt. Dieses Material liegt in fünf Sprachen vor (Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch), weitere werden folgen. Zusätzlich können Agfas Laborpartner über die Internetseite www.agfanet.com kostenlos und mit nur wenigen Klicks ihre eigene Homepage im Internet einrichten, so dort präsent sein und neue Kunden gewinnen. Und natürlich beraten die Agfa-Verkaufsprofis gerne, wenn es darum geht, den AGFAnet Print Service bestens zu vermarkten und so das d-lab optimal zu nutzen. Zum Verkaufs-

förderungs-Paket für das Geschäft gehören Flyer, Poster, Fensteraufkleber und Dispenser, mit denen die Lab-Betreiber Endkunden den Print Service und seine Vorzüge nahebringen können. Gutscheine mit aufgedrucktem Promotion Code laden die Kunden zum Ausprobieren ein. Die zur Nutzung des AGFAnet Print Services benötigte Client Software können die Laborpartner auf CD-ROM verteilen oder auch zum Download auf ihrer Homepage zur Verfügung stellen. Die Hilfe bei der Erstellung einer eigener Internetseite geht über die schlichte Liste mit Beschreibung der angebotenen Produkte und Services weit hinaus. Texte, Bilder und ein kleiner Film zählen dazu, die den Kunden einfach vermitteln, wie sie echte Fotos von digitalen Daten bestellen können. Und, falls dennoch Fragen offen bleiben, stehen eine ausführliche Liste mit FAQs (FAQs: häufig gestellte Fragen) samt Antwortkatalog und ein interaktiver Stadtplan zur



Agfa stellt attraktives PoS-Material zur Verfügung, mit dem der AGFAnet Print Service vermarktet werden kann.

Verfügung. Als besonderes Bonbon für potentielle Kunden lassen sich sogar die digitalen Fotokurse von der Marketing-CD einbinden, die zusammen mit dem AGFAnet Print Service ausgeliefert wird. Bei der Gestaltung eigenen Werbematerials oder der Internetseite schließlich stehen die mitgelieferten Logos, Bilder und Grafiken zur Verfügung. Beziehen können Agfa-Laborpartner die Marketinghilfen direkt von Agfa oder über das Portal www.perfectshop.de von PressDVD.

Neue Cyber-shots von Sony

Sony präsentiert zwei neue kompakte Digitalkameras. Fotos schießen und gleich auf dem Display anschauen – ein wesentlicher Vorteil der digitalen Fotografie bekommt mit der Sony Cyber-shot DSC-T1 eine ganz neue Dimension. Die Digitalkamera hat die Größe einer Scheckkarte. Das 3-fach Zoomobjektiv und der 5-Megapixel-CCD sorgen dafür, daß die Ergebnisse auch Foto-Enthusiasten begeistern werden. Ab Januar 2004 wird die neue Cyber-shot im Handel erhältlich sein. Mit der DSC-U40 bekommt die Cyber-shot U-Familie Nachwuchs. Die in matten Silber und Schwarz gestaltete Digitalkamera ist mit ihren kompakten Maßen und den 2 Megapixeln die ideale Schnappschuß-Kamera. Auch die DSC-U40 ist ab Anfang 2004 im Handel.

Detaillierte Informationen zu beiden Sony-Produkten werden in Kürze bekanntgegeben.

Sony Deutschland Exklusiv-Sponsor des Foto Awards „40 Jahre Bundesliga“

Mit einer großen Kampagne „40 Jahre Bundesliga“ feiert die Deutsche Fußball-Liga (DFL) den runden Geburtstag. Teil der Jubiläumsaktivitäten ist ein bundesweiter Foto Award, dessen exklusiver Partner und Sponsor Sony Cyber-shot ist. Alle Profisportfotografen in Deutschland waren aufgerufen, die besten und originellsten Aufnahmen aus vier Jahrzehnten Bundesliga einzureichen.

Die Initiatoren erreichten über 300 Fotos, aus denen zehn Bilder ausgewählt wurden. Gewinner des Foto Awards ist Bodo Goeke mit einem Foto, das den damaligen Dortmunder Spieler Michael Schulz zeigt, der nach einem Platzverweis wütend einen Wassereimer umtritt. Aufgenommen wurde die Szene im August 1990. „Eine faszinierende Aufnahme, in der der Fotograf genau den richtigen Moment erwischt hat. Jeder Wassertropfen ist sichtbar“, lobt Ehrenspielführer Uwe Seeler. Gemeinsam mit dem Berliner Ex-Kapitän Michael Preetz, kicker-Chefredakteur Rainer Holzschuh, Sony-Kommunikationschef Dr. Jan Kadelke und DFL-Presseschef Tom Bender bildete er die Jury.

Auf dem zweiten Siegerplatz landete der inzwischen verstorbene Horst Müller mit dem legendären „Hundebiß“ von Friedel Rausch, aufgenommen im September 1969. Eine Aufnahme von Uwe Speck (Agentur Witters) kürten die Juroren zum dritten Gewinner. Das Bild aus dem November 2001 zeigt die Dortmunder Spieler Amoroso, Evanilson und Ewerthon in einer außergewöhnlichen Jubelszene. In der Spezialkategorie „Fanfoto“ siegte Ralf Ibing mit einer sehr emotionalen Abbildung eines Schalker Anhängers in inniger Umarmung mit Stürmer Ebbe Sand.

Auf der Geburtstagsgala der Bundesliga am 23. August 2003 in Köln wurden die Sieger öffentlich bekanntgegeben. Sie erhielten neben dem Preisgeld in Höhe von 15.000 Euro hochwertige Digitalkameras der Sony Cyber-shot Serie.



Das Gewinnerfoto zeigt Michael Schulz beim für einen Fußballer ungewöhnlichen Wassersport.

14. ISC-Treffen in Goslar

Zum diesjährigen Sommertreffen kamen am 24. und 25. August die Mitglieder des Imaging-Service Clubs in Goslar zusammen. Hochkarätige Referenten und der gute Kontakt zur Industrie sorgten auch diesmal wieder für ein volles Haus. Leopold Isbrecht, Geschäftsführer des Goslarer Labors DPL, durchleuchtete den Markt und legte aktuelle Zahlen vor. Roland Riesen klärte über die Geschäftsmöglichkeiten, die Fotohandys bieten, auf. Für Beifall sorgte die von Peter Camp, Leiter Digital Imaging bei DPL, nunmehr schon in der dritten Auflage vorgestellte Mitglieder-CD mit Tools, Photoshop-Aktionen und ICC-Profilen. Stefan Buckmowski stellte gemeinsam mit seinen Mitarbeitern sein „Fotostudio Blesius, Hameln“ vor. Den kurzweiligen Abschluß des ersten Seminartages bildete der Beitrag von Klaus-Dieter Jendirssek darüber, was ein gutes digitales Bild ausmacht. Zu Beginn des zweiten Tages machte Thomas Drewel von Kodak Appetit auf die DCS pro14n. Chancen, Risiken und Möglichkeiten der Digitalfotografie beleuchtete Rolf Nachbar, der sein Studio in der Nähe von Würzburg betreibt. Im Mittelpunkt des Treffens im nächsten Jahr (Februar/März 2004) werden Möglichkeiten der Bildarchivierung stehen.

Lange Öffnungszeiten werden nicht genutzt

„Einzelhändler in Mittelzentren nutzen nur vereinzelt die Möglichkeit, ihre Geschäfte samstags länger zu öffnen. In kleinen Orten und Nebenzentren wird diese Möglichkeit überhaupt nicht aufgegriffen“, so erläutert Martin Dälken, Vizepräsident des Verbandes Deutscher Drogisten (VDD), das Ergebnis einer bundesweiten Mitgliederbefragung, an der sich über 300 Inhaber von Drogerien und Parfümerien beteiligten. Nach Auffassung des VDD ist der in der Umfrage deutlich werdende Pessimismus gegenüber den Samstagsöffnungszeiten gerechtfertigt. Der Verband beruft sich in diesem Zusammenhang auf Anfang September vom Statistischen Bundesamt vorgelegte Zahlen, wonach die im Juni geänderten Öffnungszeiten im Handel keine positiven Umsatzeffekte gehabt hätten.

Großzügiges Geschenk für das Photo+Medienforum Kiel



Gabriele Scheibel bedankt sich bei Norbert Erhardt für die großzügige Spende.

Die Foto Erhardt GmbH feiert in diesem Jahr ihr hundertjähriges Bestehen. Viele Gäste wurden dazu eingeladen, und es gab eine ganz besondere Überraschung: Die Geschenke an das Traditions-Unternehmen aus Osnabrück wurden in Form von Spenden weitergereicht an das Photo+Medienforum Kiel. So konnte die Kieler Institution Spenden in Höhe von 5.500,- Euro entgegennehmen.

Das großzügige Geschenk wird in Ausrüstung und Ausstattung für die Weiterbildung und die Ausbildung an der Landesberufsschule eingesetzt. Gabriele Scheibel, die Geschäftsführerin des Photo+Medienforums Kiel, hat Norbert Erhardt auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin nochmals ihren persönlichen Dank ausgesprochen.

Mit einem neuen Konzept für seine Express Partner setzt Kodak jetzt in Ladenbau und Marketing aufs Vollsortiment. Dabei sollen Aufnahme und Bild in Zukunft gleichermaßen wichtig sein. Neben dem Angebot von Kodak Digitalkameras liegt dabei der Schwerpunkt auf digitalen Foto-Dienstleistungen.

Das neue Ladenbau-Konzept für Kodak Express bietet die Voraussetzung zur attraktiven Präsentation von Digitalkameras, Zubehör und Bild-Dienstleistungen.



Mit dem neuen Konzept sollen die Kodak Express Partner von der gesamten Wertschöpfungskette, vom Kameraverkauf bis zum Bildergeschäft, profitieren. „Der moderne Kodak Express Shop ist ein Vollsortiment-Anbieter“, so Karsten Eggert, Commercial Manager Digital Products and Solutions bei Kodak. „Dabei steht das klassische Kodak Express Shop-Konzept, nämlich der Ein-Stunden-Bilderservice, weiterhin im Mittelpunkt, wird aber durch die Hinzunahme weiterer Dienstleistungen und Produkte erweitert und optimiert.“ Neben digitalen Minilabs setzt Kodak verstärkt auf den Sofort-Service mit Print- und Order Stationen. So soll dem Käufer einer Digitalkamera in Zukunft noch im Geschäft demonstriert werden, wie er einfach und bequem zu hochwertigen Papierbildern von seinen digitalen Aufnahmen kommt.

Bei aller digitalen Begeisterung sollen in den neuen Kodak Express Shops analoge Produkte wie Filme, Batterien und Rahmen nicht fehlen. Auch Zubehör-Artikel wie Speichermedien, Inkjet-Papiere und Kamerataschen werden angeboten. Ins unmittelbare Blickfeld des Verbrauchers rücken sollen Print- und Order Stationen wie der Kodak Picture Maker oder die Kodak Order



Station II, mit der dank drahtloser Übertragung auch das Ausdrucken von Bildern möglich ist, die mit einem Fotohandy aufgenommen wurden. „Mit diesen innovativen Dienstleistungen kann der Kodak Express Händler neue Zielgruppen erschließen und vom Wachstum im Zukunftssegment Mobile Imaging profitieren“, erklärte Eggert.

Der Premium-Store

Umgesetzt werden soll das neue Kodak Express-Konzept mit einem Ladenbau-System, an dem sich alle Partner beteiligen können. Dabei soll der Premium-Charakter des Kodak Express Shops bereits äußerlich sichtbar werden. Im Zentrum steht ein offener Thekenbereich, an dem Fotoarbeiten ausgegeben und Kunden beraten werden. In aufgeräumt wirkenden, hell, modern und klar strukturierten Elementen sollen zum einen Kameras und Fotozubehör, zum anderen die digitalen Dienstleistungen wie die Kodak Kiosk Systeme in Szene gesetzt werden. Dabei stecken viele Neuerungen im Detail: Unterschiedliche Beleuchtungskörper sorgen für eine gute Atmosphäre. Aktuelle Themenwerbung ist in Form von Leuchtf lächen und übergroßen Displays integriert, und beleuchtete Rahmen- und Albenregale bieten die Voraussetzungen für eine moderne und ansprechende Produktpäsentation. Durch die Möglichkeit, die Bildmotive immer wieder auszutauschen und zu aktualisieren, wirkt das Ladeninnere stets neu auf den Verbraucher. „Mit dem neuen Konzept

Neues Kodak Express Partner-Konzept mit Vollsortiment Von der Aufnahme zum Bild

profitieren Kodak Express Händler nicht nur von unserem umfassenden Produktportfolio und der höheren Wertschöpfung durch neue Dienstleistungen, sondern auch von Trainingsmöglichkeiten und massiver PoS-, Print- und Internet-Unterstützung“, erläuterte Eggert. „Zudem können sie die individuellen Finanzierungsmöglichkeiten und unseren Qualitäts-Kontroll-Service „Kodalink“ nutzen.

Für mehr Nachfrage im Winter: Kodak startet Wertscheckheft-Aktion

Mit einer neuen Wertscheckheft-Aktion will Kodak in den Wintermonaten das Bildergeschäft ankurbeln. Der Fotohandel kann dabei seinen Kunden bis April 2004 attraktive Rabatte und Gratisangebote machen.

Die monatlich wechselnden Wertschecks gelten für den Kauf attraktiver Fotokalender zum Geschenkprijs, berechtigen zu Rabatten auf Speicherkarten, Bewerbungsbilder und Fotokleber oder bieten Gratisposter und Flip-Alben.

Ab November startet Kodak zudem eine Wohltätigkeitsaktion zugunsten krebskranker Kinder. Dazu stiftet das Unternehmen den beteiligten Händlern jeweils 250 Original Bullyland Disney Figuren zum Weiterverkauf an ihre Kunden. Die pro Figur erhobene Schutzgebühr von einem Euro kommt dem „Förderkreis für krebskranke Kinder e.V.“ unmittelbar zugute.

Für die Wertschecks und die Wohltätigkeitsaktion gibt es bei Kodak für den Fotohandel ein umfangreiches Promotion-Paket, zu dem neben 200 Wertscheck-Heften ein Aktions-Terminer für den PoS, zwölf begleitende Poster für Gehwegaufsteller, ein Thekendispenser und 250 Disney Figuren gehören.

Von den Problemen, eine Knipskamera zu kaufen

Wo bitte gibt's noch Analoges?

Ohne Zweifel werden Digitalkameras die großen Renner im Weihnachtsgeschäft sein – dafür sorgt schon die Präsenz dieser Wunderwerke in Werbung und Presse. Ob sie aber gleich für jeden Kunden die richtige Lösung sind, darf bezweifelt werden. Vielen Knipsern geht es weniger um Technik, als um schöne Bilder – möglichst bequem und möglichst preiswert. Für den Fotohandel sind solche „Knipser“ eine wichtige Zielgruppe – wenn er sich darum kümmert. Arnold Meister hat sich für imaging+foto-contact dazu ein paar Gedanken gemacht.

Die Filmchemie bleibt nicht stehen. Fuji und Kodak stellten in diesem Jahr neue Diafilme vor – farbgenauer, noch bessere Auflösung als alle bisherigen. Agfa wird gefeiert, der neue Ultra 100 Negativfilm überzeugt mit einer Farbsättigung, wie es sie so zuvor nur auf halb so empfindlichem Material gegeben hat. Konica kommt zu jeder photokina

mit Filminnovationen. Alle Filmhersteller überarbeiten ihre Produkte ständig: Es gibt keine Aufnahmesituation, die nicht mit irgendeinem Film brillant gelöst werden könnte. Hinzu kommt, daß die Profis ohnehin zum Foto-Film greifen, es sei denn, sie müssen aktuelle Pressebilder oder am Fließband fotografierte Katalogabbildungen liefern. Wo ein Hersteller von Haarfärbemitteln die Wirkung seiner Produkte Härchen für Härchen genau auf einem Großplakat oder auf einer Illustriertendoppelseite demonstrieren will, bleibt dem Fotografen nur der Griff zum (Roll-)Film oder zum Planfilm. Ein solcher Detailumfang – spricht: eine solche Auflösung –, wie sie ein 6 x 6 oder 6 x 9 Filmbild oder gar ein 12 x 18 Dia bieten, ist digital nicht zu schaffen. Gleichzeitig ist der Negativfilm ein ideales Material für Amateure, die nur die statistisch üblichen zweieinhalb Kleinbildfilme pro Jahr verknipsen.

Diese Weihnachten-und-Urlaub-auf-einem-Film Amateure aber bringen unserer Branche die Grundaustauslastung und füllen mindestens zweieinhalbmal pro Jahr an irgendeiner Fotothek die Vorderseite der Bestelltüte aus. Da die Bilder auch wieder abgeholt werden müssen, ergeben sich rein rechnerisch fünf Besuche irgendwo, „wo es Bilder gibt“. Das ist die gute Nachricht.

Die schlechte heißt: Diese Kunden werden vernachlässigt. Und das könnte sich rächen: Der Fotofilm verlor in der ersten Hälfte des Jahres elf Umsatzprozente. Das ist viel. Viel zu viel. Der Spaßfaktor bei digital fotografierten Bildern mag größer sein – ob es

jedesmal vernünftig ist, eine Digitalkamera anzubieten, statt auf den Film zu setzen, muß jeder Fotoverkäufer mit sich selbst ausmachen.

