### Hageling to the state of the st 11/2005 € 3,50 ISSN 1430 - 1121 34. Jahrgang 30605 http://www.foto-contact.de contact

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE



## Opus est.



#### Pro815 — 15x Zoom, 8,9cm Farbdisplay

#### Tiefer Sehen

- der Welt erste 8 Megapixel High-End-Digitalkamera mit optischem 15fach-Zoom
- Schneider-Kreuznach-Optik mit zwei asphärischen Linsen und vier ED-Gläsern
- Professionelle manuelle Einstellmöglichkeiten
- Integrierter Blitz

#### Klarer Sehen

- der Welt größter TFT-Farbmonitor mit 8,9cm Bilddiagonale und 235.000 Bildpunkten
- der Welt erster 3,66 cm TFT-Farbmonitor (115.000 Bildpunkte) auf der Oberseite für das Fotografieren in jeder Aufnahmesituation
- TFT-Sucher mit 1,12 cm Bilddiagonale und 235.000 Bildpunkten sowie Dioptrinausgleich

#### Länger Sehen

 der Welt größte Kraftreserve – Lithium-Ionen-Akku (1.900 mAh/7,4 Volt) – bis zu 500 Aufnahmen mit einer Akkuladung möglich





#### Zum Titelbild: Pentax schafft 162 Millionen Werbekontakte

Bereits zu Beginn des Jahres hatte Pentax angekündigt, sich bei der Sortimentspolitik ausschließlich auf ertragsstarke Modelle zu konzentrieren. Gleichzeitig wollte das Unternehmen mit einem



neuen Preis- und Konditionensystem für stabile Margen im Handel sorgen. Zum Weihnachtsgeschäft stellt Pentax erneut seine Partnerschaft zum Fotohandel unter Beweis: Mit einer Kampagne, in deren Mittelpunkt die aktuellen Optio Kameras S6 und WPi stehen, schafft das Unternehmen in wenigen Wochen 162 Millionen Werbekontakte.

#### Canon Expo in Paris

Vom 5. bis 7. Oktober zeigte Canon in Paris seine neuesten Produkte und Technologien und gab den rund 15.500 Fachbesuchern zudem



einen Einblick in die Strategien der Zukunft. In den kommenden Jahren will das Unternehmen nicht nur seine führende Position im Bereich Digitalkameras, Drucker und Bürolösungen ausbauen, sondern auch mit hohen Investitionen neue Geschäftsfelder erschließen. Für den Consumer

Imaging Bereich sind vor allem die neuen SED-Displays interessant, mit denen Canon ab 2007 in den TV-Massenmarkt einsteigen wird.

Seite 14

#### "Mein CeWE Fotobuch"-Gewinnspiel



Hunderte von imaging+foto-contact Leserinnen und Lesern beteiligten sich am "Mein CeWe Fotobuch"-Gewinnspiel und machten diese Gemeinschaftsaktion unserer Zeitschrift mit CeWe Color zu einem großen Erfolg. Erfolgreich war auch der Start dieses innovativen

Fotobuches beim Fotohandel: Die Zahl der in den CeWe Großlabors hergestellten Fotobücher wächst von Woche zu Woche.

Seite 20



#### imaging+foto-contact-Interview



Mit der neuen Cyber-shot R1 will Sony in die SLR-Leistungsklasse vorstoßen. Dabei setzt das Unternehmen erklärtermaßen auf den qualifizierten Fotohandel und seine Kompetenz, die außergewöhnlichen technischen Merkmale dieser Kamera überzeugend zu erklären. imaging+foto-contact hat mit Dirk Schwarz,

Senior Product Manager Digital Imaging bei Sony, über die wichtigsten Verkaufsargumente für die R1 gesprochen. **Seite 11** 

#### Imaging-Produkte auf dem Gabentisch

Noch niemals zuvor war das Angebot an Imaging-Produkten so vielfältig wie in diesem Jahr. Foto hat das Zeug, zum Hit auf dem



Gabentisch zu werden. Die Breite des Angebots bietet Geschenkideen für jede Zielgruppe. Die Digital-SLR oder komplett ausgestattete Bridgekamera, das Fotohandy-Drucker-Komplettset, digitale Bilderrahmen sowie zahlreiche Spezialprodukte

wie beispielsweise High-Tech-Ladegeräte, Fotodrucker oder Digitalprojektoren bieten dem Fotohandel beste Abverkaufschancen im Weihnachtsgeschäft 2005. **Seite 34** 

#### H. J. Blömer: Seit 50 Jahren Verleger

In diesem Jahr blickt der Gründer des C.A.T.-Verlages, Hans Joseph Blömer, auf 50 Jahre als Verleger zurück. Die berufliche Bilanz, die



der Unternehmer heute ziehen kann, wird von vielen, die ihn auf diesem Weg begleitet haben und begleiten, genauso respektiert wie die Leistungen, die er in dieser Zeit für die deutsche und internationale Fotobranche erbracht hat: Viele Millionen Exemplare von Anwender- und Fachzeitschriften, die Gründung verschiedener Verlage, erfolgreich umgesetzte Visionen und gemeisterte Krisen machten Blömer

über Jahrzehnte hinweg zu einem hochangesehenen Geschäftspartner für die Entscheider in den Chef-Etagen von Fotoindustrie und Handel. **Seite 46** 

#### Erfolgreiche Ringfoto-Hausmesse

Großer Andrang herrschte wieder einmal auf der dreitägigen Ringfoto-Hausmesse, die Ende September/Anfang Oktober an gewohnter Stelle im Kongreßzentrum Erlangen stattfand. Andrang sowohl von Mitgliedsunternehmen, die sich über neue Produkte und Dienstleistungen informieren und für das Weihnachtsgeschäft ordern wollten, aber auch von Industriepartnern und Lieferanten, von denen erneut 100 in Erlangen vertreten waren. Schon beim ersten flüchtigen Rundgang über die Hausmesse wurde deutlich, daß Zusatzsortimente immer mehr in den Blickpunkt des Handels rücken. Seien es klassische Zubehörartikel wie Alben oder Rahmen, von verschiedenen Anbietern neuerdings ergänzt durch digitale Fotobücher oder neue Sortimente wie Verbrauchsmaterialien für das Homeprinting, der von den Anbietern benötigte Platz scheint von Veranstaltung zu Veranstaltung größer zu werden. **Seite 22** 



#### Zum Titelbild

#### Editorial

In Memoriam: AgfaPhoto ...... 5

#### Wirtschaftspolitischer Kommentar

#### Industrie

Zukunftsvisionen auf Canon Expo 2005 in Paris: Cross Media Imaging ...... 14

#### Bilddienstleistungen

#### Video

Ulrich Vielmuth: Videofilme auf SD-Speicherkarte . 50

#### Handel

#### Neuheiten für Olympus E-System

Mit der E-500 hat Olympus eine weitere digitale Spiegelreflexkamera für das Olympus E-System vorgestellt. Die neue Olympus E-500 richtet sich vor allem an Semiprofis und engagierte Amateurfotografen. Ihre wichtigsten Kennzeichen sind der bereits

aus anderen Modellen bekannte Supersonic Wave Filter, der den Aufnahmechip staubfrei hält, und die Auflösung von acht Megapixeln auf einem Full Frame Transfer CCD. Die nahezu telezentrischen Objektive des E-Systems, die speziell für die digitale SLR-Fotografie konstruiert wurden, ermöglichen auch mit der neuen

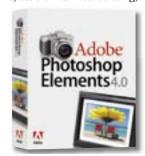


E-500 Fotos mit gleichmäßiger Schärfe und Helligkeit bis in die Bildränder. **Seite 28** 

## Adobe Photsohop Elements 4.0 und Premiere Elements 2.0

Mit Photoshop Elements 4.0 und Premiere Elements 2.0 bringt Adobe ein Software-Duo auf den Markt, das sich zur Bearbeitung,

Verwaltung und Präsentation digitaler Fotos sowie zur Erstellung eigener Videos eignet. Adobe Premiere Elements 2.0 stellt alle Werkzeuge bereit, mit denen Videos professionell bearbeitet werden können. Mit Adobe Photoshop Elements 4.0 lassen sich digitale Bilder bearbeiten. Die Software bietet neue und erweiterte Funktionen zur Bildkorrek-



tur und zahlreiche Features für die kreative Gestaltung von Fotos.