Daß der Film für das Bildergeschäft besser ist, kann an der Bildertheke festgestellt werden. Beim Film lassen die Kunden alle Bilder printen. Bei Digitalbildern sind sie geschmäck-



Ist für viele Kunden immer noch die richtige Lösung: eine einfach zu bedienende Kompaktkamera.

lerisch und bestellen nur einen Teil der fotografierten Aufnahmen – wenn überhaupt, denn es gibt noch die nicht auszurottende Vorstellung, daß das Selberprinten per Computer günstiger sein müsse... ein teurer Irrtum, wie Fachleute vorrechnen können.

Daß es darauf ankommt, den Spaß am Fotografieren zu fördern, zeigt ein anderes Marktsegment: Die Quicksnaps dieser Welt – oder wie die Einmalkameras auch alle heißen mögen – haben im ersten Halbjahr 2003 ein Plus von 15 Prozent hingelegt. Hier wurde mit wasserdichten, Tele- oder Weitwinkel- oder ganz normalen Modellen, meist mit Blitz, Film plus Spaßfaktor verkauft. Im Ausland sind diese Einmalkameras ohnehin Millionenseller.

Wie es einem ergeht, der „nur ein paar Bilder von der Familie“ machen will und durch die Fotogeschäfte und -abteilungen zieht, haben wir in der Praxis ausprobiert.

Der Mann in der Fotoabteilung des Warenhauses scheint überfordert zu sein. Er strengt sich spürbar an, ein Display für irgendein Produkt aufzustellen. Das nervt ihn sichtbar. Ich bin der einzige Kunde, etwas älter – Jeanshose, derbes Hemd – die üblichen Sportschuhe – und dieser Kunde nervt auch, als er fragt, was er denn nehmen solle, er wolle jetzt im Urlaub „nur“ ein paar Bilder machen. „Nicht viel, so die Frau und das Kind.“ Gegenfrage: Was denn ausgegeben werden kann. Antwort: So um die 100 Euro, das habe die Kamera vom Schwager auch gekostet – „und die macht prima Bilder“.

Der Mann nestelt immer noch an seinem bunten Pappkunstwerk herum und meint, der Kunde solle doch noch mal wiederkommen. Er habe sich auf Digitalkameras spezialisiert, und die kosten, „wenn sie was taugen“, an die 400 Euro; das müsse man schon anlegen, und für die Kameras für 100 Euro, da sei der Kollege zuständig. Der käme bald. Ob nicht noch irgendetwas anderes im Haus besorgt werden müsse, schlägt der Displaykünstler vor, um die Zeit bis zum Auftauchen des Spezialisten (wohl der für einfache Anfragen – so sehe ich das) zu überbrücken. Daß ein Kunde nach einer solchen Abfertigung dem Laden sofort jede Treue (falls die überhaupt je reifen kann) kündigen würde, daran denkt er nicht.

„Kollege kommt gleich“, lautet auch das Versprechen im Kamerashop eines Technikmarktes. „Ich komme vom Computerverkauf“, erklärt mir der dortige ‚beratende‘ Verkäufer. „Die analogen Kameras haben wir noch nicht so lange, und damit kennt sich mein Kollege aus.“ Immerhin: Ein paar Analogmodelle stehen in den Regalen, und von irgendwo scheinen auch noch ein paar Filme (ausschließlich gängige Negativsorten) den Weg in diese ‚Fotoabteilung‘ gefunden zu haben.

Nächster Versuch in der Innenstadt: In einem bekannten Fotofachgeschäft, das für seine große Auswahl bei Spiegelreflexkameras und das Gebraucht-



Profis wissen, daß Filme immer noch die bestmögliche Bildqualität bieten können, z. B. mit der legendären Leica M 7.

kamerasortiment weit über seinen Standort bekannt ist, erklärt der Chef, er habe Anweisung gegeben, nur noch digitale Produkte anzubieten, wenn jemand nach einer Neukamera fragt. „Analoge Sucherkameras gibt es bei mir nur noch auf Anfrage.“ Dafür aber stehen die Kameras wenigstens hinter dem Verkäufer griffbereit zum Verkauf bereit. Die Bildertheke hinten im Laden wird gepflegt, und auf dem Tresen stehen große Verkaufshilfen mit Filmen. Analog ist wohl doch nicht ganz von gestern, auch hier nicht.

Bei der Konkurrenz, ein paar Straßen weiter, ein alteingesessenes Geschäft, in dem es Fotoartikel auf zwei Ebenen gibt und dessen Schaufenster klar in Digital, SLR- und Mittelformat Analog, Besonderheiten – etwa eine 18 x 13 Holzkamera – und um die Ecke herum ein großes Gebraucht-Fenster eingeteilt sind, gerate ich, weil ich irgendwie so geführt werde, an die lange Verkaufstheke gleich rechts der Eingangstür. Fehlanzeige: Der Verkäufer nimmt mich fast an die Hand und führt mich zu einem Kollegen, dem er kurz meinen Wunsch vorträgt und erklärt: „Wir haben uns die Arbeit geteilt, auf unserer Seite gibt's alles zum Thema Digital, hier beim Kollegen finden sie alles an Analogkameras, Filmen und Zubehör.“

Hätte ich nicht nur wissen wollen, wie es die Händler mit dem Filmgeschäft halten, und wäre ich der, von dem die Verkäufer annahmen, der ich wäre, hätte ich hier meine Urlaubskamera (analog) gekauft.

Schlußfolgerung aus diesen und weiteren Besuchen bei Fotogeschäften: Man muß sich heute schon etwas Mühe geben, eine einfache Sucherkamera zu erhalten. Die Digitalfoto-

grafie verstellt vielen Verkäufern den Blick auf das, was es sonst noch gibt (und schon lange gegeben hat).

Schade, denn Analog-Käufer kommen immer wieder. Sie brauchen Filme und lassen davon Bilder machen – und auch das immer wieder. Und wenn sie das Bilderfieber gepackt hat, kaufen

sie auch mal eine Digitalkamera; die darf dann aber auch eine Nummer größer sein.

Und dann kommt mir ein Fotoprospekt, wie ihn ein Versandhändler Publikums-Fotozeitschriften beilegen läßt, in die Hände. Da sehe ich noch eingebettet in viel Digitales ein paar von den Sucherkameras, wie ich sie als Einstiegsgerät nicht nur meinen Kindern in die Hand geben würde, sondern auch meinen Freunden und Bekannten empfehle. Einen preiswerteren Einstieg in die bunte Welt der Fotografie gibt es nicht. Und der Weihnachts-Urlaubs-Knipser ist zufrieden, denn die Dinger machen Superfotos.

Chip oder Film – eine Rechnung mit dem Spaßfaktor

Eigentlich ist es ganz einfach: Mit analoger Kamera und Film gibt es oft billigere Bilder – bei Digital ist der Spaßfaktor entscheidend.

Die Profis müssen nicht überzeugt werden: Für viele Anwendungen gibt es nur den Film, dann aber meist im Mittel- oder Großformat. Hier muß die Digitalfotografie passen. Film ist preiswert – und archivsicher. Ob die Bild-Speichermedien der Digi-Fotografie in 30 Jahren noch problemlos ausgewertet werden können, weiß niemand. Daß aber heutige Fotos auch in 100 Jahren noch genutzt werden können, ist bereits in künstlichen Alterungsversuchen nachgewiesen worden.

Film für Profis und Wenigknipser

So bleiben die Fotofilme die Favoriten der anspruchvollsten Profis – sie werden aber auch in die Kameras der Knipser eingelegt. Wer nur wenige

Bilder macht, fotografiert mit Film immer noch am günstigsten. Das Problem für die Analogfotografie: Digitalkameras sind „sexy“. Für viele zählt nicht der Preis pro Foto, sondern der Spaßfaktor.

Wo der Fotofilm Zusatzspaß verspricht, boomt auch er. Die Einmalkameras sind Renner, für 5 bis 7 Euro machen sie gute Bilder, mit und ohne Blitz, auch unter Wasser, am Strand und im Panoramaformat, werden in vielen bunten Aufmachungen geliefert und gelten auch bei vielen Jugendlichen als extra-trendy.

Spaßfaktor gegen Sparpreis

Wer durchschnittlich zweieinhalb Kleinbildfilme pro Jahr verschießt, fotografiert mit einer Digitalkamera



Preiswerten Fotospaß bieten „Einweg“-Kameras wie die Fujicolor Quicksnap.

zu teuer. Nicht die Filme und die Entwicklung, sondern die Anschaffungskosten schlagen zu Buche.

Eine gute Foto-Sucherkamera mit einigem Drum und Dran kostet – vom Verbraucher aus gerechnet – 125 Euro, eine digitale Kamera, die dieser Fotokamera optisch entspricht, dagegen 350 Euro.

Notwendige Zusatzanschaffungen wie ein Speicherchip mit ausreichender Kapazität – in den Kameras stecken oft nur die Minimallösungen –, Batterieladegerät usw. kosten zusammen noch mehr: Ein besserer Speicherchip kommt auf 85 Euro. Der Preisunterschied würde mindestens für acht 36-er Filme samt Entwicklung und allen Bildern im guten Format 10 x 15 reichen.

Farbiges Display

Die Digis haben aber allesamt einen Produktvorteil zu bieten. Man sieht sofort auf dem Digitalmonitor, was man da aufgenommen hat. Dieser Spaßfaktor ist vielen die höheren Ausgaben wert. Fotos selber ausdrucken ist zu teuer – in jedem Fall deutlich teurer, als Bilder – egal ob vom Film oder von Speicherchips – aus dem Fotogeschäft. Fotos, die mit

dem heimischen Computer-Drucker hergestellt werden, kosten bei schlechterer Qualität bis zu fünfmal soviel, wie Prints auf Fotopapier von der Bildertheke in Drogeriemärkten oder Fotoläden. Die Stiftung Warentest (Heft 2/03) hat – bei Einsatz von SW- und Farbpatronen und Spezialpapier – Kosten zwischen 50 Cent und 1 Euro für ein 10 x 15-Bild und zwischen 1,75 bis 3 Euro für ein DIN-A4 großes Farbbild aus dem Heimdrucker ermittelt.

Um Bilder in den Computer zu laden, wird nicht unbedingt eine Digitalkamera benötigt: Filmvorlagen aller Art und auch Bilder lassen sich mit preiswerten Scannern in den Computer eingeben und danach genauso weiterbearbeiten, wie die digital fotografierten Aufnahmen. Zudem gibt es bekanntlich Bild-CDs von den Negativen ihrer Kunden günstig aus dem Großlabor. Neben den gängigen Standardfilmen für alle Aufnahmesituationen liefern die Filmhersteller ganze Sortimente mit Spezialfilmen für jede Bildee. Selbst Schwarzweiß-Filme werden noch weiter verbessert, weil sie für viele Anwendungen unverzichtbar sind. All das ist Grund genug, das analoge Segment vor lauter digitaler Begeisterung nicht aus dem Auge zu verlieren.

Crumpler liefert neues Taschenprogramm

Mit „John Thursday“ hat Crumpler eine spezielle Taschenreihe für mobile Geräte geschaffen, die nicht nur äußerst robust ist, sondern sich gleichzeitig durch ihr ausgefallenes Design aus der Masse hervorhebt. Die neuen Taschen sind aus Neopren gefertigt und mit stabilen Schnellverschlüssen aus Kunststoff ausgestattet. Dank des stabilen Außenmaterials halten die „John Thursdays“ auch einem rauen Tagesgebrauch stand. Das Crumpler-eigene Chicken Tex-Material schützt den Tascheninhalt vor Feuchtigkeit und sorgt gleichzeitig für einen schockerproben Sitz des Inhalts. Gleich ob Handys, Palmtops, Handhelds, MP3-Player, Digitalkameras oder Minidisc-Player: In der neuen Crumpler-Serie ist alles sicher untergebracht.

Die John Thursday-Taschen sind in sieben Größen und fünf Farben erhältlich, jeweils zu Preisen von 14,- bis 20,- Euro (UVPs). Dank der großen Deckklappe mit Klettverschluss ist der Inhalt jederzeit schnell zugänglich. Mit Hilfe der zum Lieferumfang gehörenden Gürtelschleife läßt sich die Tasche bei Bedarf auch bequem am Gürtel tragen.

Osram-Sparte Photo-Optic unter neuer Leitung

Seit dem ersten Oktober 2003 leitet Siegmund Probstl (42) die Osram-Sparte Photo-Optic. Probstl war bis dahin Geschäftsführer von Osram Großbritannien. Davor war er in der Türkei, in Südafrika und Korea für Osram tätig. Seine Laufbahn bei dem Lichthersteller begann der Manager 1985 zunächst in der Hauptverwaltung in München. Er tritt nun in Berlin die Nachfolge von Bernd Schaefer an, der nach 15 Jahren

an der Spitze der Sparte in den Ruhestand geht.

Osram ist mit den photo-optischen Speziallampen die Nummer zwei im Welt-



markt. Zu den Produkten gehören Strahler und Lichtquellen für die Chipindustrie, für Kinos, Medizintechnik, Medien, Show, Flughäfen, Videoproduktion und Heimkino.

Alles in einem Heft!

DIGITAL +++ PROFESSIONELLE BILDBEARBEITUNG +++ DIGITAL

**Inkl. CD-ROM
mit Übungsbildern
für Mac und PC**



NEU: 4. komplett überarbeitete Auflage!

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



Für Photoshop bis Version 7.0

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

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

Unterschrift

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

Name/Firma:

Straße/Nr.:

Plz/Ort:

Telefon/Fax:

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Neue Analogkameras von Voigtlander

Ringfoto hat weitere Kleinbild-Analogkameras der Marke Voigtlander ins Programm genommen. Zum Beispiel die Vitolet 105, die sich durch ein 5–12,7/35–105 mm Zoomobjektiv, Programmautomatik, Verschlusszeiten von 1/3 bis 1/300 Sekunde (plus B-Einstellung)



und ISO-Einstellung von 50 bis 3200 auszeichnet. Die Vito 105 hat die Abmessungen 113 x 64 x 42 mm. Sie wiegt zirka 200 Gramm. Ebenfalls neu ist die Vito II 28–70. Sie besitzt ein Zoomobjektiv 5,8–10,2/28–70 mm und sorgt per Programmautomatik mit Ver-



schlusszeiten zwischen zwei und 1/250 Sekunden für ausgewogen belichtete Fotos. Die Vito II 28–70 hat die Abmessungen 144 x 64 x 38 mm. Gemeinsames Kennzeichen beider neuen Voigtlander Modelle sind das integrierte Multifunktions-Blitzgerät und die motorische Filmvor- und rückspulung.

Bilora bietet jetzt auch Ladegeräte und Akkus

Die Kürbi – Otto Tönnies GmbH bietet als Reaktion auf den zunehmenden Energiebedarf von Digitalkameras ab sofort unter dem Markennamen Bilora auch Ladegeräte und NiMH-Akkus. Zum Programm gehören ein Stecker-Schnell-Ladegerät, ein kompaktes Super-Schnell-Ladegerät mit separatem Netzteil und Kfz-Ladekabel sowie die NiMH-Akkus der Größe AA (Mignon)

Erno stellt neues Stativprogramm vor

Erno hat eine neue Stativserie vorgestellt, die einer Pressemitteilung zufolge wieder neue Maßstäbe bei Preis und Qualität setzen soll. Neu im Programm sind preiswerte Stative für den anspruchsvollen Hobbyfotografen, Ganzmetall-Rohrstative mit professionellen Merkmalen wie teilbare Mittelsäule oder dreifach einstellbare Stativbeinspreizung sowie Aktions- und Teleskopstative. Hohe Verarbeitungsqualität, relativ geringes Gewicht und leichte Bedienbarkeit sind laut Erno die wichtigsten Eigenschaften der neuen Stativserie.

Zu den Neuheiten gehört zum Beispiel das Modell A-63 (Maße: 64/163 cm, Gewicht: 2.210 g, Belastbarkeit: drei kg; Bild rechts). Mit diesem Stativ in Ganzmetall-Ausführung wendet sich Erno vor allem an anspruchsvolle Fotografen. Es besitzt dreiteilige Beine, eine teilbare Kurbelsäule, eine stufenlos verstellbare Säulenbremse, rutschfeste Gummifüße und eine dreifach einstellbare Stativbeinspreizung. Der Drei-Wege-Fluid- Foto- und Videoneiger rundet die Ausstattung ab. Das Modell P-08 (Maße: 38/108 cm, Gewicht: 500 g; Bild rechts) ist ein vierteiliges Kompaktstativ mit Drei-Wege-Fluid-Foto- und Videoneiger, Schnellwechsel-Kamerahalteplatte und Kurbelsäule. Außerdem zeichnet sich dieses Stativ durch eine selbststarretierende Querstrebenhalterung und Gummifüße aus. Beim Erno D-45 Mini Stativ (Maße: 26/48 cm,

Gewicht: 570 g, Belastbarkeit: zwei kg) handelt es sich um ein robustes, dreiteiliges Foto- und Videostativ mit Kurbelsäule, Querstrebenhalterung, Stativbein-Schnellarretierung und rutschfesten Gummifüßen. Der Kopf ist ein Drei-Wege-Neiger mit Schnellwechsel-Kameraplatte, Wasserwaage und Videopin. Diese Modelle sind nur einige Beispiele aus der kompletten Serie.



mit 220 mAh im Vierer-Blister sowie der Größe AAA (Mikro) mit 800 mAh im Zweier-Blister. Das Stecker-Ladegerät verfügt über zwei separate Ladeschächte für je zwei Akkus der Größe AA. Jeder Schacht signalisiert mittels LED korrekt eingelegte und ladefähige Akkus. Ein mechanischer Verpolungsschutz bewahrt Ladegerät und Akkus vor Defekten.