Seite 32

1 01005.	Seite 02
Kodak EasyShare Kameras im Praxistest: Im WLAN der Allianz Arena	ch –
Zubehörverkäufe zur Kundenbindung nutzer	1 <b>34</b>
GP Batteries mit breitem Ladegeräteportfolio	
H. D. Lehmann: Zurückgeblättert	<b>51</b>
Nachrichten	38, 40
imaging+foto-contact-Interview	
Dirk Schwarz, Senior Product Manager Digital Imaging bei Sony: Die wichtigsten Argument den Fotohandel	e für
Neuheiten	41, 43, 45
Sony Cyber-shot N1	
Olympus baut das E-System weiter aus	
Neue Bild- und Video-Software von Adobe	32
Personelles 60 Millionen Fotozeitschriften – H. J. Blömer: Seit 50 Jahren Verleger	46
Profi Shootings im Mietstudio	
Snootings im Mietstudio	44
Literatur	
Rechtstips	52

Klein- und Personalanzeigen .... 55, 56, 57

Impressum...... 57

Am späten Abend des 18. Oktober war das letzte Fünkchen Hoffnung, die insolvente AgfaPhoto GmbH als Gesamtunternehmen zu erhalten, erloschen: Der Gläubiger-Ausschuß lehnte das abschließende Übernahme-Angebot des britischen Unternehmens Photo-Me International (PMI), zu dem auch der Minilab-Hersteller Kis gehört, ab. Jetzt wird AgfaPhoto abgewickelt: Einzelne Teile und die Wertgegenstände werden an verschiedene Investoren verkauft. Fujifilm wird voraussichtlich die **Entwicklung und Produktion** von Großlabor-Geräten übernehmen.

Nach den Ereignissen der vorhergegangenen Wochen kam das endgültige Aus für das einstmals größte Fotounternehmen Europas nicht mehr überraschend, obwohl die Eröffnung des Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung und die vorläufige Fortführung aller Geschäftsbereiche am 1. August Anlaß zur Hoffnung gegeben hatte. Am Ende blieben zwei ernstzunehmende Interessenten übrig: Der Finanzinvestor Cerberus, der in Gemeinschaft mit dem AgfaPhoto Manager Dr. Jörk Hebenstreit vor allem

## In Memoriam: AgfaPhoto m Ende!

am Geschäftsfeld Laborgeräte interessiert war, und die britische Photo-Me International Gruppe, die das Gesamtunternehmen einschließlich der Filmund Papierproduktion erwerben wollte. Auf der ersten Gläubiger-Versammlung am 11. Oktober gab AgfaPhoto Geschäftsführer Hans-Gerd Jauch bereits bekannt, daß Cerberus sich aus den Verhandlungen verabschiedet habe. Streitpunkt waren dabei offensichtlich die Markenrechte: Sie liegen nicht in der insolventen AgfaPhoto GmbH, sondern in ihrer Muttergesellschaft, der AgfaPhoto Holding GmbH. Diese gehört mehrheitlich der Münchener NannO Beteiligungsgesellschaft unter Führung von Dr. Hartmut Emans.

Kurz nach der Gläubiger-Versammlung verließ dann auch PMI den Verhandlungstisch, nachdem Emans - so der Kölner Stadtanzeiger unter Berufung auf Unternehmenssprecher und Betriebsrat - "eine astronomische Millionensumme für eine eingeschränkte Namensnutzung verlangt hatte."

Zwar kehrte PMI am folgenden Wochenende nochmals an den Verhandlungstisch zurück und gab am 18. Oktober ein neues Angebot ab; zu retten war aber nichts mehr. Die Konditionen des von PMI übermittelten "nicht mehr verhandelbaren" Angebotes hätten sich gegenüber dem Verhandlungsstand unmittelbar vor der Gläubiger-Versammlung dramatisch verschlechtert, stellte der Gläubiger-Ausschuß in einer Pressemitteilung fest. Insbesondere die angestrebte, rechtlich zwingende Arbeitsplatz-Garantie finde sich in dem Vertragsentwurf, der daneben noch zahlreiche weitere Verschlechterungen enthalte, nicht wieder. Das sei um so erstaunlicher, so Hans-Gerd Jauch, da sich die AgfaPhoto Holding in der Frage der Marken- und Lizenzrechte deutlich bewegt habe: "An dieser Stelle hatten wir eine tragfähige Lösung."

Geholfen hat es nichts: Der vorliegende Vertragsentwurf enthalte zu viele Unzumutbarkeiten, stellte Dr. Andreas Ringstmeier als Sachwalter der Gläubiger bei der AgfaPhoto GmbH fest, um die Zurückweisung durch den Gläubiger-Ausschuß zu erklären.

#### Die Frage nach der Quote

Für die Gläubiger streben Sachwalter und Geschäftsführung eine Quote von ca. 30 Prozent an. Daran mußten und müssen sich alle Gebote messen lassen. Zum Zeitpunkt der Gläubiger-Versammlung hatte PMI noch eine Sofortzahlung von 20 Millionen Euro in bar angeboten: 12 Millionen davon für das gesamte unbewegliche und bewegliche Anlagevermögen, die verbleibenden acht Millionen als Anzahlung auf die übernommenen Vorräte, deren Kaufpreis auf 37 Millionen Euro geschätzt wurde. Die verbleibenden 29 Millionen sollten erst gezahlt werden, wenn PMI tatsächlich auf diese Vorräte zugreift. Ein nach einem eng gefaßten Zeitraum - zum Beispiel sechs Monate - verblei-



Ein Bild mit Symbolkraft: Der AgfaPhoto Stand auf der Ringfoto Messe wenige Tage vor dem endgültigen Aus menschenleer und trostlos.

#### i+fc Editorial

bender Restbestand sollte dann gegen eine geringe Pauschalzahlung übernommen werden. Der Gläubiger-Versammlung teilte Hans-Gerd Jauch deshalb mit, nach realistischer Einschätzung werde sich der verbleibende Kaufpreis für die Vorräte auf 20 Millionen Euro belaufen. Da PMI zudem beabsichtige, rund 400 Mitarbeiter zu übernehmen, ergebe sich im Vergleich mit einem anderen Szenario – der Übernahme der Großlaborgeräte-Entwicklung und -Produktion durch Fujifilm – eine Ersparnis von 8,5 Millionen Euro aufgrund von geringeren Aufwendungen für eine Beschäftigungsgesellschaft.

Insgesamt, so Jauch weiter, habe das damals beabsichtigte (aber noch nicht endgültig vorliegende) Gebot von PMI einen wirtschaftlichen Wert von 48,5 Millionen Euro gehabt. Der sollte sich aber um die von der AgfaPhoto Holding geforderte Summe für die Markenrechte vermindern, da PMI diese vom Kaufpreis abziehen wollte.