Beim Schnell-Ladegerät sind Netzteil und Kfz-Lade-Anschlußkabel als getrennte Einheiten konzipiert, so daß die mechanische Belastung der Netzsteckdosen geringer ausfällt. Das mitgelieferte Kfz-Ladekabel ermöglicht zusätzlich das Laden der Akkus

unterwegs am Kfz-Bordnetz mit 12 V. Die Ladestation kann mit zwei oder vier Akkus der Größen AA oder AAA bestückt werden. Zur Kontrolle des Ladevorgangs gibt es zwei LEDs. Dabei bedeutet grünes Licht, daß die Akkus geladen sind und das Gerät auf Erhaltungsladung umschaltet/ umgeschaltet hat. Rot zeigt die Ladefunktion, und Blinken weist auf einen defekten, verpolten oder

nicht aufladbaren Akku oder darauf hin, daß eine nicht wieder-aufladbare Batterie eingelegt wurde.

Weitere Kennzeichen des Schnell-Ladegerätes sind Verpolungs-, Überspannungs-, Kurzschluß- und Überhitzungsschutz.



Aktuelle Pentax-Kampagne für Optio-Modelle

Digitalkameras für kostbare Momente

Pentax hat rechtzeitig zum Launch der neuen Pentax Optio-Digitalkameras auch die aktuelle Printkampagne Herbst/Winter 2003/04 gestartet. Wie schon in der Kampagne, die Anfang 2003 Premiere feierte, präsentieren sich die Produktneuheiten innerhalb einer kleinen humorvollen Geschichte. Dem Unternehmensslogan „For your precious moments“ entsprechend werden die wesentlichen Produktfeatures der vier verschiedenen Modelle mit einem Augenzwinkern thematisiert.

So lautet beispielsweise das Motto für die Anzeige der Optio 33L: „Der erste

Eindruck zählt“. Zu sehen ist ein Motiv, bei dem sich die attraktive Blind-Date-Partnerin über den umklappbaren Monitor der Kamera ein Bild davon macht, welcher der beiden wartenden Partner besser zu ihr passen könnte.

In der Anzeige für die Optio S4, Pentax' kleinster 4-Megapixel-Kamera, wird durch den Slogan „Power ist keine Frage der Größe“ und eine Dame, die ihren männlichen Kontrahenten lächelnd im Arm drücken besiegt, die Stärke des kleinen digitalen Kraftpakets hervorgehoben.

Die Optio 33WR, die wasserresistente Strand- und Spa-Alternative, stellt ihre Fähigkeiten als ideale Wahl in außergewöhnlichen Situationen naß-forsch unter Beweis. In der Anzeige sorgt eine junge Frau für Abkühlung bei den „Hot



Shots“, die ihr Partner aufnehmen möchte.

Die Fünffachzoom-Digitalkamera Pentax Optio 555 schließlich wird mit einer elegant gekleideten Dame beworben, die ihren männlichen Gesprächspartner ganz nah zu sich heranzieht. Der Spruch: „Wichtige Dinge sollten Sie sich ganz nah heranholen“ paßt sowohl zu der Szene als auch zu dem neuen Optio-Modell mit der starken Zoomleistung.

Die Kampagne wird in Foto- und CE-Handelsfachmedien, einer Vielzahl an Special Interest Titeln aus der Foto- und Computerpresse sowie in ausgesuchten Lifestyle- und Businessmagazinen geschaltet. Die Ende September gestartete Kampagne läuft noch bis zum Geschäftsjahreshöhepunkt Weihnachten. Ein hoher Wiedererkennungsgrad wird durch PoS-Materialien und Flyern mit gleichen Motiven erreicht.

Angesprochen werden soll mit der Kampagne eine technik-affine, trendbewußte, designorientierte, kaufkräftige und eher männliche Zielgruppe im Alter zwischen 30 und 39 Jahren. Nicht die trockene Technik, sondern ihre Vorteile im Alltag stehen dabei erneut im Mittelpunkt der aktuellen Pentax-Werbekampagne. höl



Optio 33LF: Einsteiger-Digitalkamera mit Schwenkmonitor

Mit der Pentax Optio 33LF rundet das Unternehmen sein aktuelles Sortiment nach unten ab. Als ideale Einsteigerkamera bietet sie mit einer 3,2-Megapixel-Auflösung, einem optischen Dreifachzoom (entspricht 38–114 mm im Kleinbildformat) und weiteren Features eine umfassende Ausstattung. Der Clou für besondere Aufnahmen ist das um 180 Grad horizontal und 270 Grad vertikal schwenkbare Display. Im Makromodus der nur 175 Gramm leichten Kamera mit Kunststoffgehäuse können Aufnahmen mit einem Abstand ab 0,1 Meter gemacht werden. Die Lichtempfindlichkeitsstufen reichen von ISO 100 bis 400. Der Verschlusszeitenbereich liegt zwischen 1/2.000 und 2 Sekunden. Diverse Programm-Modi, fünf Belichtungsprogramme, Automatik-Blitz, sechs Weißabgleichsoptionen, acht Digitalfilter und ein Fünf-Punkt-Autofokus runden die Ausstattung ab. Neben einem optischen Sucher verfügt die Kamera über den flexibel einsetzbaren 1,6 inch TFT-Monitor. Die Kamera bietet darüber hinaus die Möglichkeit der Video- und der Tonaufzeichnung. Die digitalen Daten können wahlweise auf SD-Card, Multimedia-Card oder im internen 12 MB-Speicher gespeichert werden. Die Optio 33LF hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 299,- Euro.

Schon äußerlich imposant ist das hochmoderne Hama Logistikzentrum in Monheim. Hier sind nicht nur Lager und Auslieferung, sondern auch Druckerei, Herstellung von Blister-Verpackungen und Qualitätssicherung untergebracht.



Hama will auch nach 80 Jahren weiter wachsen

Qualität und Logistik

Vor 80 Jahren wurde Hama gegründet. Was 1923 als Ein-Mann-Betrieb in Dresden begann und seit 1945 in Monheim in Bayern fortgesetzt wird, ist eine Erfolgsgeschichte: der Wandel vom Fotogroßhandel zum führenden Zubehörspezialisten für Foto, Video, Audio, Computer und Telekommunikation.

Das nunmehr in der dritten Generation familiengeführte Unternehmen beschäftigt heute 1.600 Mitarbeiter, davon 1.100 in Monheim. Mit zwölf eigenen Tochtergesellschaften im Ausland und zahlreichen Handelsvertretungen ist das Unternehmen unter der Geschäftsführung von Christoph Thomas, Rudolf Hanke und Hans Seidl rund um den Erdball aktiv. Neben dem sicheren Gespür für neue Märkte beruht der Erfolg auf einer gesunden Mischung aus Eigenfertigung und globalem Einkauf bei kompetenten Lieferanten. Dabei ist der

eigene Beitrag von Hama zur Wertschöpfung nicht zu unterschätzen. Neben eigener Produktion gehören zum Beispiel eigenes Design, vollautomatische Produktion der Verpackungen und ein hochmodernes Logistiksystem zu den Kernkompetenzen. Besonders großen Raum nimmt zudem die Qualitätssicherung ein, mit der gewährleistet wird, daß Hama-Produkte dem Qualitätsanspruch der Marke stets genügen und sich so von namenlosen Billigangeboten unterscheiden.

Kontrolle ist besser

Nicht weniger als 25 Mitarbeiter kümmern sich bei Hama in Monheim um die Qualitätssicherung. Jedes Produkt, das ins Sortiment aufgenommen werden soll, durchläuft eine Erstmuster-Prüfung, bei der die Funktionstüchtigkeit und Handhabung unter Praxisbedingungen getestet, die mechanischen und elektrischen Parameter gemessen und die elektrische und mechanische Sicherheit in Übereinstimmung mit den einschlägigen Normen und Vorschriften sichergestellt werden. Dabei rücken die Hama-Prüfer den Produkten auch auf unkonventionelle Weise zu Leibe. „Ob ein Antennenkabel richtig abgeschirmt ist, kann man von außen nicht sehen“,

erläutert Klaus Mecklinger, Leiter der Qualitätssicherung. „Erst wenn man es aufschneidet, erkennt man, wie sorgfältig hier gearbeitet worden ist.“ Neben der Schirmung wird bei Kabeln beispielsweise auch Aderaufbau, Stärke und Anzahl sowie die vorgeschriebene Isolierung getestet. Auch einer mechanischen Belastung durch ein Zugprüfgerät müssen die Produkte standhalten.

*In der
Qualitäts-
sicherung
werden
alle Hama-
Produkte,
hier Akkus,
auf Herz
und Nieren
geprüft.*



Zur Prüfprozedur gehört unter Umständen auch ein vorsätzlicher Mißbrauch der Produkte. Akkus zum Beispiel werden bewußt überladen und kurzgeschlossen, um zu testen, ob sie dann explodieren. Zudem wird durch sorgfältige Messungen festgestellt, ob sie in Kapazität, Innenwiderstand, Schutz-elektronik usw. den Spezifikationen entsprechen. Bei Speicher-karten – einem der großen Wachstumssegmente bei Hama – geht es um die Paßform und Kompatibilität zu Lesegeräten und Kameras, Kapazitätsprüfung und Kontrolle der Geschwindigkeit.

Solche Tests werden nicht nur mit Erstmustern durchgeführt. Jede Warensendung, die bei Hama in Monheim an-kommt, wird erst einmal gesperrt, bis Stichproben erfolg-reich die Qualitätssicherung durchlaufen haben. Erst dann wird die entsprechende Charge zur Auslieferung freigegeben.

Keine Hexerei: Modernste Logistik

Die beste Ware nützt wenig, wenn man sie nicht pünktlich ausliefern kann. Bei nicht weniger als 16.000 verschiedenen



Blick in die Herstellung von Blister-Verpackungen

Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51

☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55

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

Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

☎ 0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59

e-mail: info@dinkel-foto.de • www.dinkel-foto.de

Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

☎ 03 82 04 / 686 - 0 • Fax 03 82 04 / 686 - 90

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

Kleffel + Aye (GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51

☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55

e-mail: info@kleffel-aye.de • www.kleffel-aye.de

Photo Universal

Kleiber GmbH & Co. KG

70736 Fellbach, Max-Planck-Str. 28 • 70708 Fellbach, Postf. 18 04

☎ 07 11 / 9 57 60 - 0 • Fax 07 11 / 9 57 60 - 40

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

Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

26133 Oldenburg, Meerweg 30 - 32 • 26042 Oldenburg, Postf. 52 40

☎ 04 41 / 4 80 91 77 • Fax 04 41 / 48 09 183

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

Ihre Fachberater für den Einkauf in 2003



Um das einschlägige Zubehör praxisgerecht testen zu können, ist bei Hama von jedem gängigen Mobiltelefon-Modell ein Muster vorrätig.

Produkten, die Hama im Programm hat, ist das eine echte Herausforderung. Mit dem 1997 erbauten Logistikzentrum hat Hama hier neue Maßstäbe gesetzt. Schon allein die Daten sind beeindruckend. Insgesamt stehen 40.000 Paletten-Stellplätze zur Verfügung. Allein das Hochraum-Lager mit 24.000 Paletten-Plätzen auf 16 Ebenen ist 118 Meter lang, 30 Meter breit und 25 Meter hoch. Die Warenbewegungen erfolgen vollautomatisiert über ein Regal-Bediengerät in jeder der sieben Gassen. Zusätzlich stehen im datenfunkgesteuerten Hochregal-Lager 7.700 Stellplätze in unterschiedlichen Fachgrößen zur Verfügung. Ergänzt werden diese Lagersysteme durch ein spezielles Regal-Lager für Schnelldreher.

Die Kommissionierung der rund 3.500 Warensendungen, die täglich das Haus verlassen, erfolgt nach dem Pick- und Putt-System. Dabei wird die Ware zunächst aus dem Lager entnommen (gepickt) und auf Kommissionierwagen bereitgestellt. Anschließend erfolgt das Einlegen in die auf Laufbändern vorbeifahrenden Kartons (Putten). Das hört sich einfach an, ist aber ein präzise gesteuerter Prozeß, in dem zunächst der zur entsprechenden Bestellung passende Karton aus sieben Standardgrößen ausgesucht, aufgerichtet und geklebt wird. Dafür verfügt Hama über einen Voll- und zwei Halbautomaten, die im Durchschnitt 300 Kartons pro Stunde schaffen. Ein Inkjetdrucker versieht den Karton dann mit den notwendigen Auftragsinformationen (Barcode und Klarschrift) für nachfolgende Identifizierungen. Nach dem



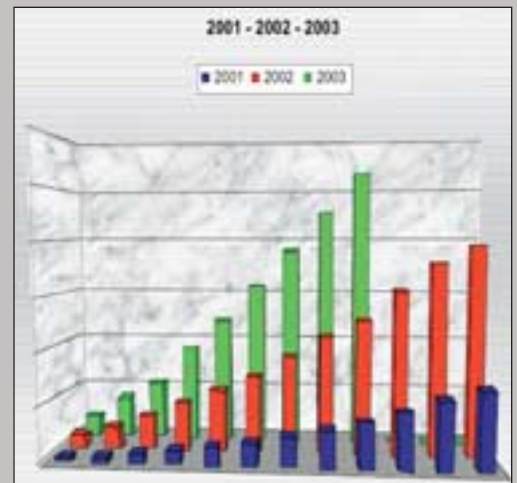
Als Leiter der Qualitätssicherung bei Hama ist Klaus Mecklinger unter anderem verantwortlich dafür, daß alle Prüfungen sorgfältig nach ISO 9001 dokumentiert werden.

Einlegen der Ware steht erst einmal wieder Kontrolle auf dem Programm: Sie erfolgt durch den Vergleich des Sollgewichtes mit dem tatsächlichen Gewicht des Kartons – abweichende Einheiten werden automatisch ausgeschleust und an der Fehlerstelle manuell kontrolliert. Am Ende steht das sorgfältige, endgültige Verpacken, gegebenenfalls die individuelle Preisauszeichnung, und schließlich die Auslieferung der Ware. Dabei verlassen in der Regel alle Aufträge, die bis zum Mittag fakturiert wurden, am selben Tag das Haus.

Für weiteres Wachstum gerüstet

Die moderne Logistik bei Hama ist eine der wichtigsten Voraussetzungen dafür, daß das Unternehmen sich in den letzten Jahren erfolgreich in neuen Wachstumsmärkten plazieren konnte. So wurde der Zubehör-Spezialist zum wichtigen Lieferanten im boomenden Markt für mobile Telekommunikation und zu einem erfolgreichen Anbieter von Speicherkarten. Die Nachfrage in diesem Segment ist durch den Digitalkamera-Boom außerordentlich hoch: Von 2001 bis 2002 wuchs der Absatz dieser Produkte bei Hama um 170 Prozent, von 2002 auf 2003 nochmals um 110 Prozent. Innerhalb von zwei Jahren, so Hama-Geschäftsführer Christoph Thomas, ergibt sich eine Wachstumsrate von 520 Prozent. Dabei realisiert Hama eine

In den letzten zwei Jahren ist allein der Bereich Speicherkarten bei Hama um 520 Prozent gewachsen.



erfolgreiche Zwei-Marken-Strategie: unter eigener Marke im preisgünstigen Bereich und als Vertriebspartner von SanDisk, dem Erfinder der CompactFlash-Karten, im Premium-Segment.

Erfolgreich etabliert hat sich Hama auch im Bereich Computer-Modding. Darunter versteht man sozusagen das „Aufmotzen“ von PCs mit leuchtenden Kühlgebläsen, durchsichtigen Gehäuse-Elementen, interner Beleuchtung usw. Sogar ein USB-Zigarettenanzünder, der in die PC-Front integriert werden kann, gehört zum Programm – leider noch kein Aschenbecher. Hamas Kompetenz ist aber nicht nur die Entwicklung und Lieferung von pfiffigen Produkten, sondern auch die intensive Betreuung der Handelspartner. Workshops zu wichtigen Sortimentsbereichen, zum Beispiel Batterien und Akkus, Speichermedien oder PC-Modding, werden regelmäßig abgehalten – zuletzt in konzentrierter Form während der Jubiläumswoche. Für weiteres Wachstum in der Zukunft sorgen die Hama-Verantwortlichen übrigens bereits heute vor: Die ersten Gespräche mit Experten über eine Erweiterung des Logistikzentrums haben bereits stattgefunden.