Fujifilm, so Jauch, habe dagegen zum Zeitpunkt der Gläubiger-Versammlung für die Großlabor-Technik 17,6 Millionen Euro geboten. Die Gläubiger könnten dann aber noch vom Verkauf von Sachwerten - unbewegliches und bewegliches Anlagevermögen sowie alle Fertigprodukte und Vorräte der anderen Bereiche - mit einem Buchwert von 120 Millionen Euro profitieren. Dabei sei noch abzuschätzen, ob es gelingen werde, den Differenzbetrag von 33,5 Millionen Euro zwischen den PMI- und den Fujifilm-Geboten aus diesen Buchwerten zu erlösen. Bei Fujifilm spielen die Markenrechte aus



AgfaPhoto Geschäftsführer Hans-Gerd Jauch: "Den AgfaPhoto Gesellschaften fehlt bis heute jede Struktur, ihren Geschäften eigenständig nachaehen zu können."

naheliegenden Gründen keine Rolle. Jedenfalls ist die Frage nach den Markenrechten noch nicht ausdiskutiert. Hans-Gerd Jauch in seinem Bericht zur Gläubiger-Versammlung am 11. Oktober 2005: "Das Auseinanderfallen von operativem Geschäft und Lizenz zeigt, daß die AgfaPhoto übertragenen Vermögensgegenstände ohne Lizenz nicht gut verkäuflich sind. Da die Lizenz in den Händen der AgfaPhoto Holding liegt, geht jede Lizenz-Zahlung an die Holding - wie es die Investoren angekündigt haben – direkt zu Lasten des der AgfaPhoto zufließenden Restkaufpreises. Das nährt den Verdacht, die AgfaPhoto übertragenen Vermögenswerte hätten möglicherweise von Anfang an nicht den ihr bei Einbringung zugemessenen Wert gehabt. Diesen und anderen Fragen wird im weiteren Verlauf des Verfahrens, wenn die Sanierungsbemühungen abgeschlossen sind, vertieft nachzugehen sein."

Die Tatsache, daß die der insolventen AgfaPhoto GmbH zur Verfügung stehenden Markenrechte nicht, wie man aus den Stellungnahmen von Agfa-Gevaert und AgfaPhoto zum Zeitpunkt der Unternehmensgründung lesen konnte, in der operativen Gesellschaft, sondern in der Holding angesiedelt waren, führt zur Frage nach der Rolle dieser Gesellschaft, die sich mehrheitlich im Besitz der NannO Beteiligungsholding (Führung: Dr. Hartmut Emans) befindet. Bereits unmittelbar nach Bekanntwerden der AgfaPhoto Insolvenz gab es angesichts der seinerzeit als "hervorragend" bezeichneten Kapitalausstattung des Unternehmens Gerüchte, es sei Geld verschwunden und womöglich in der Holding bzw. bei deren Gesellschaftern gelandet. Der vorläufige Insolvenzverwalter und heutige Sachwalter der Gläubiger, Dr. Andreas Ringstmeier, hatte allerdings in seinem Gutachten für das Insolvenzsolche Parolen deutlich gericht zurückgewiesen. Das bestätigte Hans-Gerd Jauch nochmals vor der Gläubiger-Versammlung.

#### Der Kaufpreis und die Holding

Anlaß zur Diskussion gibt die Holding nicht nur wegen der Debatte um die Markenrechte, sondern auch durch die "für die Gläubiger der AgfaPhoto nachteiligen Folgen" (Jauch), die sich aus der Gesellschafts- und Vertragsstruktur ergeben. Dazu muß man sich an die Übernahme des damaligen Geschäftsbereiches Consumer Imaging der Agfa-Gevaert NV erinnern: Der belgische Konzern, der diesen Geschäftsbereich wegen der hohen Verluste und der notwendigen teuren Restrukturierung verkaufen wollte, brachte im vergangenen Jahr alle diesen Bereich betreffenden Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in die mit dem gesetzlichen Mindestkapital von 25.000 Euro ausgestatte AgfaPhoto GmbH ein - im Wege einer Kapital-Sacherhöhung, durch die sich das Stammkapital um 100 (in Worten: hundert) Euro erhöhte. Gleichzeitig schrieb Agfa-Gevaert diese Werte mit einem nicht

### Auch Agfa Deutschland insolvent

Die deutsche Vertriebsgesellschaft der AgfaPhoto GmbH, die AgfaPhoto Germany GmbH, hat jetzt, wie zuvor ihre Muttergesellschaft, Insolvenzantrag gestellt. Der Antrag wurde am Nachmittag des 14. Oktober von Geschäftsführer Dr. Christian Wolf eingereicht.

Wolf ist erst seit dem 11.10.2005 Geschäftsführer der AgfaPhoto Germany GmbH. Die bisherige Geschäftsleitung unter Führung von Ingbert Schmitz hatte im Zuge des Insolvenzverfahrens der Muttergesellschaft ihre Ämter niedergelegt. Der Insolvenzantrag ist die Folge der Tatsache, daß AgfaPhoto nach dem Scheitern der Übernahme-Verhandlungen die Vertragsbeziehungen mit ihren Tochtergesellschaften abgebrochen hat. Mit Folgeinsolvenzen der Auslandsunternehmen ist daher zu rechnen – in Großbritannien ist dieser Fall schon eingetreten.

cash-wirksamen Buchverlust von 430 Millionen Euro - vor Steuern - ab und meldete ihren Aktionären: "Unter Berücksichtigung der Kredittilgung und der steuerlichen Auswirkungen ist die Veräußerung ab 2005 cash-positiv." Als Kaufpreis wurden zunächst 175 Millionen Euro vereinbart. Diese wurden aber nicht gezahlt, sondern durch Leasingverträge für Laborgeräte abgesichert. 115 Millionen Euro aus diesen Verträgen fließen in die AgfaPhoto Finance GmbH, eine Tochtergesellschaft der Holding. Hinzu kommen 60 Millionen Euro aus Leasingforderungen, die in den nationalen Tochtergesellschaften liegen – sie könnten am Ende der Insolvenzmasse der Agfa-Photo GmbH zufließen.



"Zu viele Unzumutbarkeiten", Dr. Andreas Ringstmeier, Sachwalter der Gläubiger.

Da der zunächst vereinbarte Kaufpreis noch Gegenstand verschiedener Bewertungsverfahren war, hatte er sich bereits zum Zeitpunkt der Selbständigkeit von AgfaPhoto deutlich verringert und wurde von Agfa-Gevaert einseitig auf 112 Millionen Euro festgesetzt. Dr. Hartmut Emans besteht für die AgfaPhoto Holding allerdings auf dem vertraglich festgelegten Modus zur abschließenden Kaufpreis-Ermittlung und geht von einem zutreffenden Kaufpreis von rund 20 Millionen Euro aus. Dazu stellt Hans-Gerd Jauch im Bericht für die Gläubiger-Versammlung fest:

"Während AgfaPhoto in die Insolvenz geraten ist, ist die AgfaPhoto Holding weiter über ihre Tochtergesellschaft AgfaPhoto Finance GmbH mittelbar Begünstigte von 115 Millionen Euro Leasingansprüchen. Gelingt es der AgfaPhoto Holding, den Kaufpreis in einem Schiedsverfahren entsprechend ihren Vorstellungen weiter zu senken, womöglich gar auf einen Betrag von 20 Millionen Euro, verbleibt ihr rechnerisch die Differenz zwischen dem Wert des Leasing-Portfolios der Agfa-Photo Finance von 115 Millionen Euro und jenen 20 Millionen Euro, mithin 95 Millionen Euro." Vor der Insolvenz, erläuterte Jauch, sei Emans entschlossen gewesen, diese Beiträge in die operative AgfaPhoto einfließen zu lassen. Diese Interessenidentität sei aber nach der Insolvenz entfallen.

#### Die Gründe der Insolvenz

Ausschlaggebend für den Zusammenbruch von AgfaPhoto war das Verhältnis der Holding zur operativen Gesellschaft indessen offensichtlich nicht. Aus dem Gutachten von Dr. Andreas Ringstmeier für das Amtsgericht Köln und dem Bericht zur Gläubiger-Versammlung von Hans-Gerd Jauch geht vielmehr hervor, daß eine seltsame Mischung aus unglücklichen Umständen, Fehlplanungen und problematischen Unternehmensstrukturen das Traditionsunternehmen ruinierte.