Gestalten Sie *die Zukunft Ihres Geschäftes*

**Kommen Sie zur
PMA Annual Convention
and Trade Show**

**12.-15. Februar 2004
Las Vegas Convention Center
Las Vegas, Nevada, USA**

**DIMA Annual Convention
10.-11. Februar 2004**

**PSPA Annual Convention
9.-11. Februar 2004**

*Hier trifft sich die
Foto/Imaging Welt*



Unter pma2004.pmai.org können Sie sich online anmelden

Photo Marketing Association International

European Office, Leopoldstraße 236, 80807 München, Germany,
Telefon: ++49-(0) 89-39 96 86, Fax: ++49-(0) 89-2 73 02 91, PMA home page: www.pmai.org

Unsere Zwei-Klassen-Gesellschaft fängt schon bei den „Lehrlingen“ an

„Und bist du nicht willig, so brauch` ich Gewalt“*

Die gegenseitigen Erpressungen zum Durchsetzen von Zielen sind in unserer Regierungskoalition an der Tagesordnung. Aber auch wir Bürger müssen uns mit einer neuen Form von Erpressungen auseinandersetzen. Unsere Erziehungsministerin Bulman droht jetzt, uns zwangsweise Geld für Azubis abzunehmen, wenn Betriebe nicht genug Lehrlinge ausbilden, und der Fraktionschef der SPD, Franz Müntefering, hat auch gerade mit Zwangsabgaben in dieser Sache gedroht. Dies alles wiederum zeigt, daß, wer die Gewalt hat, sie auch einsetzen will, wenn ihm die rechtlichen Möglichkeiten dazu gegeben sind.

Wer sich in der Historie der Menschheit auskennt, weiß, daß es immer schon Zwei-Klassen-Gesellschaften bei allen Völkern gegeben hat. Jedermann weiß doch, daß es in unserem Lande verschiedene Menschen gibt, Fleißige und Faule, Kluge und Dumme, Ehrliche und Betrüger, Starke und Schwache. Es will mir überhaupt nicht einleuchten, wieso wir es uns gefallen lassen sollen, daß wir in bestimmten Bereichen mit Gewalt einheitlich zu Dingen gebracht werden sollen, die wir lieber selbst entscheiden.

Wie unterschiedlich schon die Zwei-Klassen-Gesellschaft sein kann, sieht man an den Gehältern, die die Azubis im ersten Lehrjahr bekommen sollen. Die Tarife für 2003/4 besagen, daß ein Schneiderlehrling 154 Euro im Monat bekommt, ein Verlagskaufmann-Azubi erhält schon 599 Euro, ein Großhandel-Außenhandel-Azubi 624 Euro und ein Bankkaufmann „Lehrling“ kann schon im ersten Lehrjahr mit monatlich 692 Euro nach Hause gehen. Zu diesen Brutto-Gehältern kommen dann noch

die üblichen Arbeitgeberanteile, so daß man ganz schnell ausrechnen kann, daß das Einstellen von Azubis für viele Betriebe mit sehr hohen Kosten verbunden ist. Bei der augenblicklichen wirtschaftlichen Situation muß denn jeder Unternehmer ernstlich überlegen, ob er sich Lehrlinge überhaupt leisten kann.

Von all den Klugschwätzern, die sich darüber aufregen, daß zu wenige Azubis eingestellt werden, hört man niemals etwas darüber, was die Ausbildung eines Lehrlings den Unternehmer kostet; auch nicht, was er für einen Ärger bekommt, wenn Lehrlinge überhaupt nicht einsehen, daß sie in den Betrieben manchmal bestimmte Dinge tun müssen, die nicht offiziell in ihrem Ausbildungsplan stehen. Bei dem großartigen Selbstbewußtsein, das manche junge Menschen an den Tag legen, sind auch hier erheblicher Ärger und schlechtes Betriebsklima vorprogrammiert.

Nun möchte ich auf keinen Fall den jungen Menschen einen Vorwurf machen, daß sie möglichst keine Lehrstelle annehmen, wo sie im Monat nur 154 Euro brutto bekommen, was sich dann auf

256 Euro im dritten Lehrjahr steigern kann; im Gegensatz zu den Bankkaufmann-Azubis, die mit 692 Euro anfangen und im dritten Lehrjahr schon 802 Euro monatlich bekommen. Mit anderen Worten treten diese Lehrlinge eine Stelle an, die ihnen buchstäblich, um es salopp zu sagen, einen Tausendmarkschein im Monat mehr einbringt als anderen. Wenn das kein Zwei-Klassen-Unterschied ist, den unsere Politiker und Gewerkschafter den jungen Menschen eingebrockt haben, dann weiß ich es wirklich nicht. Ich kann die jungen Menschen verstehen, die bestimmte Lehrstellen nicht besetzen wollen, wo sie ganz offensichtlich finanziell viel schlechter gestellt sind als andere.

Wie hieß es früher? „Laß dir dein Lehrgeld wiedergeben.“ Daraus war zu ersehen, daß die Lehrlinge einstmals ihrem Arbeitgeber Geld mitbringen mußten, wenn sie etwas lernen wollten. Ich würde diesmal direkt zustimmen, wenn es (wie bei der zur Zeit diskutierten Bürgerversicherung?) zu einem einheitlichen Betrag für die Lehrlingsausbildung kommen könnte, damit der soziale Unterschied a priori wegfällt und mehr Unternehmer Freude daran haben, möglichst viele Lehrlinge auszubilden, damit keine jungen Menschen mehr auf der Straße zum Nichtstun verdammt sind.

Und noch eines: Wenn es zu einer Zwangsabgabe für Azubis in der Wirtschaft kommen sollte, dann prophezeie ich, daß sich viele Betriebe freikaufen werden und es viel, viel weniger Lehrstellen als heute geben wird. Das wäre der Abschied von unserem im Grunde bewährten dualen Ausbildungssystem, und dann kann „der Staat“ bestimmen, wer, was, wann, wo lernen kann! H. J. Blömer

* Goethe: Erlkönig

Aus der tabellarischen Übersicht für Vergütungen für Auszubildende (ohne Urlaubsgeld) im 1. Jahr

Damenschneiderhandwerk NRW	154,00 €
Friseurhandwerk	313,00 €
Schuhmacherhandwerk, gewerblich	365,00 €
Elektrohandwerk	455,00 €
Groß- und Außenhandel	624,14 €
Bankgewerbe, privates	685,00 €
Versicherungsgewerbe, privates	711,00 €
Druckindustrie	753,53 €

Agfa-Herbstpromotion soll Filmumsatz beflügeln

Unübersehbare Präsenz

Mit farbenfrohem Dekorationsmaterial für Schaufenstergestaltung und Werbung am Point of Sale sowie attraktiven Produktangeboten will Agfa in diesem Herbst das Film- und Bildergeschäft im Handel ankurbeln und für eine höhere Kundenfrequenz sorgen.

Der Herbst mit seinen farbenfrohen Motiven animiert viele Fotografen, auch weiterhin ihre Kamera zu benutzen – für den Handel eine gute Chance, das Film- und Bildergeschäft zu forcieren. Unterstützt wird der Fotohandel dabei durch die Agfa-Herbstpromotion, die mit herbstlichen Motiven Lust aufs Fotografieren und den Herbst zur Hochsaison macht.

Schwerpunkte der Herbstwerbung bilden Filme mit höherer Empfindlichkeit. Als Herbst-Allrounder steht der Agfacolor Vista 400 im Vordergrund,



Herbstlich bunte Farben bestimmen die aktuellen Herbst-Werbemittel von Agfa.

der von der Stiftung Warentest als einer der besten Filme seiner Klasse mit „Gut“ bewertet wurde. Außerdem verzeichnet diese ISO-Klasse die höchste Umsatzsteigerung im gesamten Filmmarkt. So konnten 400er Filme im vergangenen Jahr im Fachhandel ein Wachstum von 15,6 Prozent verbuchen – der Absatz der Agfa-ISO-400-Filme stieg im Jahr 2002 sogar um 57 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zum Herbst-Spezialist bei den APS-Filmen soll der Agfacolor APS Star 200 mit seiner universell einsetzbaren Filmempfindlichkeit werden, dessen innovative „Eye-Vision-Technologie“ wie bei den Vista-Filmen herausragende Bilderergebnisse garantieren soll. Bei den Diafilmen steht der Agfachrome CTprecisa 200 im Blickpunkt.

Verkaufsunterstützung am PoS

Agfa bietet seinen Handelspartnern im Rahmen der Promotion ein umfangreiches Promotion-Paket an. Wie schon bei der Sommerpromotion stellt Agfa auch jetzt wieder ansprechend gestaltete, unterschiedlich geformte Platzierungsinstrumente zur Verfügung. Die beliebig miteinander kombinierbaren

Drei- und Vierecksmodulschütten auf Rollen lassen sich individuell im Verkaufsraum, im Eingangsbereich oder auch vor dem Ladenlokal platzieren. Des weiteren sind eine Vista-Filmpyramide und ein stilisierter Marktwagen mit auffälliger rot-weiß gestreifter Sonnenmarkise im Angebot. Abverkaufstarke Thekendispenser, wie beispielsweise das Agfa Vista-Spulendisplay oder die APS Star-Filmbox, ergänzen die Präsenz am Point of Sale.

Der Herbst im Blickpunkt

Eine herbstlich-warme Atmosphäre verbreitet ebenfalls das Dekomaterial für die Schaufenstergestaltung und Außenwerbung. Plakate und großformatige Bilder mit unterschiedlichen Motiven, überdimensionierte Filmverpackungen, Herbst-Drachen und herbstliches Laub sorgen für eine optimale Präsentation der Agfa-Produkte. Mit seiner aussagestarken Herbstkampagne präsentiert sich Agfa einmal mehr als starker Partner für den Fotohandel. Die prägnanten Werbemittel sorgen für eine erhöhte Nachfrage und unterstützen die Arbeit des Verkaufspersonals.



Die Vista-Filmpyramide gehört inzwischen zum Standard bei den Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien.



Ulrich Vielmuth

IFA-Nachlese: Mehr Camcorder mit professioneller Qualität

Noch nie war das Camcorder-Angebot so groß wie heute – und so hochwertig dazu. Motto: Klein, aber fein. Auf meinem Messe-rundgang bin ich mit Neugierde bei JVC gelandet, um mir die Bildqualität des neuen Camcorders GR-PD1 aus der Nähe mit aller professionellen Skepsis zu betrachten. Mit diesem 4.000,- Euro

teuren Mini-DV-Camcorder nutzt JVC die MPEG-2-Datenreduktion, um Bilder in voller Auflösung, aber progressiv auf Mini-DV-Band zu speichern. Also nicht mehr die Aufzeichnung von Halbbildern nach dem klassischen Zeilensprungverfahren, nun Vollbilder ohne Zeilenflimmern. 50 Vollbilder pro Sekunde im 16:9-Format zeigen eine bessere Bildqualität als unser gutes altes PAL-Fernsehsystem zu leisten vermag. JVC verspricht im Überschwang eine „doppelte Kinoqualität“, wo wir doch schon happy wären, wenn im Grunde nur schon die „einfache Kinoqualität“ von einem Camcorder erreicht würde! Mein erster Eindruck nach einigen Testaufnahmen unter messtypisch extremen Beleuchtungsbedingungen: hohe Lichtempfindlichkeit, gute Bewältigung der großen Objekt- und Beleuchtungscontraste. Die Detailauflösung der Kamera bei diesen ungünstigen Aufnahmebedingungen ohne Zusatzlicht beeindruckt mich besonders. Sie ist höher als beim gewohnten Mini-DV-System. Und das alles mit nur einem CCD-Chip! Stellt sich die Frage, was die Bandaufzeichnung in dieser Hinsicht zu leisten imstande ist. Davon konnte ich mich nicht überzeugen. Aber das Konzept ist schon gut, ebenso die Features wie Brennweite, Belichtung, Weißabgleich und Verschlusszeit, die alle ganz professionell auch manuell zu bedienen sind. So kann mit einem Ring am Zoom die Brennweite per Hand verändert werden, aber auch die Zoom-Wippe steht parallel noch zur Verfügung. Außerdem hat man die Wahl zwischen 25 Vollbildern in 16:9, 50 Vollbildern in 16:9, aber auch 4:3 und im herkömmlichen PAL-DV in 4:3.

Die höhere Auflösung wird möglich, weil JVC einen Decoder entwickelt hat, der die Daten in Echtzeit in MPEG-2 umrechnet, so daß in die gleichen Videospuren wie bei der DV-Aufzeichnung geschrieben wird.

JVC setzt voll auf das progressiv erzeugte Vollbild, nicht nur beim Camcorder, sondern auch in Form eines kompletten Produktkonzepts namens „Progressive World Strategy“: große Fernseher, DVD-Recorder und Player mit Vollbild-Modus ohne Zeilen- und Großflächenflimmern.

Auf der IBC in Amsterdam, der jährlichen Fernsehetechnik-Messe, war übrigens zwei Wochen nach der IFA die Profi-Variante des GR-PD1 zu sehen – in hochauflösender HDTV-Technik mit doppelter Zeilenzahl. Name: JY-HD10.

Prima Prints

Die Canon World in der Zeltanlage am Potsdamer Platz hatte mit ihrer neuen 6-Megapixel-Spiegelreflexkamera ein beson-

deres Highlight für den engagierten Hobbyfotografen zu bieten. Doch auch auf dem Camcordersektor waren Fortschritte zu verzeichnen. Mit dem neuen Canon MVX10i-Camcorder im sehr kompakten Hochformat (Ixxus-Design wie bei der gleichnamigen Fotokamera-Serie) wird es endlich ohne Umwege und PC möglich sein, Fotoprints direkt ausdrucken zu lassen. Das liegt daran, daß der Camcorder wie auch sein Schwestermodell MVX3i PictBridge kompatibel ist. PictBridge ist ein herstellerunabhängiger Standard für den Direkt-Druck. Tragen sowohl das Eingabe- als auch das Ausgabegerät das PictBridge Logo, ist gewährleistet, daß auch Geräte unterschiedlicher Hersteller direkt miteinander verbunden werden können. Der integrierte Blitz läßt den neuen Camcorder zur vollwertigen Digitalkamera werden. Canon wäre nicht Canon, hätte man nicht wieder viel qualitätssteigerndes Hightech eingebaut und damit wieder einen Wettbewerbsvorteil. Beispiel Breitbildformat 16:9.

Hier wird bei Canon nun im Vergleich zum normalen 4:3 nicht mehr üblicherweise oben und unten etwas vom Bild weggeschnitten. Stattdessen erfolgt nun eine Erweiterung des horizontalen Bildwinkels. Wem das nicht genügt, der kann noch den Weitwinkelvorsatz WD-H30,5 verwenden. Da bleiben keine Wünsche mehr offen, wenn einmal in engen Räumen gefilmt wird. Ob der eingebaute elektronische Bildstabilisator dem bewährten optischen das Wasser reichen kann, wird die Praxis zeigen.

Klein, immer kleiner

Panasonic hielt seine „kleine“ Sensation bis zum letzten Augenblick geheim. Mit dem silbern-edlen Panasonic SV-AV100-Camcorder in Zigarettenschachtelgröße wurde der erste Speicherkarten-Camcorder mit MPEG-2-Aufzeichnung präsentiert. Genau wie bei DVD. Deshalb wird auch (variable) DVD-Bildqualität versprochen.

Dieser Winzling, von Panasonic als Revolution auf dem Camcorder-Markt bezeichnet, hat in der Tat bemerkenswerte Ausstattungsmerkmale aufzuweisen, die im nächsten Heft näher beleuchtet werden sollen. Zuerst einmal, und das ist das Revolutionäre, fällt das Laufwerk weg. Und Bandsalat, so wie früher bei den VHS-Normal-Kassetten, gehört ebenfalls der Vergangenheit an. Beim Anblick der nur briefmarkenkleinen Speicherkarte wird einem bewußt, daß VHS die Steinzeit des Videozeitalters gewesen sein muß! Dieser Camcorder, der natürlich gleichzeitig auch ein Fotoapparat ist, paßt in jede Hosentasche. Für 1.300,- Euro gibt es dieses schöne Spielzeug seit Anfang des Monats zu kaufen. Samt dem integrierten MP3-Player auch noch den Sound.

Auch wenn der DVD-Camcorder unter Hobbyfilmern heiße Diskussionen über das Für und Wider entfacht, wird die Zukunft der Videofilmaufnahme nicht nur auf dieses Format allein begrenzt sein. Im Gegenteil. Die vergangene IFA hat es deutlich gemacht. Deshalb ist es zum Jahresende einmal Zeit, einen neugierigen Blick in die Camcorder-Zukunft zu werfen. Dazu mehr im nächsten Heft.



NACHTRAG 3

Alle Produkte, die in diesen Katalogen angeboten werden, finden Sie ebenso wie die über diese Nachträge vorgestellten Neuheiten im Internet unter:

www.cat-verlag.de



Video-Shop

Sony Handycam DCR-IP1



Ultrakompakter Camcorder mit Carl Zeiss Objektiv sowie herausragender Bild- und Tonqualität.

Ausstattungsmerkmale:

- Megapixel HAD CCD Bildwandler
- 10fach optisches Zoom
- 120faches Digitalzoom
- Super Steady Shot
- Color Slow Shutter
- Fotofunktion (1.152 x 864 Pixel) mit MemoryStick Duo
- MPEG Movie (352 x 288 Pixel)
- Kabelfernbedienung
- Fünf Aufnahmeprogramme: Porträt, Strand & Ski, Landschaft, Spotlight, Sonnenuntergang & Mond
- Bedienung der umfangreichen Foto- und Filmfunktionen über Touch Panel, mit zum Teil animierter Menüführung
- Individuelle Anpassung des Einstiegsmenüs
- USB-Direktdruck mit PictBridge-Funktion
- Anschlüsse für Audio/Video (inkl. S-Video In/Out) und DC-in; USB und i.Link über Handycam-Station
- Motorgesteuerter Objektivschutz, mit Power-Schalter gekoppelt

Sony Handycam DCR-PC330

Drei-Megapixel MiniDV-Camcorder mit hochwertigem Carl Zeiss Objektiv für Fotos und Videos in Topqualität.