So verfügte die AgfaPhoto GmbH auch nach ihrer Ausgliederung nicht über ein eigenes Rechnungswesen, sondern war beim Geldverkehr völlig von ihrer früheren Eigentümerin Agfa-Gevaert abhängig. Die vertraglich festgelegten Abrechnungsprozesse zwischen Agfa-Gevaert, den nationalen AgfaPhoto Tochtergesellschaften und AgfaPhoto selbst waren unglaublich kompliziert. Hans-Gerd Jauch im Bericht für die Gläubiger-Versammlung: "Den Agfa-Photo Gesellschaften fehlt bis heute jede Struktur, ihren Geschäften eigenständig nachgehen zu können. Es blieb Aufgabe der Agfa-Gevaert Tochtergesellschaften, die allein über die EDV und die buchungstechnischen Voraussetzungen verfügten, den Vertrieb des Fotogeschäftes weltweit weiter im eigenen Namen und mit Hilfe ihrer Systeme fortzuführen – im Innenverhältnis je nach den landesrechtlichen Gegebenheiten teils auf Rechnung der AgfaPhoto Tochtergesellschaften, teils als deren rechtsgeschäftlicher Vertreter. Die Trennung siamesischer Zwillinge scheint kaum weniger kompliziert oder aussichtsreicher - der

#### JIRD FOR YOUR BEST IMAGE

#### Sind Sie bereit für den nächsten Schritt?

GIGA VAPRO



Mobiler Fotospeicher mit Profi-Anspruch 40/60 GB

- > Verify
- > Staub-Detektor
- > RAW Decoding
- > Touchscreen
- > Wi-Fi kompatibel
- WWW.JOBO.COM

Agfa-Gevaert-Zwilling behielt Herz und Lunge, der von einer wenig vermögenden Mutter adoptierte Agfa-Photo-Zwilling sollte sich – bettlägerig vom ersten Tag an – aus eigener Kraft kurzfristig eine Herz-Lungen-Maschine für sein Weiterleben besorgen. Der Ausgliederungsprozeß ist in 116 Einzelschritten beschrieben. Der Umfang der Vertragstexte – acht Leitz-Ordner ohne Anlagen – spricht im wahrsten Sinne des Wortes Bände. Mag der Jurist auch sagen, Komplexität dürfe kein Hindernis darstellen – hier war sie jedenfalls eines."

#### Fehleinschätzung des Marktes

Hinzu kamen offensichtlich gravierende Fehleinschätzungen des Managements über die Absatzmöglichkeiten der AgfaPhoto Produkte auf dem Fotound Imaging-Markt. Dazu nochmals Jauch: "Die Fotosparte von Agfa hatte ihren Gesamtumsatz in den Jahren 2000 bis 2004 von 1,285 Millionen Euro auf 693 Millionen Euro glatt halbiert. Die Planung für die auszugliedernde AgfaPhoto sah demgegenüber für 2005 eine Trendumkehr, nämlich eine reichlich 5%ige Steigerung des Gesamtumsatzes auf 729 Millionen Euro, vor, die nahezu vollständig aus einer 25%igen Umsatzsteigerung bei den Laborgeräten erwachsen sollte. Tatsächlich fiel der Gesamtumsatz in

den ersten fünf Monaten des Jahres 2005 in einem Maß, daß es auf das ganze Jahr betrachtet kaum für einen Umsatz von 600 Millionen Euro gereicht hätte. Im Verhältnis zur opti-

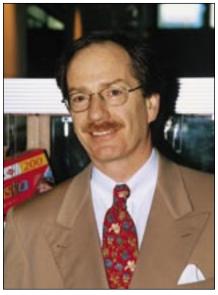
#### i+fc Editorial

mistischen Planung für 2005 betrug die Abweichung nach unten knapp 25 Prozent vom Gesamtumsatz und 35 Prozent bei dem Umsatz mit Laborgeräten. Statt eines geplanten Verlustes von 5,2 Millionen Euro in den ersten fünf Monaten betrug der Verlust 37,2 Millionen Euro."

Als dann Agfa-Gevaert im Frühjahr begann, Zahlungen an AgfaPhoto Gesellschaften einzubehalten, um eigene Ansprüche aus den höchst unübersichtlichen Finanz-Transaktionen zu befriedigen, ergab sich schnell ein Liquiditätsproblem, das zur Insolvenz führte. Denn die vorhandene Kreditlinie konnte nicht mehr genutzt werden: "Die der AgfaPhoto Gruppe übertragenen hohen Vermögenswerte hätten zwar rechnerisch eine Kreditaufnahme erlaubt, mangels eigenen Rechnungswesens sah sich AgfaPhoto jedoch nicht in der Lage, die formellen Voraussetzungen einer solchen Kreditaufnahme zu schaffen. Eine Inanspruchnahme der KBC-Linie kam, da sie unzureichend gewesen wäre, die Liquiditätskrise dauerhaft zu überwinden, aus Haftungsgründen zu diesem Zeitpunkt nicht mehr in Frage." (Jauch)

#### Nur noch Geschichte

Der Blick auf die Gründe der Insolvenz hilft dem zusammengebrochenen Unternehmen allerdings nicht mehr, sondern hat nur noch historischen Wert. Am Ende bleibt die bittere



Dr. Hartmut Emans, über seine NannO Beteiligungsholding Mehrheitsgesellschafter der Agfa-Photo Holding

Erkenntnis, daß der ehemals größte Fotohersteller Europas ein beklagenswertes Ende genommen hat. Damit wird die Foto- und Imaging-Branche ärmer – noch ärmer werden natürlich die Mitarbeiter, von denen sich viele bis zuletzt für den Erhalt des Unternehmens eingesetzt haben. Viele von ihnen fühlen sich angesichts der ans Licht gekommenen Tatsachen betrogen: Denn zum Zeitpunkt des Übergangs ihrer Arbeitsverträge von Agfa-Gevaert auf die AgfaPhoto GmbH war ihnen ein gesundes Unternehmen versprochen worden. So heißt es in dem Brief der alten und neuen

Geschäftsleitung und der Gesellschafter an die damaligen Agfa-Gevaert Mitarbeiter des Geschäftsbereiches Consumer Imaging: "AgfaPhoto GmbH übernimmt das Vermögen von CI. Hierzu gehören insbesondere Produktionsanlagen, Markenzeichen, Patente und technologisches Know-how, Vorräte und Forderungen... Das Unternehmen wird mit einem guten Eigenkapital ausgestattet und verfügt über hohe Liquidität, um erwartet auftretende Risiken bewältigen, in neue Geschäfte investieren und Marktchancen besser nutzen zu können." Alle aus den Dienstjahren bei Agfa-Gevaert erworbenen Ansprüche sollten erhalten, die bestehenden Betriebsvereinbarungen unverändert bleiben. Kein Wunder, daß fast alle ehemaligen Agfa-Gevaert Mitarbeiter mit dem Übergang ihrer Arbeitsverträge einverstanden waren. Denn in dem Brief hieß es auch: "Im Falle eines Widerspruchs müssen Sie deshalb damit rechnen, ihren Arbeitsplatz ohne jede finanzielle Leistung zu verlieren. Außerdem sind bei einer eventuellen Arbeitslosigkeit nach einem Widerspruch Ihre Ansprüche auf Leistungen der Agentur für Arbeit in Frage gestellt."

Jetzt klagen einige Mitarbeiter nachträglich gegen den Übergang ihrer Verträge – einzelne haben sogar Strafanzeige gegen die Verantwortlichen wegen Betruges erstattet. Was auch immer dabei herauskommen mag: Es wird auch nur noch Geschichte sein. Th. Blömer

## Wie es weitergeht...

... ist zum Zeitpunkt der Drucklegung dieser imaging+foto-contact Ausgabe weitgehend offen. Unser Artikel gibt den Sachstand am 25. Oktober wieder.

An diesem Tag erklärte Hans-Gerd Jauch dem imaging+foto-contact, Film und Papier befänden sich in der Auslaufproduktion – bestehende Aufträge werden gegen Vorkasse produziert – und sollten im Laufe des Monats November auslaufen. Die letzte Konfektionierung im Werk sei für den Dezember geplant.

Für das Geschäft mit Großlabor-Geräten gebe es erwartungsgemäß mehrere Interessenten, darunter Fujifilm. Eine Entscheidung sei kurzfristig zu erwarten. Das gelte auch für den Service und die Ersatzteilfertigung für die Minilabs. Hier sei eine Entscheidung besonders dringlich, betonte Jauch, da den Betreibern von Agfa Minilabs zur Zeit kein Service angeboten werden könne. Aufsichtsrat und Gläubiger-Ausschuß seien sich dieser Problemlage bewußt und würden kurzfristig entscheiden. Dabei war Jauch sicher, daß eine Lösung gefunden werden könne – sie könnte unter Umständen mit einer Fortführung der Produktion von Fotochemie kombiniert werden. Auf diese Weise könnten am Standort Vaihingen 40 Arbeitsplätze erhalten bleiben.

Aktuelle Informationen finden unsere Leser auf der Internetseite www.worldofphoto.de. Über den neuesten Stand der Dinge informieren wir die Abonnenten unseres Newsletters imaging+fotocontact online zeitnah und ausführlich. imaging+foto-contact Abonnenten können diesen Newsletter kostenlos mit einer E-Mail an newsifc@cat-verlag.de anfordern.



Denn FUJIFILM bietet alles rund ums Foto aus einer Hand.



## Kamera und digitales Album:

# Sony/



## Cyber-shot N1

Die neue Sony Cyber-shot N1 markiert den Start einer neuen Kamerafamilie in der Kompakt-klasse: Mit Abmessungen von 96,6 x 61,1 x 24,4 mm ist sie nicht ganz so kompakt wie die Modelle der T-, aber deutlich kleiner als die W-Serie. Neben 8,1 Megapixel Auflösung ist vor allem das Display bemerkenswert: Es nimmt mit einer Diagonale von 3 Zoll (7,6 cm) fast die gesamte Kamerarückseite ein.

Mit einer Auflösung von 230.000 Pixeln und Sonys "Clear Photo LCD Plus"-Technologie bietet das Display nicht nur alle Voraussetzungen für zuverlässige Beurteilung der Motive und der aufgenommenen Bilder, sondern



Das große Display ermöglicht als Touchscreen eine besonders einfache Bedienung der Kamera.

ermöglicht als Touchscreen auch eine besonders einfache Bedienung der Kamera. Einstellungen und Funktionen werden mit einem Fingerdruck auf den Monitor ausgewählt. So reicht es bei "Free Spot Autofokus" aus, mit der Fingerspitze auf dem Display das Motiv anzutippen, auf das die Kamera scharfstellen soll. Mit einem Carl Zeiss Vario-Tessar-Objektiv mit

einer Brennweite von 38–114 mm (KB äquivalent) und elektronischem Verwacklungsschutz soll die Kamera auf unkomplizierte Weise gelungene Aufnahmen garantieren. Das integrierte Pocket Album speichert bis zu 500 Fotos: und zwar als Kopie der Originalaufnahme in VGA-Auflösung (640 x 480 Pixel) im 32 MB großen internen Bildspeicher. So hat man seine Fotos immer dabei. Die Bilder werden nach



Das integrierte Pocket Album speichert bis zu 500 Fotos, die automatisch nach Aufnahme-Datum sortiert werden.

Aufnahme-Datum geordnet und können deshalb leicht gefunden werden. Über den AV-Anschluß und das im Lieferumfang enthaltene Kabel können die Fotos auch als Diaschau auf dem Fernseher abgespielt werden. Dazu stehen vier Übergangseffekte und verschiedene Layouts zur Verfügung; sie sind mit vier Hintergrundmelodien kombinierbar. Auf Wunsch können diese durch frei wählbare MP3 Musik-Dateien bis zu einem Umfang von



6 MB ersetzt werden. Schließlich gibt es für kreative Fotografen noch die "Paint-Funktion": Mit Hilfe eines mitgelieferten Eingabestiftes können auf dem Display Schrift, Zeichnungen oder vorgefertigte Grafiken in jedes Bild eingefügt werden.

Ein weiteres bemerkenswertes Ausstattungsdetail ist die 16:9 Funktion:

Die Breitband-Bilder hält die Kamera in der 2 Megapixel großen HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixel fest, so daß sie auf einem High Definition Fernseher formatfüllend wiedergegeben werden können.

Die Vorderseite der neuen Kamera ist silberfarbig, die Rückseite schwarz; das bewirkt einen angenehmen Rahmeneffekt für das Display. Als Zubehör bietet Sony unter anderem verschiedene Taschen, ein Tauchgehäuse und die Cyber-shot Station (UVP: 85,- Euro) zum einfachen Überspielen der Fotos auf den PC oder Fernseher und zur besonders schnellen Akkuladung an. Die Cyber-shot N1 kommt Mitte November 2005 auf den Markt.

# Sony setzt beim Vertrieb der Cyber-shot R1 auf den Fotohandel Die wichtigsten Argumente

Mit der neuen Cyber-shot R1 (siehe imaging+foto-contact 10/2005, S. 12) will Sony in die SLR-Leistungsklasse vorstoßen. Dabei setzt das Unternehmen erklärtermaßen auf den qualifizierten Fotohandel und seine Kompetenz, die außergewöhnlichen technischen Merkmale dieser Kamera überzeugend zu erklären. imaging+foto-contact hat mit Dirk Schwarz, Senior **Product Manager Digital Imaging** bei Sony, über die wichtigsten Verkaufsargumente für die Cyber-shot R1 gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Schwarz, Sony versteht sich heute als starker Partner des Fotohandels. Wie ist Ihre derzeitige Position auf dem Digitalkamera-Markt?

Dirk Schwarz: Die Position von Sony im Digitalkamera-Markt in Deutschland hat sich in den vergangenen Jahren sehr positiv entwickelt. Wir sind inzwischen die Nummer 2 im Gesamtmarkt und haben im Fotohandel viele etablierte Kamerahersteller hinter uns gelassen.

imaging+foto-contact: Mit welchen Modellen waren Sie in diesem Jahr besonders erfolgreich?

Dirk Schwarz: Unser Top-Modell in diesem Jahr war und ist die Cyber-shot



#### Interview mit Dirk Schwarz, Senior Product Manager Digital Imaging bei Sony

T7. Diese Digitalkamera setzt mit ihrem exklusiven Design und ihren extrem kompakten Abmessungen Maßstäbe. Die Cyber-shot T7 ist vor allem im Fotofachhandel sehr erfolgreich, da dieser in der Lage ist, solche hochwertigen Kameras besonders gut zu verkaufen. Sehr beliebt sind außerdem die Cyber-shot W17, Cyber-shot W15 und Cyber-shot S60, die wir exklusiv in besonders qualifizierten Vertriebskanälen, also dem Fachhandel, vermarkten.

imaging+foto-contact: Welchen Stellenwert hat der Fotohandel in Ihrer Vertriebs-strategie?

Dirk Schwarz: Der Fotofachhandel hat bei Sony einen hohen Stellenwert, da uns bewußt ist, daß er der beste Partner ist, um unsere hochwertigen Produkte zu verkaufen – in der Zukunft noch mehr als heute.

imaging+foto-contact: Sie haben mit der Sony Cyber-shot R1 ein besonders gut ausgestattetes Digitalkamera-Modell auf den Markt gebracht, mit dem Sie nach eigener Aussage in die Leistungsklasse von Spiegelreflex-Kameras vorstoßen wollen. Welche Zielgruppe haben Sie für diese Kamera im Visier?

Dirk Schwarz: Bereits mit der erfolgreichen Cyber-shot F828 haben wir Amateurfotografen angesprochen, die die Vorteile der Digitalfotografie vollständig nutzen wollen und gleichzeitig auf eine besonders hohe Bildqualität Wert legen. Mit der neuen Cyber-shot R1 setzen wir dieses Konzept konsequent fort, indem wir dieser Ziel-



Die Sony Cyber-shot RI soll zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 949,- Euro die Vorteile der Digitaltechnik mit dem Leistungsprofil von Spiegelreflexkameras verbinden.