Ausstattungsmerkmale:

- Verbesserte Zeitrafferfunktion (flüssigere Bewegungsabläufe) durch „Smooth Intervall Recording“
- Sieben Aufnahmeprogramme: Porträt, Strand & Ski, Sport, Landschaft, Spotlight, Sonnenuntergang & Mond und geringe Lichtverhältnisse
- Vielfältige Foto- und Videofunktionen
- 14 bit Analog/Digital Wandler
- Vereinfachte Menüführung mit grafischer Unterstützung

- Top-Fotoauflösung mit 2.016 x 1.512 Bildpunkten
- Videoauflösung mit über 530 Linien
- Night-Framing-Funktion für Aufnahmen ab 0 Lux
- Carl Zeiss 10fach Zoomobjektiv
- 120faches Digitalzoom
- Automatische Belichtungsreihen
- Serienbildfunktion
- Laser-Autofokus
- Webcam-Funktion
- Stamina bis zu 585 Minuten Aufnahmezeit
- Abmessungen: 51 x 104 x 97 mm (BxHxT)
- Gewicht: 540 Gramm ohne Akku



Sony DCR-DVD100E und DCR-DVD200E

Camcorder mit Daten-Speicherung auf acht Zentimeter großen DVDs-R/-RW.

Ausstattungsmerkmale:

- Echter Stereo-Sound durch Dolby AC-3
- Hochwertiges Carl Zeiss Objektiv mit 10fach Zoom
- 120faches Digitalzoom
- 6,35 cm großes Display (123.200 Pixel)
- USB 2.0 Schnittstelle
- Fotoauflösung 640 x 480 Pixel (DCR-DVD100) bzw. 1.152 x 864 Pixel (DCR-DVD200); Speicherung im JPEG-Format und Wiedergabe als Diaschau auf dem DVD-Player oder Computer
- Video-Recording-Mode für Videoschnitt: Szenenverschiebung, Szenenteilung, Szenenlöschung
- Abspielung der DVDs mit kompatiblen DVD-Playern
- Drei Video-Aufnahmeverfahren mit Aufnahmezeiten von 20, 30 und 60 Minuten; bei doppelseitig beschreibbaren DVDs verlängert sich die Aufnahmezeit auf das Doppelte



Canon Digital-Camcorder MVX 10i

Extrem kompakter Camcorder mit elegantem Design, leistungsstarker Technik und beeindruckender Qualität.

Ausstattungsmerkmale:

- 16 : 9 Modus • Dreh- und schwenkbares 2,5 Zoll LC-Display mit manueller Einstellung von Lautstärke und Helligkeit • Optisches 10fach Zoom • Bildstabilisator • Super-Night-Modus • Eingebaute Blitzleuchte • Neun Belichtungsprogramme: Vollautomatik, Automatik, Sport, Porträt, Spotlight, Sand & Schnee, Night-Modus, Super-Night-Modus, wenig Licht • Neun Überblendeffekte: Auto-, Wipe-, Flip-, Corners-, Tide-, Puzzle-, Beam-, Zigzag-, Jump-Fade • Neun Digitaleffekte: Art, Sepia, Mosaic, Mirror, Ball, Color Mask, Cube, Wave, Black & White • PictBridge Standard (Sofortdruck ohne Computer) • Webcam-Funktion • Getrennte Signalverarbeitung (DIGIC DV) • Integriertes Ladegerät • Umfangreiche Funktionen im Stehbild-Modus: Serienaufnahmen, automatische Belichtungsreihen, simultane Aufnahmen • Wahl des AF-Meßfeldes • Selbstauslöser • Fernbedienung (WL-D81) • A/D-Konverter • Direkt-Print-Funktion • Audio Dubbing • Manuelle Tonaussteuerung • Simultane Speicherung von Bild und Film möglich • MPEG4 Aufnahme • Automatische oder manuelle Scharfeinstellung mit Kontrollfunktion • Suchfunktion • Umfangreiche Software im Lieferumfang.

Technische Daten:

Video-System: MiniDV
CCD-Bildwandler: 1/3,4" Interlace; mit RGB Primärfilter
Pixel Brutto / Netto: 2,23 Mio. / 2,0 Mio. (Karte)
Fotoauflösung: 1.632 x 1.224 Pixel (JPEG)
Audio-System: PCM Digital Stereo
 16 bit - 48 khz (2 Kanal)
 12 bit - 32 khz (4 Kanal)
Objektiv: Brennweite: 4,7 - 47 mm
 maximale Öffnung: f 1,8
Naheinstellgrenze: 10 mm
Filterdurchmesser: 30,5 mm
Digital-Zoom: 200 x
Verschlußzeiten: 1/2000 bis 1/2 Sekunde
LC-Display: 2,5" (200.000 Pixel); Mehrfachbild
Sucher: 0,33" (113.000 Pixel)
Scharfeinstellung: automatisch/manuell
Min. Beleuchtung: 0 Lux (im Super Night Modus)
Weißabgleich: TTL (Auto, Set/Preset, Lock)
Speicherkarte: MultiMedia- / SD-Karte
Anschlüsse: Kopfhörer, Mikrofon, USB, DV, AV, Analog-In, S-Video, Direct-Print (USB)
Stromversorgung: Lithium-Ionen Akku mit eingebautem Ladegerät;
 Akku BP-407 im Lieferumfang,
 Akku BP-422 mit extra hoher Kapazität (Zubehör)
Abmessungen: 52 x 118 x 102 mm (BxHxT)
Gewicht: 420 Gramm
UVP: 1.499,- Euro

der grosse foto-katalog im Internet:
www.cat-verlag.de

Canon Digital-Camcorder MVX 3i

Spitzen-Camcorder für anspruchsvolle Videofilmer mit professioneller Ausstattung und herausragender Bildqualität im Video- und Foto-Modus.



Ausstattungsmerkmale:

- Verbesserter 16 : 9 Modus • Stehbilder sind simultan zur Videoaufnahme möglich • Dreh- und schwenkbares 3,5" LC-Display • Hochwertiges 10fach Zoomobjektiv mit asphärisch geschliffenen, hochvergüteten Linsen • Iris-Blende mit sechs Elementen • LCD-Einstellungen: Helligkeit und Lautstärke • Optischer Bildstabilisator • Signalverarbeitung mit DIGIC-Prozessor für Film und Foto optimiert • PictBridge Standard (Fotoausdruck ohne PC) • Webcam-Funktion • Videos lassen sich im komprimierten MPEG 4 Format auf SD-Karte speichern • A/D-Konverter • Long Play Modus • Acht Belichtungsprogramme: Vollautomatik, Automatik, Blendenaomatik, Zeitautomatik, Sand & Schnee, Night-Modus, Super-Night-Modus, wenig Licht • Neun Überblendeffekte: Auto-, Wipe-, Flip-, Corners-, Tide-, Puzzle-, Beam-, Zigzag-, Jump-Fade • Neun Digitaleffekte: Art, Sepia, Mosaic, Mirror, Ball, Color Mask, Cube, Wave, Black & White • Audio Dubbing • Manuelle Tonaussteuerung • Integriertes Blitzgerät • Zubehörschuh mit erweiterten Funktionen • Automatische Gegenlichtkompensation • Wahl des AF-Meßfeldes • Automatische oder manuelle Scharfeinstellung mit Kontrollfunktion • Suchfunktion • Selbstauslöser • Fernbedienung (WL-D81) • Umfangreiches Softwarepaket im Lieferumfang • Filter und Vorsätze als Zubehör erhältlich

Technische Daten:

Video-System: MiniDV
CCD-Bildwandler: 1/3,4" Interlace; mit RGB Primärfilter
Pixel Brutto / Netto: 2,23 Mio. / 2,0 Mio. (Karte)
Fotoauflösung: 1.632 x 1.224 Pixel (JPEG)
Audio-System: PCM Digital Stereo
 16 bit - 48 khz (2 Kanal)
 12 bit - 32 khz (4 Kanal)
Objektiv: Brennweite: 4,7 - 47 mm
 maximale Öffnung: f 1,6
Naheinstellgrenze: 20 mm
Filterdurchmesser: 46 mm
Digital-Zoom: 200 x (für Tape), 36 x (für Karte)
Verschlußzeiten: 1/2000 bis 1/2 Sekunde
LC-Display: 3,5" (246.000 Pixel); Mehrfachbild
Sucher: 0,33" (113.000 Pixel)
Scharfeinstellung: automatisch/manuell
Min. Beleuchtung: 0 Lux (im Super Night Modus)
Weißabgleich: TTL (Auto, Set/Preset, Lock)
Speicherkarte: MultiMedia- / SD-Karte
Anschlüsse: Kopfhörer, Mikrofon, USB, DV, AV, Analog-In, S-Video, Direct-Print (USB)
Stromversorgung: Lithium-Ionen Akku mit eingebautem Ladegerät;
 Akku BP-512 im Lieferumfang,
 Akku BP-535 mit extra hoher Kapazität (Zubehör)
Abmessungen: 80 x 90 x 201 mm (BxHxT)
Gewicht: 725 Gramm
UVP: 1.699,- Euro

Minolta Dimâge Z1

Leistungsstarke, bedienerfreundliche Digitalkamera mit 3,2 Megapixeln und optischem 10fach Zoom.



Ausstattungsmerkmale:

- Hochwertiges Zoomobjektiv mit zwei asphärischen Linsen
- Drei Meßmethoden: Mehrfeld- (256 Segmente), Spot- und mittigenbetonte Integralmessung
- Vier Belichtungsfunktionen: Programm-, Zeit- und Blendenautomatik sowie manuelle Einstellung
- Fünf Digital-Motivprogramme: Porträt, Sport/Action, Landschaft, Sonnenuntergang und Nachtporträt (automatische oder manuelle Wahl)
- Rapid AF: erweiterter Fokusbereich oder Spot-Fokus mit Wahl des AF-Feldes; Schärfespeicherung ist möglich
- Integrierter Blitz mit vier Funktionen, TTL, Vorblitzmessung und Blitz-Belichtungskorrektur (± 2 EV in 1/3 Stufen)
- Belichtungsspeicherung, Belichtungskorrektur (± 2 EV in 1/3 Stufen) oder Belichtungsreihen (3 Bilder) mit 0,3 / 0,5 / 1,0 EV
- Weißlichtabgleich: automatisch (voreingestellt: Tages-, Kunst-, Blitzlicht, Wolken, Leuchtstoffröhren) und benutzerdefinierte Einstellungen)
- VGA-Filmsequenzen mit 15 oder 30 Bildern pro Sekunde; mit der Nachtfilmfunktion auch bei sehr geringem Licht

Technische Daten:

Bildsensor:	1/2,7" Interline CCD mit PrimärfarbfILTER und 3,3 Mio. Pixeln (gesamt); 3,2 Millionen (effektiv)
Auflösung Pixel (Foto):	2.040 x 1.536 / 1.600 x 1.200 / 1.280 x 960 / 640 x 480 / 1.280 x 960 (UHS)
Auflösung Pixel (Film):	640 x 480 / 320 x 240 / 160 x 120
Dateiformate:	JPEG, Motion JPEG (MOV), DCF 1.0 / DPOF-Unterst., Exif 2.2
Speichermedien:	SD- und MMC-Karten
Empfindlichkeit:	Auto / ISO 50 / 100 / 200 / 400
Objektiv:	2,8 - 3,5 / 5,8 - 58 mm (entspricht 38 - 380 mm bei Kleinbild)
Entfernungsbereich:	ab 0,57 m WW ab CCD, ab 2,07 m Tele ab CCD
Makrofunktion:	ab 4 cm ab Frontlinse
Digitalzoom:	4fach
Verschlusszeitenbereich:	15 Sek. bis 1/1000 Sek., Langzeitbelichtung max. 30 Sek.
LCD-Monitor:	38 mm Farb-TFT (113.000 Pixel)
Batterietyp:	4 x Mignon (AA)
Abmessungen:	109,5 x 77,5 x 80,0 mm (BxHxT)
Gewicht:	305 Gramm (ohne Akku und Karte)

Minolta Dimâge A1

Digitale SLR-Kamera mit 5-Megapixel-CCD, Anti-Shake-System und großem Verschlusszeitenbereich.



Ausstattungsmerkmale:

- Hochwertiges APO Zoomobjektiv mit zwei AD-Gläsern und zwei asphärischen Linsen; manuelle Brennweitenverstellung
- Drei Meßmethoden: Mehrfeld (300 Segmente), mittigenbetont Integral und Spot (mittig oder mit flexiblem Fokus-Punkt)
- Vier Belichtungsfunktionen: Programm-, Zeit- und Blendenautomatik sowie manuelle Einstellung
- Fünf Digital-Motivprogramme: Porträt, Sport/Action, Landschaft, Sonnenuntergang und Nachtporträt
- Intervallaufnahmen (2 bis 240 Bilder) mit wählbarer Intervall- und Startzeit
- Belichtungsspeicherung, Belichtungskorrektur (± 2 EV in 1/3 Stufen) oder Belichtungsreihen (3 Bilder) mit 0,3 / 0,5 / 1,0 EV
- Weißlichtabgleich: automatisch (voreingestellt: Tages-, Kunst-, Schatten, Wolken, Leuchtstoffröhren) und drei benutzerdefinierte Einstellungen)
- Filmsequenzen: max. 15 Minuten bei 24 Bildern/Sekunde mit oder ohne Ton; Standard- oder Nachtaufnahmen

Technische Daten:

Bildsensor:	2/3" Interline CCD mit PrimärfarbfILTER und 5,3 Mio. Pixeln (gesamt); 5,0 Millionen (effektiv)
Auflösung Pixel (Foto):	2.560 x 1.920 / 2.080 x 1.560 / 1.600 x 1.200 / 640 x 480
Auflösung Pixel (Film):	640 x 480 / 320 x 240
Dateiformate:	JPEG, TIFF, Motion JPEG (MOV), RAW, WAVE; DCF 1.0 / DPOF-Unterstützung, Exif 2.2
Speichermedien:	CompactFlash Typ I + II und IBM Microdrive 170 MB - 1 GB
Empfindlichkeit:	Auto / ISO 100 / 200 / 400 / 800
Objektiv:	2,8 - 3,5 / 7,2 - 50,8 mm (entspricht 28 - 200 mm bei Kleinbild)
Entfernungsbereich:	ab 0,50 m WW ab CCD
Makrofunktion:	ab 21 cm ab Frontlinse
Filterdurchmesser:	49 mm
Digitalzoom:	2fach
Verschlusszeitenbereich:	30 Sek. bis 1/16.000 Sek., Langzeitbelichtung max. 30 Sek.
LCD-Monitor:	46 mm Farb-TFT (118.000 Pixel)
Batterietyp:	1 x Lithium-Ionen Akku NP-400
Abmessungen:	117 x 85 x 113,5 mm (BxHxT)
Gewicht:	560 Gramm (ohne Akku und Karte)

Kodak DX4530 Zoom Digital Kamera

Kompakte 5,0-Megapixel-Kamera mit 3fach Zoomobjektiv, Blitz und Videofunktion.

Ausstattungsmerkmale:

- Integrierter Objektiv-Schutz
- Vier verfügbare Bildauflösungen: 5,0 Megapixel / 4,5 Megapixel / 3,0 Megapixel / 1,2 Megapixel
- Optischer Sucher
- Kodak EasyShare Software • LC-Display mit einer Größe von 1,8" (ca. 4,6 cm) • LCD-Funktionen: 2- oder 4fache Vergrößerung, Diashow, Bildindex, schneller Suchlauf, Fotoalbum, Löscheschutz, Bearbeiten, Löschen • Programmierte AE-Belichtungssteuerung
- Serienbild-Funktion • Blitz mit vier Funktionen: Automatisch, Aufhellblitz, Vorblitz (Verringerung Rote-Augen Effekt), Aus • Videoaufnahmen mit Ton mit 15 Bildern/Sekunde (320 x 240 Pixel); Länge nur begrenzt von der Größe der Speicherkarte • Quicktime-Format • Audiowiedergabe auf der Kamera • Sechs Aufnahmeprogramme: Automatisch, Sport, Makro, Landschaft, Nacht, Film
- Automatische Bilddrehung • „Immer bereit“-Aufnahmemodus
- Kodak EasyShare System: per Knopfdruck Digitalbilder übertragen, drucken, e-mailen und bearbeiten • Selbstauslöser (zehn Sekunden) • 1/4" Stativgewinde • Strommanagement über EasyShare Stationen möglich.