#### i+fc Interview

gruppe nun die neueste Kamera- und Digitaltechnik zugänglich machen. Die R1 richtet sich besonders an ambitionierte Amateurfotografen, die bewußt digital fotografieren wollen, ohne dabei die bei der Spiegelreflextechnik unausweichlichen Kompromisse machen zu müssen.

#### imaging+foto-contact: Welche Kompromisse meinen Sie?

Dirk Schwarz: Bauartbedingt ermöglichen die digitalen Spiegelreflexsysteme keine Bildkontrolle über den Monitor vor der Aufnahme. Zudem besteht beim Objektivwechsel immer die Gefahr, daß Staub in die Kamera eindringt. Dabei will ich nicht bestreiten, daß man mit digitalen Spiegelreflexkameras tatsächlich hervorragende Aufnahmen machen kann und es einige weitere Vorteile dieses Systems gibt. Das ist ja der Grund dafür, daß sich besonders Konsumenten für diese Systeme interessieren, die bereits ein analoges SLR-Modell besitzen und ihre Objektive weiter verwenden wollen. Die Cyber-shot R1 dagegen richtet sich sozusagen an den 100prozentig "digitalen" Konsumenten, der nur das Beste möchte, aber enttäuscht ist, daß er bei einer Aufnahme mit einer D-SLR den Monitor nicht verwenden kann. Dieser Zielgruppe bietet Sony mit der R1 höchste Kamera-Leistung und Bildqualität.

#### imaging+foto-contact: Welche Argumente sollten im Verkaufsgespräch hervorgehoben werden?

Dirk Schwarz: Die wichtigsten Merkmale der Cyber-shot R1 sind der große Sensor-Chip im Format 21,5 x 14,4 mm mit 10,3 Millionen Pixeln, der Real Imaging Prozessor und natürlich das ausgezeichnete Vario Sonnar T\* Zoomobjektiv von Carl Zeiss.

Diese Komponenten sind sorgfältig aufeinander abgestimmt und gewährleisten darum höchste Bildqualität. Dabei bleiben alle Vorteile der Digitalfotografie, insbesondere die vorherige Bildkontrolle über den Monitor, voll erhalten. Zudem ermöglicht das schwenkbare Display der Cyber-shot R1 auch dann eine bequeme Auswahl des Bildausschnittes, wenn aus ungewöhnlichen Blickwinkeln, wie zum Beispiel über Kopf oder aus der Froschperspektive, fotografiert wird.

imaging+foto-contact: Trotz des großen Zoombereiches stößt die Flexibilität der R1 aber im Vergleich mit Spiegelreflexkamera-Systemen an Grenzen.

Dirk Schwarz: Das ist zwar im Prinzip richtig, aber durch das Angebot an Objektiv-Konvertern für den Weitwinkel- und Telebereich von 19-204 mm haben wir diese Grenzen weit herausgeschoben. Ich wage deshalb die Aussage, daß wir den Anwendern der Cyber-shot R1 einen Brennweitenbereich anbieten, der problemlos mit dem Schritt hält, was die ganz überwiegende Mehrheit der Spiegelreflexfotografen mit den gängigen Objektiven für Systemkameras realisieren kann. Dabei bieten die Objektivvorsätze den klaren Vorteil, daß bei ihrer Montage kein Staub in das Kameragehäuse eindringen kann. Das sind gute Verkaufsargumente, mit denen der Fotohandel seine Kundinnen und Kunden überzeugen kann.

## imaging+foto-contact: Nun ist die Cybershot R1 nicht gerade billig. Wie kann der Fotohandel den Preis für die neue Kamera rechtfertigen?

Dirk Schwarz: Auch bei Digitalkameras hat Qualität ihren Preis. Aber die R1 bietet als Gesamtpaket mit ihrer Carl Zeiss Qualitäts-Optik ein sehr

Die wichtigsten Verkaufsargumente sofort zur Hand



Zur Unterstützung des Verkaufspersonals hat Sony die wichtigsten Argumente für die Cyber-shot R1 in einem handlichen Booklet zusammengefaßt. Es paßt problemlos in jede Tasche und ist daher beim Kundengespräch sofort zur Hand. Die praktische Verkaufshilfe steht dem Fotohandel kostenlos zur Verfügung. Zur Anforderung reicht eine formlose Email an cyber-shot@eu.sony. com.

gutes Preis-/Leistungs-Verhältnis, wenn man bedenkt, daß bei einer D-SLR noch eine hohe Zusatz-Investition für Objektive notwendig ist, um eine gleiche Qualität und Flexibilität zu erreichen. Gerade deshalb setzen wir beim Vertrieb der Cyber-shot R1 auf den qualifizierten Fotohandel, der in der Lage ist, die Vorzüge dieses Produktes zu erklären. Die hohe Wertschöpfung, die diese Kamera für unsere Handelspartner bietet, kann dabei durch das konsequente Angebot von Zubehör noch deutlich gesteigert werden. Das ist genau das, was der Fotohandel braucht, um auch im Kamerageschäft wieder Geld zu verdienen.

## imaging+foto-contact: Welche Unterstützung bietet Sony dem Fotohandel speziell für den Verkauf der Cyber-shot R1 an?

Dirk Schwarz: Noch vor, aber vor allem auch nach der Markteinführung werden wir Verkäufer-Trainings anbieten. Darüber hinaus stellen wir verschiedene unterstützende Unterlagen für das Verkaufspersonal zur Verfügung und bieten auf unserer Website www. sony.de gezielte Produktinformationen, zum Teil interaktiv, für Verkäufer und Endkunden gleichermaßen. Außerdem sorgen wir mit einer Anzeigen-Kampagne in verschiedenen Fachmagazinen für Nachfrage bei den Konsumenten. Mit besonders engagierten Fotofachhändlern organisieren wir auch Endverbraucher-Seminare.

imaging+foto-contact: Welche anderen Modelle der Sony Cyber-shot Palette sollte der Fotohandel Ihrer Meinung nach in den Mittelpunkt des Weihnachtsgeschäftes stellen, um Produkte für alle wichtigen Zielgruppen anbieten zu können?

Dirk Schwarz: Die gerade neu vorgestellte Cyber-shot N1 ist ein sehr interessantes Produkt für das Weihnachtsgeschäft: 3,0 Zoll Touchscreen, Pocket-Album, Bilder-Musikshow, elektronischer Verwacklungsschutz und 8,1 Megapixel Auflösung heben diese Kamera deutlich vom grauen Allerlei in der Kompaktklasse ab. Weiterhin sind aber natürlich auch die Kanalmodelle Cyber-shot W15 und W17 äußerst interessante Kameras für das anstehende Weihnachtsgeschäft im Fotohandel.

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

## 365 Tage aktuell

Das persönliche und individuelle Geschenk mit 12-monatiger Präsenz.



### Fujicolor Foto-Kalender

- Echtes Fotopapier
- Maximale Motivgrößen
- Format 20 x 30 und 30 x 45, Querformat
- Hinzufügen von Bildunterschriften und Kalendertitel
- ▼ Diverse Hintergründe zur Auswahl



Zu bestellen unter www.fujicolor-order.net





Vom 5. bis 7. Oktober zeigte Canon in Paris seine neuesten Produkte und Technologien und gab den rund 15.500 Fachbesuchern zudem einen Einblick in die Strategien der Zukunft. In den kommenden Jahren will das Unternehmen nicht nur seine führende Position im Bereich Digitalkameras, Drucker und Bürolösungen ausbauen, sondern auch mit hohen Investitionen neue Geschäftsfelder erschließen. Für den Consumer Imaging Bereich sind vor allem die neuen SED-Displays interessant, mit denen Canon ab 2007 in den TV-Massenmarkt einsteigen will.

ie Canon Expo 2005, die außer in Paris auch in New York und Tokyo stattfand, markiert das Ende der zweiten Phase des Excellent Global Corporation Plans, mit dem Präsident/CEO Fujio Mitarai seit seiner Amtsübernahme 1995 das Unternehmen auf globalen Digitalkurs bringen will. Vor zehn Jahren sah die Welt noch weitgehend anders aus: Das Internet war fast unbekannt, und die Digitalfotografie - und damit auch der Fotodruck - steckten in den Kinderschuhen. Die erste Phase des Plans - von Anfang 1996 bis Ende 2000 - stand im wesentlichen im Zeichen der Neuorganisation der internen Struktuwurde deutlich verschlankt, die Produktion erheblich effizienter gestaltet und die Schuldenlast gedrückt.

In den folgenden fünf Jahren brachte Canon dann ein digitales Produkt nach dem anderen auf den Markt und gestaltete so die Digitalisierung von Bildaufnahme, Druck und Büro-Organisation federführend mit. Dabei stieg der Umsatz des Unternehmens in den letzten zehn Jahren von umgerechnet 15,5 Milliarden Euro auf knapp 25 Milliarden Euro, und



Mit den neuen SED-Displays will Canon im Bereich digitales Fernsehen eine führende Rolle spielen.

ren von Canon: Das Unternehmen

zwar mit verbesserten operativen Gewinnspannen und erfreulichen Unternehmensergebnissen.

Im Consumer Imaging Bereich übernahm Canon nicht nur die Führungsrolle im Digitalkamera-Markt und begründete in den vergangenen zwei Jahren den Massenmarkt für digitale Spiegelreflex-Kameras, sondern machte auch den Direktdruck digitaler Fotos ohne PC möglich und initiierte den Branchenstandard "PictBridge".

Die nächsten fünf Jahre werden nach Ansicht von Fujio Mitarai vor allem im Zeichen digitaler Netzwerke stehen, mit denen die verschiedenen Produktkomponenten untereinander verbunden werden. In diesem Prozess, einen einfachen Austausch von (Bild-)Informationen zwischen verschiedenen Geräten zu ermöglichen, will Canon eine führende Rolle spielen. "Bislang haben wir den Übergang von analogen zu digitalen Produkten in unserem



Canon President/CEO Fujio Mitarai: "Das digitale Fernsehen wird zu einer tragenden Säule für Canon werden."

gesamten Portfolio erfolgreich gestaltet und den Konsumenten mit jedem neuen Produkt einen echten Mehrwert angeboten", erklärte Mitarai. "In den kommenden Jahren werden wir unsere wegweisenden digitalen Technologien miteinander vernetzen und damit eine völlig neue Welt des Digital Imaging schaffen."

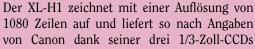
#### **SED-Displays**

Konzentrierte sich Canon bislang in den Bereichen Aufnahme und Wiedergabe vornehmlich auf Kameras und Drucker, sollen in Zukunft auch Displays eine größere Rolle spielen. Dabei setzt das Unternehmen auf die selbstentwickelte SED (Surfaceconduction Electron-emitter Display)-Technologie. Bei diesen Displays wird jedes Pixel einzeln angesteuert und in Verbindung mit Canon Bildverarbeitungstechnologien eine besonders hohe Bildqualität erreicht – und das bei deutlich geringerem Stromverbrauch als bei Plasma- oder LCD-Bildschirmen. "Seit fast 20 Jahren arbeiten wir an dieser Technologie", erläuterte Mitarai. "Mit Toshiba haben wir jetzt einen idealen Partner gefunden, um die Produktion und Vermarktung von SED-Bildschirmen auf breiter Basis zu starten. Gemeinsam mit Toshiba investieren wir darum 1,3 Milliarden Euro in eine neue Fabrik, in der ab 2007 rund 75.000 TV-Bildschirme pro Monat produziert werden." Bis zum Jahr 2010 soll die Kapazität sogar auf drei Millionen Geräte pro Jahr steigen. "Wir haben große Pläne für das Geschäft mit dem digitalen Fernsehen", betonte Mitarai. "Dieser Bereich wird zu einer tragenden Säule für Canon werden."

Das gilt auch für den Bereich Bildaufnahme: In Paris wurde erstmals der neue HDV Camcorder Canon XL-H1 gezeigt, der Videosequenzen im HD-Format 1080/50i und 25f auf Mini-DV-Kassette aufzeichnet und als Gerät der ersten Generation zunächst für Profis und besonders ambitionierte Amateure gedacht ist. "In Zukunft werden SED-Displays in den Wohnzimmern der Verbraucher als Fenster zu Bildern und Informationen dienen und kabellos mit Digitalkameras, digitalen Camcordern, Druckern und anderen Imaging-Geräten verbunden werden", sagte Mitarai voraus. "Digitale Fotos und Videofilme können in elektronischen Alben in einem Netzwerk gespeichert werden, damit die Konsumenten sie auf einem SED-Bildschirm anschauen oder mit einem unserer Drucker direkt printen können." Die Aufnahme dieser Bilder soll dabei in Zukunft noch einfacher werden: Für Digitalkameras plant Canon eine "Smile Shot" Funktion, die den

#### Canon bringt ersten HDV-Camcorder

Canon hat den ersten Camcorder für den hochauflösenden Fernseh-Standard vorgestellt. Der Canon XL-H1 zeichnet Video-Sequenzen im HD-Format 1080/50i und 25f auf Mini DV-Kassette auf. Mit einem empfohlenen Verkaufspreis von 9.149,- Euro ist er für Profis und besonders ambitionierte Amateure gedacht.





mit je 1,67 Megapixeln die höchste Pixelauflösung in der HDV-Camcorderklasse. Die Signale können auch im üblichen SD-DV-Standard wiedergegeben werden. Dank paralleler Datenverwaltung kann der neue Digic DV II-Prozessor simultan mit der Videoaufnahme auch 2-Megapixel-Fotos auf eine SD-Speicherkarte ablegen.

Wie das bereits 1997 eingeführte Profi- und Semiprofi-Gerät XL1 wurde auch bei dem neuen HDV-Camcorder das erfolgreiche Wechselobjektiv-Konzept beibehalten. Mit dem neuen Camcorder bringt Canon ein neues 20fach-Fluorite-Zoom-Objektiv heraus: Das XL 5.4–108 mm L IS II verfügt über einen Ultraschallmotor, einen optischen Bildstabilisator und reduziert dank neuer SR-Linsenvergütung Streulichteffekte und chromatische Aberrationen deutlich. Als Signalausgang steht für professionellen Einsatz auch ein HD/SD-SDI Ausgang zur Verfügung, der alle Signale auch live ausgibt. In Verbindung mit dem eingebauten Gen-Lock-Synchronisationsanschluß und dem TimeCode Ein-/Ausgang integriert sich die Kamera problemlos in vorhandene Studio-Umgebungen.

Der XL-H1 kann auf PAL oder NTSC sowie für die Aufzeichnung von Kinosequenzen auf 24 Bilder pro Sekunde umgestellt werden. Diese Einstellungen müssen bei Bedarf in einem Canon Servicecenter einmalig gegen Kostenbeteiligung durchgeführt werden.

Der neue Canon XL-H1 HDV-Camcorder wird ab Dezember erhältlich sein.

#### i+fc Industrie

Verschluß genau in dem Moment auslöst, wenn das Motiv lächelt, und mit einer "Tracking" Funktion sollen bewegte Objekte so eingefangen werden, daß man genau den richtigen Moment auf einem Foto festhalten kann. Diese und weitere neue Technologien sollen Canons Führungsposition auf dem weltweiten Digitalkamera-Markt sichern, für den Mitarai auch für die Zukunft mit Wachstum rechnet: Im Jahr 2008 sollen nach seiner Einschätzung 100 Millionen Digitalkameras verkauft werden. Davon will sich Canon einen Anteil von mindestens 25 Prozent sichern.

Ähnliches gilt für den Inkjet-Fotodruck: In den kommenden Jahren soll Canons "Fine" Technologie weiter verbessert werden, um die Qualität der Bildergebnisse und die Geschwindigkeit der Drucker zu erhöhen.