Technische Daten:

Auflösung Sensor:	5,2 Megapixel / 2.645 x 1.954 Pixel
Bildauflösung:	5,0 Megapixel / 2.588 x 1.954 Pixel
Dateiformat:	JPEG/Exif 2.1 (Standbild) Quicktime (Video)
Speichermedien:	32 MB interner Speicher sowie Steckplatz für MultiMediaCard und SD-Karte
Objektiv:	2,8 - 4,8 / 8 - 24 mm (entspricht 38 - 114 mm bei KB)
Zoombereich:	3x (optisch), 3,3x (digital)
Autofokus:	Mehrzonen-AF
Schärfbereich:	0,6 m bis unendlich 7 cm - 70 cm (Makromodus, Ww) 28 cm - 70 cm (Makromodus, Tele)
Verschlusszeit:	1/2 Sekunde bis 1/1.700 Sekunde
Langzeitbelichtung:	0,7 bis 4,0 Sekunden
Belichtungskorrektur:	±2 EV in 0,5 Schritten
Blitzreichweite:	3,4 m (Weitwinkel), 2 m (Tele)
Empfindlichkeit:	ISO 130 - 200 (automatisch) und ISO 140 (Blitz ein)
Weißabgleich:	Automatisch
Schnittstellen:	USB 2,0 sowie Kodak EasyShare Kamera-Station I, II und 4000
Videoausgang:	NTSC / PAL (wählbar)
Batterietyp:	1 x Lithium CR-V3, Stromversorgung über EasyShare Stationen optional möglich
Abmessungen:	111 x 66 x 39 mm (BxHxT)
Gewicht:	210 Gramm (ohne Akku)
Gewährleistung:	12 Monate

Lieferumfang: • Kodak EasyShare DX4530 Zoom Digital Kamera • Lithiumbatterie (CR-V3) • USB-Kabel • Audio-/Video-Kabel • Handschlaufe • Begrüßungs-Kit und Benutzerhandbuch • Kodak EasyShare Software CD mit interaktivem Lernprogramm • Anschluß für optionale Kodak EasyShare Kamerastation.

Unterstützte Betriebssysteme:

Windows 98 / 98 SE / 2000 / ME / XP, Macintosh OS X.

Kodak DX6490 Zoom Digital Kamera

4,0-Megapixel-Kamera mit Zehnfach-Zoomobjektiv Variogon von Schneider Kreuznach.

Ausstattungsmerkmale:

- Vier verfügbare Bildauflösungen: 4,0 Megapixel / 3,5 Megapixel / 2,1 Megapixel / 1,1 Megapixel
- Elektronischer Sucher (11 mm)
- Serienbild-Funktion • Kodak EasyShare Software • LC-Display mit einer Größe von 2,2" (56 mm); 153.000 Pixel • LCD-Funktionen: 2- oder 4fache Vergrößerung, Diashow, Bildindex, Schnellblätterfunktion, Fotoalbum, Löscheschutz, Bearbeiten, Löschen • Drei Belichtungs-Meßmethoden: Mehrzonen, mittlenbetont, Spot • Blitz mit vier Funktionen: Automatisch, Aufhellblitz, Vorblitz (Verringerung Rote-Augen Effekt), Aus; Anschluß für externe Blitzgeräte • Videoaufnahmen mit Ton mit 20 Bildern/Sekunde (320 x 240 Pixel); Länge nur begrenzt von der Größe der Speicherkarte • Quicktime-Format • Sechs Aufnahmeprogramme: Automatisch, Sport, Makro, Landschaft, Nacht, Porträt
- Automatische Bilddrehung • „Immer bereit“-Aufnahmemodus
- Kodak EasyShare System: per Knopfdruck Digitalbilder übertragen, drucken, e-mailen und bearbeiten • Selbstauslöser (zehn Sekunden) • 1/4" Stativgewinde.



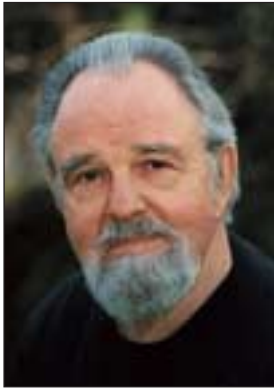
Technische Daten:

Auflösung Sensor:	4,23 Megapixel / 2.408 x 1.758 Pixel
Bildauflösung:	4,0 Megapixel / 2.304 x 1.728 Pixel
Dateiformat:	JPEG/Exif 2.2 (Standbild) Quicktime (Video)
Speichermedien:	16 MB interner Speicher sowie Steckplatz für MultiMediaCard und SD-Karte
Objektiv:	2,8 - 3,7 / 6,3 - 63,2 mm (entspricht 38 - 380 mm bei KB)
Zoombereich:	10x (optisch), 3x (digital, erweitert)
Autofokus:	Mehrzonen- und Mittelpunkt-AF
Schärfbereich:	0,6 m bis unendlich
Verschlusszeit:	16 Sekunden bis 1/1.700 Sekunde
Belichtungskorrektur:	±2 EV in 0,5 Schritten
Blitzreichweite:	4,9 m (Weitwinkel), 3,7 m (Tele)
Empfindlichkeit:	ISO 80 - 160 (automatisch) und ISO 80/100/200/400/800 (manuell)
Weißabgleich:	Automatisch, Tageslicht, Innen- und Neonleuchtung
Schnittstellen:	USB 2,0 sowie Kodak EasyShare Kamera-Station 6000
Videoausgang:	NTSC / PAL (frei wählbar)
Batterietyp:	Lithium-Ionen-Akku
Abmessungen:	99,6 x 79,9 x 81,2 mm (BxHxT)
Gewicht:	337 Gramm (ohne Akku)
Gewährleistung:	12 Monate

Lieferumfang: • Kodak EasyShare DX6490 Zoom Digital Kamera • Netzadapter (5 Volt) • Lithium-Ionen Akku • USB-Kabel • Audio-/Video-Kabel • Objektivdeckel mit Befestigungsband • Trageriemen • Begrüßungs-Kit und Benutzerhandbuch • Kodak EasyShare Software CD mit interaktivem Lernprogramm • Individueller Kameraeinsatz für optionale Kodak EasyShare Kamera- und Druckerstation 6000.

Unterstützte Betriebssysteme:

Windows 98 / 98 SE / 2000 / ME / XP, Macintosh OS X.

**Horst Dieter Lehmann**

Anerkennung

Der Mensch lebt nicht vom Brot allein, er braucht wie alle Lebewesen und Pflanzen Wasser und Licht. Darüber hinaus neben Zuwendung und Liebe auch Anerkennung. Gerade in sparsamen Zeiten wird mit ihr am meisten gegeizt. Viel schneller ist der Mitbürger geneigt, besonders in gehobener Position, zu mahnen und zu tadeln.

Schon in meinen Wanderjahren als Geselle, den Lehrjahren als Lehrling gerade verschwunden (aber bis heute noch nicht ausgelernt), machte ich die Erfahrung, daß ein Lob am richtigen Platz viel positivere Wirkung zeigte als ewiges Gemeckere. Was jetzt in Seminaren und Verkaufstrainings vermittelt wird, lernte man früher in der Praxis – oder gar nicht.

Wie sehr der Mensch Beachtung und Anerkennung braucht, zeigen uns eigentlich unsere kleineren und größeren Kinder. Dabei gehen sie uns oft ungewollt gehörig auf die Nerven. Besonders, wenn ein zweites Kind da ist, zeigt das Erstgeborene mit überdeutlichen Aktionen, daß es weiterhin im Mittelpunkt stehen möchte. Mit Gebrüll und Purzelbäumen macht es auf sich aufmerksam, daß Porzellan zerbricht und Nerven getötet werden.

Wird das Kind dann erwachsen, greift es zu anderen Mitteln – eines davon ist die zur Zeit angesagte Suche nach Superstars. Wir Fotografen sind ja irgendwie immer – zumindest am Rande – beteiligt. Wie heute bei der von uns mitgeförderten Ausziehmaschine. Seminare für Aktfotografie häufen sich. Die Erotik macht keinen halt, weder bei Hochzeitsaufnahmen noch bei Fotos von Schwangeren. Der Grund, sich entblößt zu zeigen, da muß man kein Tiefenpsychologe sein, ist die Suche nach Anerkennung. Auch hier ist die Selbstüberschätzung nicht selten mit im Spiel, aber der „gute Fotograf“ wird das schon richten.

Der Portraitfotograf würde sich sehr freuen, wenn viel mehr Kunden auf seine Kunst vertrauen würden, um nicht nur ein naturgetreues Abbild, sondern ein Idealbild zu erhalten. Gerade noch mit dem Original vergleichbar, aber doch glorifiziert. Wer aus irgendeinem Grund, beispielsweise als Theaterfotograf, viel mit Schauspielern und Künstlern zu tun hat, der weiß, was Schminke und Licht ausmachen. Nicht wenige Portraitisten arbeiten ja auch mit Kosmetikerinnen zusammen, welche die „Normalfrau“ in eine schöne Maske verwandeln, die hierfür dann natürlich auch mehr Honorar zahlen muß als für ein Paßbild.

Der Portraitist alten Schlages, nicht selten aber ein in Fachkreisen hochgeschätzter Mann, lehnt diese „Porzellanfotografie“ rundweg ab. Er versucht, die Seele des Abzubildenden zu erfassen. Was man nicht sehen kann, sichtbar zu machen, ist schwer bis unmöglich. Eher muß der Künstler hierbei zusehen, daß er bei diesem Anliegen nicht selbst zum Erliegen kommt, anders gesagt: Pleite macht.

Gerade in unserer Zeit könnte man eher annehmen, daß die „Kunst“ in der Fotografie eher vom Kitsch abgelöst wird. Hierzu gehören sicher auch die sogenannten Erotikfotos, die selbst vor Hochzeiten und Mutterschaften nicht halt machen. Wohl auch ein Zeichen der Zeit, wobei ich mich an ein Gespräch mit der großen ostpreußischen Dichterin Agnes Miegel erinnere, das ich vor vielen Jahren geführt habe.

Den letzten Lebensabschnitt dieser großartigen Frau durfte ich fotografisch begleiten; ihr Denkmal steht nicht weit entfernt von unserer Ladentür. Wir unterhielten uns über Literatur und Zeitströmungen in der Dichtkunst. Agnes Miegel vertrat die Ansicht, daß es besonders nach Kriegen und in unruhigen Zeiten in der Literatur immer offener, bisweilen sogar vulgärer zugehe. Damals konnte sie aber noch nicht wissen, was alles auf uns zukam.



Das Denkmal von Agnes Miegel im Kurpark Bad Nenndorf.

Kriege gibt es überall mehr als genug. Von „ruhigen Zeiten“ kann auch nicht die Rede sein. Bilder und Worte hängen nun einmal dicht zusammen. Wen wundert es also, wenn es auch in der Fotografie immer lebhafter zugeht, wobei die Grenzen nicht selten über- oder unterschritten werden. Eine Rettung für die Portraitfotografie bringt aber weder das Schwarzweiß- noch das Aktbild!

quickpoint

47638 Strahlen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

Für die Amateurfotografie besteht zunehmend die Hoffnung auf mehr Umsatz durch die Digitaltechnik. Vorläufig aber ist es ein Silberstreifen am Horizont, denn nur vom Umsatz ist noch niemand glücklich geworden, zumindest nicht auf Dauer. Was zählt, ist die Rendite, und hier ist es weitaus schlimmer mit den Schlägen unter der Gürtellinie als bei Erotikfotos jeglicher Art. Die Tiefstpreise bei Kameras und Bildern, ob analog oder digital, sind fatal und tun richtig weh – ob im Sommer oder tiefem Schnee. Viel Sommer hatten wir, wie es mit dem Schnee wird, warten wir ab.

„Weihnachten ist im Dezember“, stand in großen Lettern an einer Marktkirche – als der Versuch einer Mahnung an die Weihnachtsverkäufe im September. Was aber nutzen fromme Worte, wenn die Taten ausbleiben? Der Versuch aber ist anerkennenswert!

Teilzeitanpruch

§ 8 TzBfG regelt den Anspruch auf Teilzeit. Für seine Geltendmachung sieht das Gesetz ein bestimmtes Verfahren vor. Arbeitgeber und Arbeitnehmer sollen sich einigen. Der Arbeitgeber muß dem Mitarbeiter seine Entscheidung schriftlich mitteilen. Erkennt er, daß die Verringerung der Arbeitszeit von der gewünschten Verteilung der Arbeitszeit abhängt, kann er das Änderungsangebot nur einheitlich ablehnen oder annehmen (BAG – Urteil vom 18.2.2003 – 9 ASZR 356/02).

Darlehensvertrag

Es kommt nicht immer Freude auf, wenn einer plötzlich den Stecker zieht. Gerade die Banken erweisen sich oft als Spaßbremsen. In ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen sichern sie sich gegenüber ihren Vertragspartnern gut ab. Manchmal werden diese AGB jedoch gekippt. Die Klausel in Nr. 19 Abs. 3 der Banken AGB, wonach ein Darlehen bei drohender Zahlungsunfähigkeit des Darlehensnehmers fristlos gekündigt werden, ist leider o. k. (BGH – Urteil vom 20.5.2003 – XI ZR 50/02).

Betriebsrente

Wo die gesetzliche Altersrente schwächelt, bekommt die betriebliche Versorgung einen immer größer werdenden Stellenwert. Der Arbeitgeber hat dabei gewisse Pflichten zu erfüllen. Zu einer Direktversicherung gehört vor allem das Zahlen der Versicherungsprämien. Bei einem nur eingeschränkt unwiderruflichen Bezugsrecht ist der Versicherer allerdings nicht verpflichtet, dem Arbeitnehmer einen Prämienverzug des Arbeitnehmers mitzuteilen (LG Berlin – Urteil vom 6.5.2003 – 7 S 65/02).

Förmlichkeiten

Neuerdings legt man wieder Wert auf Umgangsformen. In der Juristerei war das schon immer so. Formfehler im Rechtsverkehr können nämlich schnell dazu führen, daß man Probleme bekommt. So müssen Willenserklärungen beispielsweise zugehen, d. h. vom richtigen Absender an den richtigen Empfänger geschickt werden. Bei juristischen Personen ist das so eine Sache. Der BGH läßt es jetzt allerdings ausreichen, wenn die an die GmbH gerichtete Willenserklärung in ein privates Postfach des Geschäftsführers gelegt wird (Urteil vom 31.7.2003 – III ZR 353/02).

Im Focus: Wenn's samstags wieder länger wird...

Die Woche hat sieben Tage. Der letzte Tag ist ein Sonntag. Das, was davor liegt, nennt man **Werktag**. Tage, an denen man „werken“ darf. Im Einzelhandel ist der Samstag seit einigen Monaten ein längerer Werktag.

Die 2003er Novelle des Ladenschlußgesetzes hat den Samstag zu einem „Super-Einkaufstag“ gemacht. Diese Regelung trat zwar schon zum 1. Juni des Jahres in Kraft. Es dauerte allerdings einige Zeit, bis die **Tarifvertragsparteien** nachzogen. Jetzt ist Samstagsarbeit tariflich geregelt (und teurer).

Die nordrhein-westfälischen Tarifpartner sehen nun beispielsweise für Arbeit am Samstag in der Zeit von 14:30 Uhr bis 20:00 Uhr einen 20prozentigen Zuschlag vor. Dieser Zuschlag ist nicht in Geld, sondern vorrangig in Freizeit abzugelten. Das heißt, ein **20prozentiger Zuschlag** bringt bei einer Stunde Arbeitszeit immerhin ein Plus von 12 Minuten, bei fünfeinhalb Stunden also 66 Minuten.

Die vier „langen Samstage“ vor Weihnachten sind vom Ladenschlußgesetz her keine Besonderheit mehr. Öffnungszeiten von 6:00 Uhr bis 20:00 Uhr sind nun das ganze Jahr über erlaubt. Bloß weil die vier Adventssamstage früher eine Ausnahme machten, haben sich auch die NRW-Tarifpartner darauf verständigt, daß die letzten vier Samstage vor dem 24. Dezember **zuschlagfreie Arbeitstage** bleiben. Das freut überwiegend die, die samstags regelmäßig offen halten.

Die verlängerte Samstagsarbeit ist landauf landab noch nicht die Regel. Es hängt viel vom Standort ab, ob die „langen Samstage“ etwas bringen. Auf dem „platten Land“ sind die Händler sparsam im Umgang mit der neuen Freiheit. In den größeren Städten und in den Centern der Republik sieht das anders aus. Da läuft die Samstagsöffnung rund und die zuschlagpflichtigen Arbeitszeiten häufen sich. Was wann welche Extraparabons auslöst, steht im **Manteltarifvertrag** des jeweiligen Bundeslandes. Große Unterschiede gibt es nur bei den Feinheiten.

Die NRW-Regelung schreibt beispielsweise vor, daß die erworbenen Freizeitguthaben zusammenzufassen und in Arbeitszeitsysteme einzugliedern sind. Das Verlängern von Pausen ist damit kein geeignetes Mittel, den Samstagszuschlägen zu begegnen. Wenn pro Stunde Arbeit zwölf Minuten Freizeit anfallen, ist nach fünf Stunden „langer Samstag“ in der Zeit von 14:30 Uhr bis 20:00 Uhr eine Stunde Abgeltung voll. Nach 7,5 Samstagen bringt das einen Normalarbeitstag mit 7,5 Freizeitstunden. Die lassen sich dann ganz wunderbar in ein **Arbeitszeitsystem** integrieren. Und nicht vergessen: Am 29. November geht's wieder los...

Entgeltfortzahlung

Wer ein neues Arbeitsverhältnis aufnimmt, hat nach § 3 Abs. 3 EFZG zunächst für vier Wochen keinen Anspruch auf Entgeltfortzahlung. Und wie sieht es bei einem Arbeitnehmer aus, der nach Abschluß der Ausbildung übernommen wird? Nun, das Berufsausbildungsverhältnis ist zwar kein Arbeitsverhältnis, Auszubildende sind aber Arbeitnehmer i. S. des EFZG. Berufsausbildung und ein sich nahtlos anschließendes Arbeitsverhältnis müssen damit als Einheit gesehen werden. Ergebnis: keine Wartezeit bei der Entgeltfortzahlung (BAG – Urteil vom 20.08.2003 – 5 AZR 436/02).

Neuheit

Der Streit um die Frage, ob ein Kameramodell tatsächlich neu ist oder nicht, landet selten vor den obersten Zivilrichtern. Dafür sind die Streitwerte einfach zu niedrig. Bei Kraftwagen ist das anders. Von Sinn und Zweck her kann man die Pkw-Rechtsprechung aber durchaus verallgemeinern: Wird ein Auto als Neuwagen verkauft, wird damit stillschweigend zugesichert, daß es „fabrikneu“ ist. Das trifft aber spätestens ab dem Zeitpunkt nicht mehr zu, in dem das Modell erstmals mit veränderten Merkmalen produziert wird (BGH – Urteil vom 16.7.2003 – VIII ZR 243/02).

Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt

Er ist da!

Die Auslieferung hat begonnen!

Die große Werbeaktion zur Foto- Wintersaison!

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

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

Das attraktive Werbemittel für den Fotohandel – kostenlos!



**Sichern Sie sich jetzt Ihre
Exemplare der Broschüre**

FOTO-Winter 2003

Senden oder faxen Sie den
Bestellcoupon bitte an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
„FOTO-Winter 2003“

Postfach 1229
40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 - 20 27 90

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

FOTO-Winter 2003

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindrucks. Die Gebühr beträgt 43,50 € für die ersten 1.000 Exemplare und jeweils 19,90 € für weitere 1.000 Exemplare (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer). Auf Wunsch kann zu Broschüren mit individuellem Firmeneindruck kostenlos eine individuelle Preisliste geliefert werden.

Wir wünschen einen Firmeneindruck. ☐

Wir wünschen eine eigene Preisliste. ☐

Absender/Firma:

Name des Sachbearbeiters:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Datum: Unterschrift:

Für Rückfragen: Tel. Nr.:

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

Leica Taschenbuch – 7. Auflage

Das bewährte Nachschlagewerk zum Leica-System, das Leica Taschenbuch, ist jetzt in der 7., völlig neu bearbeiteten Ausgabe erschienen. Die englische Originalfassung stammt aus dem Jahre 2002 und behandelt die Kameras von der Ur-Leica bis zur M7 und R6. Zu jeder Kamera werden technische Daten, Charakteristika und Abweichungen (z. B. bei Sondereditionen), Codes, Produktionszeiträume und Produktionszahlen und die Seriennummern angegeben.

Gegenüber früheren Ausgaben wurde vor allem das Objektiv-Kapitel erheblich erweitert. Jetzt wird mit dem „Leica Taschenbuch“ eine wirkliche Qualitätsbeurteilung jedes einzelnen Objektivs möglich. Für die deutsche Ausgabe wurde das Buch vollständig neu übersetzt und ist für Leica-Sammler, aber auch für aktive Leica-Fotografen, zur Zeit das aktuellste Nachschlagewerk zu ihrem System.

Leica Taschenbuch. Kameras und Objektiv. Von Dennis Laney und Erwin Puts. 278 Seiten mit ca. 200 Schwarzweiß-Fotos und zahlreichen Diagrammen, Format 11,5 x 19,5 cm, 7., überarbeitete und stark erweiterte Ausgabe, gebunden, Lindemanns Verlag, Stuttgart 2003, ISBN 3-89506-237-5, 29,80 Euro.

J.+R. Scheibel:

FotoGuide Minolta Dynax 4

Die Minolta Dynax 4 (Dynax 4 Date QD) ist eine elegante, außergewöhnlich kleine und leichte Autofokus-Spiegelreflexkamera mit beeindruckender



Ausstattung und Leistung. Hervorzuheben sind hier der reaktionsschnelle Autofokus mit drei Betriebsarten, die 14-Segment-Mehrzonemessung mit Spotmessung, vielseitige Belichtungsfunktionen und Blitzsteuerungen, fünf Motivprogramme und ein Dutzend

Möglichkeiten für individuelle Anpassungen.

Wer die Minolta Dynax 4 gründlich kennenlernen und die Kamera mit ihrem großen System an Objektiven und Zubehör optimal nutzen will, besitzt in diesem Buch einen fundierten Ratgeber, der dank seiner Vollständigkeit mit den Ansprüchen und Interessen des Fotografen wächst. Die Autoren, erfahrene Minolta-Kenner, verstehen es, die kreativen und technischen Möglichkeiten praxisgerecht und leicht verständlich darzustellen – ergänzt durch viele Motivtips und interessantes Fotobasiswissen.

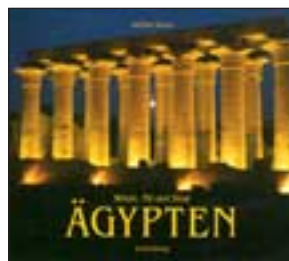
Josef und Robert Scheibel, FotoGuide Minolta Dynax 4, 160 Seiten, über 200 Farb- und Schwarzweiß-Abbildungen, Format 15 x 21 cm, Paperback, vfv Verlag für Foto, Film und Video, Gilching 2002, ISBN 3-88955-133-5, 15,95 Euro.

Helfried Weyer:

Ägypten

Wüste, Nil und Sinai

Die altägyptische Hochkultur hat römische Kaiser, frühe Reisende und Gelehrte aus aller Welt ebenso fasziniert wie heute auch den renommierten Fotografen Helfried Weyer, der seit 1960 das großartige Land am Nil regelmäßig besucht hat und deshalb aus einem großen Erfahrungsschatz erzählen kann.



Ägypten ist mehr als das Niltal mit seinen klassischen Tempeln, Pyramiden und Kunstwerken; da sind die endlose westliche Wüste mit einer Perlenkette grüner Oasen, in denen zur Zeit neue, geradezu sensationelle Entdeckungen gemacht werden, und östlich von Suez die so geschichtsträchtige Wüste Sinai, Wiege des Christentums.

Alle Höhepunkte des beliebtesten nordafrikanischen Reiselandes, das Niltal, die Wüsten und die Küsten des Roten Meeres, werden in faszinierenden Bildern gezeigt. Dieser Bildband gibt einen Überblick über die ägyptische Ge-

schichte, berichtet aus einer sehr persönlichen Sicht über Kairo, über die Pyramiden von Giseh und Sakkara sowie über Luxor und Abu Simbel. Dabei werden neueste Erkenntnisse der Archäologie genauso präsentiert wie die klassische Besteigung des Mosesberges auf der Sinai-Halbinsel.

Immer wieder gelingt es dem Autoren, auf unterhaltsame Weise kulturelle und religiöse Themen in seine Schilderungen einfließen zu lassen, so im Kapitel über den „Berg Gottes“ oder über das weltberühmte Katharinenkloster. Ein Bildband, der neben einem visuellen Streifzug durch das Land der Pharaonen auch einen lesenswerten, informativen Text bietet, ein Muß für Reise-, Foto- und Kunstfreunde.

Helfried Weyer, Ägypten, Wüste, Nil und Sinai, 144 Seiten, 187 lackierte Abbildungen, Karte, gebunden, 30 x 27 cm, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2002, ISBN 3-934427-19-7, 58,- Euro.

Blende 4, Stefan Jürgens:

Wasser – Quelle des Lebens

Wasser besitzt eine magische Kraft, die den Menschen immer wieder in ihren Bann zieht. Mächtige Eisberge, glitzernde Wassertropfen, plätschernde Bäche und dichte Nebelbänke – die Formen des Wassers sind vielfältig.

Eindrucksvoll zeigen die Bilder der renommierten Fotografen Jürgen Borris, Fritz Pölking, Willi Rolfes und Bernhard Volmer die zahllosen Facetten des nassen Elementes, das uns im alltäglichen Leben so selbstverständlich erscheint. Sie beschreiben das Wasser als Lebensraum, als Lebensnotwendigkeit, als mächtige Naturgewalt, aber auch als Bestandteil von Kultur und Religion – in Bildern, die den Betrachter fesseln und zu einem tiefergehenden Verständnis leiten.



Blende 4, Stefan Jürgens, Wasser – Quelle des Lebens, 128 Seiten, 168 Abbildungen, gebunden, 28 x 24 cm, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2003, ISBN 3-934427-28-6, 34,80 Euro.

DGH
GROSSHANDEL

**Seien Sie einfach
photosmart!**



5,3 MEGAPIXEL!

8-FACH ZOOM

HP PHOTOSMART 945

- 5,3 Mio. Pixel, Auflösung 2608 x 1952
- 8-fach opt. Zoom 37-300 mm
- 7-fach Digitalzoom
- MMC und SD-Card
- USB- / Video-Schnittstelle
- Maße (BxHxT): 12,3 x 8,5 x 8,5 cm

399,-

Bestellnr. 564198



3,1 MEGAPIXEL!



115,-

Bestellnr. 559648

HP PHOTOSMART 435

- 3,1 Mio. Pixel, Auflösung 2048 x 1536
- 36 mm, 5-fach Digitalzoom
- MMC und SD-Card
- USB-/Video-Schnittstelle (über Docking Station)
- Maße (BxHxT): 11,7 x 5,7 x 3,9 cm



**INKL. 15 BLATT
PHOTOPAPIER -
KOSTENLOS!***

152,-

Bestellnr. 559627

HP PHOTOSMART P 7760

- Tintenstrahldrucker
- Randloser Druck bis DIN A 4
- 4800 x 1200 dpi (optimiert)
- max. 21 S./Min. s/w, 16 S./Min. Farbe
- 4,6 cm Farbdisplay
- Direktdruck von 11 Speicherkartentypen
- USB-Schnittstelle/5 Slots für Speicherkarten

*Aktion gültig bis 28.02.04:
Inkl. 15 Blatt, DIN A4, 230 g/m²

www.dgh.de

www.fotolabor.de • 0228-623177

Wir suchen freie
Außendienstmitarbeiter
für die PLZ-Bereiche
2/3, 4/5 und 6/7

Sie haben:
Erfahrung im Vertrieb und
in der Kundenbetreuung,
grundlegende Kenntnisse der
Fotobranche,
Interesse an einer langfristigen
Zusammenarbeit.

Wir bieten:
einen langjährigen Kundenstamm,
intensive Produktschulung,
gute Verdienstmöglichkeiten.
Gebietsschutz,
freie Zeiteinteilung.

Ihre aussagekräftige Bewerbung
senden Sie bitte an

Chiffre 12308411

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

Wir bieten
Foto-/Journalisten
(auch freiberufl. u. Berufsanfänger) und
Verlagen Hilfe durch Vermittlungsdatei,
Fachliteratur und -informationen, u.U.
Ausstellung eines Presseausweises,
Beratung, Unfallschutz, Internetforum,
Medienversorgung und mehr.
Kostenlose Informationen:

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

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



FOTO-, VIDEO-, HIFI-
REPARATUREN
HERBERT GEISSLER
Lichtensteinstraße 75
72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN
Telefon 0 70 72/92 97-0
Telefax 0 70 72/20 69
E-mail: Geissler-Reutlingen@t-online.de
www.geissler-service.de

Autorisierte
Vertragswerkstatt

Canon

Panasonic
Service-Center
Reutlingen

Rollei

ZETT
Germany The Leica
Camera Group

Kodak
PHILIPS

Mez

reflecta

BRAUN
PHOTO TECHNIK

Saeco
Kaffeeautomaten

HARMAN/BECKER
AUTOMOTIVE SYSTEMS

GAF Vertragswerkstatt

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

Wolfgang Würz
Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Telefon/Fax (0 22 03) 121 36

...die bandlose Zeit ist eingeläutet!
Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super!
Und was können Sie damit?
Nur gekaufte Filme abspielen – schlecht!
Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und
lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf
DVD brennen.

Seit 1978

Viernheimer Video Transfer

Schultheißen Str. 9, 68519 Viernheim

Tel.: 06204/71984 Internet: <http://free.pages.at/videotransfer/>

Studioshintergründe
Effektmaterialien
Abrollsysteme
Fototribünen
Requisiten



Fancy Posh Studiorequisiten GmbH
Joh.-Seltmann-Str. 10, 92648 Vohenstrauß
Tel. 09651 / 91504, Fax 09651 / 91505
www.fancy-posh.com

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica

Mez

Rollei

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team
für Sucherkameras
und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS
TRADING GMBH

Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung
Termine auf Anfrage

40233 Düsseldorf - Albertstr. 92-94
Telefon 0211 / 98 68 88 0 - Fax 0211 / 98 68 88 29
e-Mail's bitte an: paepke-fototechnik@gmx.de
Mehr Info's über uns: www.paepke-fototechnik.de

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



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

CF
Photo+Video
Technik

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

DIE PFLEGESERIE FÜR IHR BUSINESS



DGH PLUS bietet Ihnen Konzepte und Lösungen zur Sicherung Ihres Geschäftserfolgs. Entscheiden Sie selbst, welche Angebote Sie nutzen wollen und stellen Sie Ihr individuelles Leistungspaket zusammen. Sie zahlen nur, was Sie in Anspruch nehmen. Informieren Sie sich jetzt unverbindlich unter www.dgh.de oder Telefon 0931 9708 444.

DGH PLUS: MARKETING-LÖSUNGEN, LIEFERANTEN-PARTNERSCHAFTEN, SCHULUNGEN UND MEHR.

Kleinanzeigen • Angebote



Zentraler Reparatur - Service

GEDDERT

Edixa – Voigtländer – Porst – Service

Camcorder – Computer – Service

Film – Foto – Elektronik

Hifi – Video – TV

Benno-Strauß-Straße 39
90763 Fürth
Postfach 22 41, 90712 Fürth
Telefon 09 11/65 85 184
Fax 09 11/65 85 144
www.zrs-geddert.de
e-mail: info@zrs-geddert.de

SPEZIAL REPARATUREN FÜR:

Alfo – Braun – Carena – Chinon
Cosina – Exakta – Haking – Revue
Ricoh – Petri – Porst – Noris – Nalcom
Projektoren – Objektive – Blitzgeräte
u.v.a. Geräte

Die wirklich brennenden
Probleme des Fotohandels
unter Konkurrenzausschluß
diskutieren und
Lösungen finden!

StrategieGruppe-Fotohandel®
Tel. 0203-30511885
Weitere Infos: www.strehler.de/
strategiegruppe_fotohandel.htm



Säulenstativ Mod. 170

- solide
- günstig

Lumpp

Feinwerktechnik
Tel. 07121/52456



foto • video • elektronik

Reparatur Service:
Foto-Film-Video-Kameras, Blitzgeräte,
Dia-Film-Overhead-Projektoren,
Digital-Kameras, Scanner,
Camcorder, Ferngläser

Vertragswerkstatt



Feldstraße 4 30171 Hannover
tel. 0511-804007 fax 0511-889950
e-mail: nass.Kamera-service@t-online.de

Kleinanzeigen • Angebote

FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren
Videoüberspielungen
Videokopien – Normwandlung
VHS – Serienkopien
CD / DVD – Videokopien

alle Formate
8,9.5, 16 mm Filme
alle Systeme
enorm preisgünstig
schnell und preiswert

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

Gute und preiswerte Color-Chrom-

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK

Einbildkarte nach Dia 110,-
2-4 Bildkarte nach Dia 165,-
-incl. Proof-Andruck-

Auflagendruck

1500er Aufl. 60,- p.1000 St.
3000er Aufl. 45,- p.1000 St.
5000er Aufl. 40,- p.1000 St.
10000er Aufl. 35,- p.1000 St.

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

WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn
Tel: 0 52 51 / 6 26 14 • Fax: 6 50 46 • E-Mail: Klocke-Verlag@web.de

Kameraservice SCHÄFER OHG



Hausanschrift

Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

Postfachanschrift

Postfach 2767
65017 Wiesbaden
Telefon 0611 / 3 96 79
Telefax 0611 / 37 81 73

Öffnungszeiten

Mo – Fr 9 – 17 Uhr
Samstag 9 – 12 Uhr

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



Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrath Weg 25
41366 Schwalmtal - Waldniel

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

F E W S

Autorisierte Fachwerkstatt für die Reparatur
von Elinchrom-Generatoren und Lampen.

Kölner Str. 68 • 60327 Frankfurt/Main
Telefon 069/736747 • Fax 069/732067
e-mail: fews-ffm@t-online.de

Kamera-Reparaturen

**Nikon • Minolta • Minox
Coolpix • Coolscan**

**KARL-HEINZ
HOPFAUER**

Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell

**KAMERA
SERVICE GmbH**



Rhönstraße 18 • 97422 Schweinfurt
Tel. 09721/28566 • Fax 09721/25716

www.hopfauer-kameraservice.de • e-mail: hopfauer-kameraservice@t-online.de

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Bekannter Markenhersteller

sucht bundesweit tätigen Vertriebspartner, der unsere Foto-Papiere, Foto-CD-Etiketten uvm. im Fotofachhandel vertreibt.

Wichtig ist uns eine Betreuung des Fachhandels vor Ort.

Neben attraktiven Produkten und Konditionen bieten wir Ihnen eine intensive Produktschulung an und unterstützen Sie mit verkaufsfördernden Maßnahmen.

Zuschriften bitte unter Chiffre 12304011 an
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen

Wegen Geschäftsaufgabe aus Altersgründen „en Bloc“ zu verkaufen: Polaroid-Mini-Portrait 403, Multiblitz-Ministudio 252, Mecablitz 32CT, Yashica-Samurai APS 30-120 Zoom, Polaroid-Image II, Nikon-Set „Lite-Touch“, Minolta-Vectis UC, Sharp-Reg.-Kasse, 8 Speicher-„ER-1910“.

Gesamtwarenpreis 650,00 EUR.
Manfred Theobald
Sengsterstr. 1
66787 Schaffhausen/Saar

Nachfolger für gut eingeführtes Fotofachgeschäft mit Studio in obb. Kleinstadt gesucht.

Warenablässe + Inventar.
Zuschriften bitte unter Chiffre 12307811 an
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen

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

Hamburg

Kleines Fotofachgeschäft

mit Handel und Portrait-Studio,
gute Lage, modern eingerichtet,
Einstieger können sofort
starten, VB 30.000 € + MwSt.

Zuschriften bitte unter Chiffre 12306711 an
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen

Foto-Aktienkurse

		16.10.2003	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR	20,99	21,05	15,48	22,20
Bayer	EUR	19,27	20,88	9,8	22,48
Canon	YEN	5.490	6.100	3.910	6.210
Casio	YEN	935	929	639	955
CeWe Color	EUR	19	19,30	15,06	21,7
Dow Chemical	USD	34,98	33,46	24,83	35,75
Du Pont	USD	40,07	41,88	35,11	45,22
Eastman Kodak	USD	22,7	27,20	20,40	40,24
Fujifilm	YEN	3.300	3.600	2.830	3.920
Hewlett-Packard	USD	21,92	20,66	14,18	23,70
Hitachi	YEN	668	700	366	706
ICI	GBP	195	192,15	90	237,50
Imation	USD	35,59	35,15	32	41
Jenoptik	EUR	9,14	10,31	6,94	13,08
Konica/Minolta	YEN	1.491	1.575	800	1.708
Kyocera	YEN	6.850	7.880	5.570	8.150
Leica	EUR	7	7,99	5,25	7,50
Lintec Computer	EUR	1.509	1.482	919	1.582
Olympus	YEN	2.600	2.810	1.753	3.080
Samsung	KRW	459.500	444.000	269.500	462.000
Sharp	YEN	1.709	1.683	1.140	1.807
Sony	YEN	4.030	4.370	2.720	5.130
Spector	EUR	11,90	12,01	8	12,98
Toshiba	YEN	504	506	303	541
Varta	EUR	11	11,19	9,10	29,50

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

Nachpächter gesucht

für gut eingeführtes Fotogeschäft mit
Rahmenhandel u. Minilab im Raum
südl. Hochschwarzwald. Sehr gutes
Paßbildgeschäft, da einziges Foto-
geschäft in Nähe Rathaus (50 m).

Ablöse nach Absprache.

Zuschriften bitte unter Chiffre 12305111 an
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen

Inserenten-Verzeichnis

Bremaphot.....	11	Mitsubishi	19
C.A.T.-Verlag	67, 83	Noritsu	6
Canon ..90 – 92, 5. U., 6. U.		Olympus	27
Casio.....	21, 41	Panasonic	15
CeweColor.....	37	Pentax.....	29
Erno	55	PMA.....	73
Fuji	47	Ricoh	2. U. – 4. U.
Jobo.....	53	Sony.....	25
Kodak	49	VGP	71
Konica.....	33	Walther.....	59
Loersch.....	81	Kleinanzeigen.....	85 – 89
Minolta.....	51		

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen,
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon 0 21 02/20 27-0
Telefax 0 21 02/20 27-90
Online: <http://www.worldofphoto.de>
Postbank Essen
Kto. 164 565-438, BLZ 360 100 43

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Birgit Hölker-Schüttler, M.A.

Lidija Mizdrak, M.A.
Dipl. Journ. Herbert Päge
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:

Theo Six

Redaktion profi-contact:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 30 v. 1. Januar 2003

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Theo Six

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Druckerei Franz W. Wesel, Baden-Baden

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht
in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder.
Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine
Haftung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.
Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen
für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint
zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.
Der Abonnementspreis beträgt:
Inland: 38,50 € jährlich
Ausland: 60,00 € jährlich
Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1430-1121

Lernen, testen und verkaufen: *Canon Academy* *November 2003*

Mit Workshops, Seminaren und Promotions bietet Canon schon seit vielen Jahren den Profis vor Ort die Möglichkeit zur Weiterbildung und zum Testen neuer Produkte in den Bereichen Foto, Video und Digital Foto. Hinzu kommen die sogenannten Office-Produkte, die immer mehr den Bereich der Fotografie unterstützen und ausbauen und somit eins zu eins in die Academy-Programme und Promotions einfließen. Jetzt im November bietet die Canon Academy neun Termine an, bei denen es um das **Video-filmen/Fotografieren/Drucken in Theorie + Praxis mit unserer neuen Megapixel Generation, digitale Camcorder MVX10i sowie MVX3i** geht. Nutzen Sie die Chance, die Möglichkeiten dieser neuen Generationen von Canon Produkten aus erster Hand kennenzulernen und Ihre Kenntnisse dann in Ihrem Geschäft im Verkauf umzusetzen. Anmelden können Sie sich bei Cornelia Riedl unter 089/14 97 81 91.

Die Termine und Themen finden Sie auch unter www.canon.de/academy

Termine im November

5.11.	Dresden, Dorint Hotel, Grunaer Str. 14
11.11.	Hamburg, Meridien Hotel, Stillhorner weg 40
12.11.	Hannover, Mercure Hotel, Willy Brandt Allee 3
18.11.	Hallberg Moos, Mövenpick Hotel, Ludwigstr.43
19.11.	Ludwigsburg, Schlosshotel Monrepos
20.11.	Nürnberg, Hilton, Valzner Weiherstr. 200
25.11.	Dortmund, Wittekinds Hof, Westfalendamm 270
27.11.	Köln, Dorint, Friesenstr. 44-48
28.11.	Diedenbergen, Ramada Treffe Hotel, Casteller Str.106

Teilnehmerzahl: ideal 12, maximal 15, Preis: 75 Euro Brutto

Direct Photo Card Print wird multifunktional und sparsam: *Canon SmartBase MP700 Photo und* *MP730 Photo*

Die neuen Multifunktionalen der Smart-Base Familie für digitale Fotoprints können außerdem noch kopieren, scannen und der MP730 auch faxen. Zudem sind sie sparsam dank Single Ink.

Hochwertige Fotoprints können über das integrierte Kartenlesegerät für die Speicherkarte der Digitalkamera bequem ohne PC ausgedruckt werden. MP700 Photo und MP730 Photo sind zu CompactFlash, Smart Media, Memory Stick, Secure Digital und der MultiMedia Card kompatibel. Die hohe Qualität wird mit bis zu 4.800 x 1.200 dpi und einer konstanten Tröpfchengröße von 2 Picolitern erzielt. Beide Multifunktionssysteme bieten die Möglichkeit randloser Ausdrucke in den Formaten DIN A4, 10 x 15 cm oder 13 x 18 cm mit bis zu 22 Seiten/



Min. S/W und bis zu 14 Seiten/Min. Farbe. Gescannt wird mit bis zu 1.200 x 2.400 dpi für hervorragende Ergebnisse. Und mit dem Super G3 Modem mit 33,6 kbps verfügt der MP730 auch noch über ein schnelles Fax. Mit nur wenigen Installationsschritten bieten MP700 und MP730 Multifunktionalität mit dem Platzbedarf eines Einzelsystems.



Preise:

MP700 Photo	349,00* EUR
MP730 Photo	449,00* EUR

Das Beamer-Trio für alle Fälle: *LV-5210, LV-7210 und LV-7215*

Mit ihren flexiblen, bedienerfreundlichen Funktionen und ihrer erstklassigen Bildqualität sind die Canon LV-Projektoren erste Wahl für Präsentationen, Schulungen oder das private Kinoerlebnis. Sie sind schnell und einfach zu installieren und bieten vielseitige Anschlußmöglichkeiten für ein ideales Zusammenspiel mit unterschiedlichen Multimediasystemen.



Die drei neuen LCD-Projektoren haben einiges zu bieten: Der LV-7215 und der LV-7210 verfügen über eine Auflösung von 1.024 x 768 (XGA) Bildpunkten, der LV-5210 schafft 800 x 600 (SVGA). Alle Modelle haben ein Kontrastverhältnis von 350:1, besitzen ein 1,6fach Zoomobjektiv und sind mit nur 2,9 Kilogramm wahre Fliegengewichte. Durch das extrem weitwinklige Objektiv sind große Projektionen schon bei geringen Abständen möglich.

Zur Optimierung der Bildqualität bieten die LCD-Projektoren zahlreiche Funktionen, die den Bediener entlasten. So stehen insgesamt sechs verschiedene Voreinstellungen für eine optimale Daten- und Videoprojektion zur Verfügung, die aufwendige Einstellungen für Standardanwendungen überflüssig machen. Im Hi-Contrast Mode z. B. werden Diagramme und Fotos optimiert dargestellt, der Cinema Mode empfiehlt sich für echten Filmgenuß

im abgedunkelten Raum. Über den Custom Mode ist aber auch die individuelle Einstellung verschiedener Faktoren möglich – beispielsweise zur manuellen Anpassung von Helligkeit und Kontrast (16-stufige Gammakorrektur).

Der Auto Image Mode unterstützt den Anwender speziell bei der Vorführung in Räumen mit wechselnden Lichtverhältnissen. Dunkle Bildbereiche werden durch automatische Anpassung der Lampenhelligkeit optimiert. Er kann sich bequem zurücklehnen und entspannen, die Canon LV-Projektoren überwachen die optimalen Einstellungen.

Gegen störendes Bildflimmern von Videosignalen wird Progressive Scanning eingesetzt. Diese Technik sorgt für homogene Übergänge an Flächen und Kanten, reduziert die Treppenbildung an schräg verlaufenden Kanten und verbessert die Darstellung von Texten. Bildverzerrungen, die je nach Aufstellung bzw. Projektionswinkel auftreten

Preise:

LV-5210	1.999,00* EUR
LV-7210	2.899,00* EUR
LV-7215	3.299,00* EUR

können, wirkt die vertikale und horizontale Keystone-Korrektur entgegen.

Alle drei Beamer beherrschen die Fernsehnormen NTSC, PAL, SECAM und bieten einen S-Video-Eingang sowie eine moderne, digitale DVI-Schnittstelle für den PC. Durch optionale Kabel sind sogar Anschlüsse für Scart und Video-Komponenten-Eingang möglich.

Die höchste Helligkeit bringt der lichtstarke LV-7215 mit 2.500 ANSI-Lumen, im Silent-Mode 2.000. Der LV-7210 und der LV-5210 bieten im Normalbetrieb 2.000 ANSI-Lumen, im Silent-Mode 1.600.

you can
Canon

digital_scanner

Geschwindigkeit ist keine Hexerei: *CanoScan 3200F*



Preis:

CanoScan 3200F 99,00* EUR

Der neue Flachbettscanner CanoScan 3200F ist konsequent auf Tempo und maximalen Durchsatz ausgerichtet. Mit neuer Hard- und Software wird nicht nur in beeindruckender Qualität, sondern auch in sehr hoher Geschwindigkeit gescannt. Und das zu einem Preis, der auch einen schnellen Umsatz erwarten läßt.

Der neue CanoScan 3200F präsentiert sich als besonders schneller Flachbettscanner. Er erfährt eine A4-Vorlage mit 600 ppi innerhalb von ca. 15 Sekunden**, die Vorschau zeigt sich bereits nach ca. 2,6 Sekunden** am Bildschirm (**reine Scanzeit, ohne Datenübertragung zum Computer). Möglich wird dies durch neue mechanische und elektronische Baugruppen, die auf hohe Geschwindigkeit ausgelegt sind. So verkürzt ein spezieller ASIC-Controller die internen Datenwege und ermöglicht einen schnellen Datentransfer zum PC oder Mac. Ein erweiterter Pufferspeicher im Scanner, optimierte Treibersoftware

und jede Menge Feinschliff im Detail – das neue Tempo beim Scannen liegt im perfekten Zusammenspiel aller Komponenten. Für mehr Produktivität sorgt auch die QARE-Level 2-Technologie, die eine automatische, softwarebasierte Staub- und Kratzerentfernung von Aufsichtsvorlagen während des Scanvorgangs ermöglicht und auch in der Lage ist, die Farben von ausgebleichenen Fotos zu optimieren. Die Fast-Multi-Scan-Funktion erlaubt das Digitalisieren von bis zu 10 Vorlagen in einem Durchgang, wobei Lage und Ausrichtung jeder Vorlage automatisch erkannt werden. Um die Vorlagen separat erfassen zu können, ist ein Mindestabstand von 1 cm zu allen Seiten (zum unteren Rand 2 cm) erforderlich.

Mit den vier Scanbuttons sind auch die anderen Routinearbeiten schnell erledigt: entweder das Scannen und Speichern von Bildern, das Erstellen einer Kopie der Vorlage oder als PDF-Anhang zum

Versenden per E-Mail. Der CanoScan 3200F arbeitet mit einer optischen Auflösung von maximal 1.200 x 2.400 ppi und einer externen Farbtiefe von 48 Bit. Die integrierte Durchlichteinheit ermöglicht das Scannen eines einzelnen Kleinbilddias oder -negativs. Dank des Z-Scharniers lassen sich auch dickere Vorlagen wie Bücher oder Zeitschriften bequem abschnappen.

Zum CanoScan 3200F gehört auch ein umfangreiches Softwarepaket für Windows und Mac OS: Arcsoft PhotoStudio 5.5 zur Bildbearbeitung, OmniPage SE 2.0 für die Texterkennung und Ulead DVD PictureShow 2.0 SE (nur Windows) für die Erstellung von Diashows. Alles zusammen trägt dazu bei, daß die alltäglichen Arbeiten schnell und einfach erledigt werden können, aber auch Raum für Kreativität vorhanden ist. Der CanoScan 3200F verfügt über die besten Voraussetzungen, zu einem Renner zu werden.

you can
Canon

digital_drucker

Vielseitig und professionell: *Canon i905D und Canon i965*



Preis:

Canon i905D 299,00* EUR

Mit dem i905D und dem i965 präsentiert Canon zwei Tintenstrahldrucker mit 6-Farbtintensystem, die den neuen PictBridge-Standard sowie Canon DirectPrint unterstützen. Beide verfügen über eine Zusatzkassette für den bequemen Druck auf Fotopapier ohne lästigen Papierwechsel und drucken sogar auf geeigneten CDs und DVD-Medien.

Mit Auflösungen bis zu 4.800 x 1.200 (i905D) und 4.800 x 2.400 sind beide Drucker ideal für Anwender, die digital fotografieren. Einfach die DirectPrint kompatible Canon Digitalkamera anschließen – der Anschluß liegt bei beiden Druckern vorne direkt neben dem Ausgabeschacht –, Bild aussuchen und sofort drucken, ganz ohne PC. Alternativ kann auch eine zum PictBridge-Standard kompatible Kamera von Canon oder anderer Hersteller ange-



Preis:

Canon i965 299,00* EUR

schlossen werden. Per 4-in-1 Kartenadapter ist der i905D außerdem kompatibel zu den Speichermedien CF-Karte, Microdrive,

MMC, SmartMedia und MemoryStick. Über einen optionalen Adapter lassen sich zusätzlich xD-Cards nutzen. Die Auswahl der gewünschten Fotos und die Bedienung des Druckers sind leicht über das eingebaute, hochklappbare LC-Display zu erledigen.

Sowohl der i905D als auch der i965 drucken auch randlos in Postkartengröße (10 x 15 cm), auf 13 x 18 cm oder DIN A4 mit nur 2 Picolitern feinen Tintentröpfchen. Darüber hinaus sind sie mit ihrem 6-Farbtintensystem und der kostengünstigen Single Ink Technologie, bei der nur die Farbe gewechselt wird, die gerade gebraucht ist, auf kompromißlose Qualität und Wirtschaftlichkeit ausgelegt. Zudem überzeugen sie durch ihre umfangreichen Softwarepakete und die problemlose Installation unter den gängigen Windows und MC OS Versionen.

Features i905D/i965

- ▶ **Professionelle Fotoqualität** mit 4.800 x 1.200 dpi/4.800 x 2.400 dpi
- ▶ **2 Picoliter Tröpfchengröße**
Microfine Droplet Technology
- ▶ **Vollflächiger randloser Druck**
auf 10 x 15 cm, 13 x 18 cm und A4
- ▶ **Geringe Druckkosten** durch einzeln austauschbare Tintentanks
- ▶ **Direktdruck** auf kompatible CD-R und DVD
- ▶ **Großer Papiervorrat** mit 150 Blatt
- ▶ **Fotopapierkassette**
für 20 Blatt Fotopapier
- ▶ **Kamera-Direktdruck ohne PC** mit Digitalkamera oder -Camcorder: **Canon Direct Print** und **PictBridge**
- ▶ **Farbstabile Fotoausdrucke**
bis zu 25 Jahre**
- ▶ **USB-, Parallel- und Kamera-Direktdruck-Schnittstelle**

** In Verbindung mit Canon Professional Fotopapier PR-101 gemäß dem Testergebnis des unabhängigen Instituts für Lichtbeständigkeit „Wilhelm Imaging Research Inc.“

you can
Canon

Vielseitig und professionell:
i905D und i965

Geschwindigkeit ist keine Hexerei:
CanoScan 3200F

Das Beamer-Trio für alle Fälle:
**LV-5210, LV-7210
und LV-7215**

Lernen, testen und verkaufen:
Canon Academy

Multifunktional und sparsam:
**MP700 Photo und
MP730 Photo**

flash

November 2003