#### Neue Geschäftsfelder

Auch seine Position in der Büroorganisation will Canon ausbauen und zudem weitere Geschäftsfelder erschließen. Besondere Chancen rechnet man sich dabei in der wachsenden Bedeutung des Digitaldruckes aus. In diesem Segment hob Canon in Paris die neue Marke Canon Image Press aus der Taufe, um die erfolgreiche CLC-Produktfamilie im High-End-Bereich zu ergänzen. Zudem will Canon sein Engagement in der Medizintechnik verstärken und auch in Bio- und Nanotechnologie investieren. Dabei gehört das Unternehmen bereits heute zu den weltweiten Spitzenreitern in Sachen Innovation: In den vergangenen zehn Jahren meldete Canon allein in den USA mehr als 17.000 Patente an – nur IBM brachte es auf noch mehr. In den kommenden Jahren soll der Etat für Forschung und Entwicklung, der im vergangenen Jahr mit zwei Milliarden Euro bei rund acht Prozent des Umsatzes lag, auf 3,5 Milliarden Euro steigen. 1,5 Milliarden Euro davon sollen in Grundlagenforschung investiert werden.

#### Schlüsselmarkt Europa

Auf der von Canon Europe organisierten Canon Expo in Paris wurde die Bedeutung des europäischen Marktes deutlich. Im vergangenen Jahr erreichte der Europa-Umsatz von Canon mit mehr als acht Milliarden Euro einen

#### Neuer Geschäftsführer bei Canon Deutschland

Dr. Roderich Graf von Stomm, Geschäftsführer und Präsident der Canon Deutschland GmbH, Krefeld, zieht sich in den Funktionen als Geschäftsführer und Präsident zum Ende dieses Jahres zurück. Sein Nachfolger wird der derzeitige Geschäftsführer von Canon Italien, Jeppe Frandsen. Dr. Stomm arbei-

tet bereits seit 1985 als Präsident und Geschäftsführer für den Canon Konzern. Vor seiner Tätigkeit in Deutschland hatte er den Aufbau der Vertriebsniederlassung in Österreich sowie die Gründung der Canon East Europe Holding und ihrer zahlreichen Tochterfirmen erfolgreich vorangetrieben. Anfang 1999 übernahm er als Nachfolger von Hajime Tsuruoka, dem heutigen Europa-Präsidenten, die Geschäftsführung von Canon Deutschland, um die Entwicklung des Unternehmens zum Solutions Provider zu forcieren. Zusätzlich zu dieser Funktion wurde er zu Beginn des Jahres 2002 zum Executive Vice President und



Jeppe Frandsen

Head of Shared Services von Canon Europa N.V. benannt. Als Leiter des Bereiches Shared Services zeichnete er verantwortlich für die Implementierung des paneuropäischen Beschaffungswesens und der Logistik. Er steht dem Konzern für Sonderprojekte weiterhin zur Verfügung. Jeppe Frandsen ist bereits seit 1999 für Canon tätig.

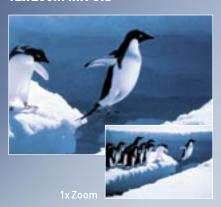
Im Januar 2004 übernahm er die Geschäftsführung von Canon Italien. In seiner zweijährigen Tätigkeit bei der italienischen Niederlassung war er für die Reorganisation des Unternehmens mit 500 Mitarbeitern im Hinblick auf eine einheitliche europäische Struktur verantwortlich. Gemeinsam mit dem lokalen Management-Team hat er die Vertriebskanäle neu strukturiert und damit die Position von Canon im italienischen Markt deutlich gestärkt. Zuvor war Frandsen bei Canon Dänemark zunächst als Leiter des Geschäftsbereiches Canon Business Solutions verantwortlich, später wurde er zum Geschäftsführer der dänischen Niederlassung ernannt. In dieser Funktion war er für die strategische Führung sowie die Entwicklung des Unternehmens zum Solutions Provider und für die Leitung von 450 Mitarbeitern verantwortlich. Zu Beginn seiner beruflichen Laufbahn arbeitete Frandsen als Managing Director für den Büroartikelhersteller Esselte Meto sowie als Country Manager für Agfa-Gevaert. Neben seiner neuen Funktion als Geschäftsführer wird er wie sein Vorgänger als Country Manager für den Geschäftsbereich Canon Business Solutions fungieren.

Anteil von einem Drittel am Gesamtumsatz der Gruppe. Damit steht der Kontinent an der Spitze aller Canon Regionen. Von der Erweiterung der EU erwartet Mitarai einen neuen Wachstumsschub, "Mit 460 Millionen Einwohnern und einem Wirtschaftsvolumen von zehn Trillionen Euro ist die EU heute größer als die Wirtschaft der USA", betonte Mitarai. Um diesen Markt optimal bedienen zu können, hat Canon Europe eine pan-europäische Organisation geschaffen, die die Strategien des Unternehmens schnell und wirksam umsetzt. Die große Bedeutung Europas ist nach Ansicht von Harald Horn, Leiter des Geschäftsbereiches Consumer Imaging bei Canon Deutschland, eine gute Nachricht für die deutschen Kunden. "Unsere Partner können jederzeit sicher sein, daß hinter uns die gesamte Technologie und die Management-Expertise des Weltunternehmens Canon steht." Als größter europäischer Markt soll Deutschland einen wichtigen Beitrag dazu leisten, das von Fujio Mitarai selbstgesetzte Ziel für das Jahr 2010 zu erreichen: Canon zu einem der 100 größten Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 40 Milliarden Euro zu machen.

## BEDINGUNGSLOS SCHARF – KEIN VERWACKELN DANK OIS.



#### 12x Zoom mit OIS







#### OIS - Optischer Bildstabilisator.

Mit OIS sind klare, scharfe Innenaufnahmen ohne Blitz auch bei wenig Licht möglich (z.B. in Museen oder Kirchen). Selbst in der Dämmerung oder bei Nachtaufnahmen gibt es kein Verwackeln mehr und mit dem 12fach Zoom holen Sie alles scharf vor das Leica-Objektiv – ganz natürlich und ohne Stativ.

Mehr Informationen unter: www.panasonic.de











## Panasonic ideas for life

## europa-foto lud zur Einkaufsmesse

An traditioneller Stelle, in der Rhein-Main-Halle in Wiesbaden, hatte die europa-foto-Einkaufsmesse wieder ihre Pforten geöffnet, und Vertreter der meisten Mitgliedsunternehmen nutzten die Chance, sich vor dem Weihnachtsgeschäft zu informieren und mit Ware einzudecken.

Beim Messerundgang fiel vor allem auf, daß nicht nur die klassischen Fotounternehmen mit ihren bewährten Sortimenten vertreten waren, sondern daß die Anbieter neuer Sortimente einen erheblichen Teil der Ausstellungsfläche in Anspruch nahmen. Im Mittelpunkt standen hier die Themen Telekommunikation ebenso wie Geräte und Verbrauchsmaterialien für das Homeprinting. Auch Bilderdiensten für den Point of Sale durch Fotokioske hatten sich zahlreiche Aussteller gewidmet. Wie immer war auch die europa-foto-Zentrale mit verschiedenen Angeboten und Infoständen vertreten. Ob es um betriebswirtschaftliche Fragen, das neue Online-Bild Genial digital mit den dazugehörigen Werbemitteln oder den beliebten Schnäppchenmarkt ging, wer wollte, konnte auf vielfältige Weise mit den Mitarbeitern der Zentrale ins Gespräch kommen.

Bei einem Pressegespräch mit Fachjournalisten betonte europa-foto-Geschäftsführer Robby Kreft, daß für die Mitgliedsfirmen trotz des harten Wettbewerbs immer noch zahlreiche Möglichkeiten für erfolgreiches Handeln bestehen - was verschiedene Händler durch ihre Aktivitäten auch tagtäglich bewiesen. Großes Potential sieht Kreft beispielsweise in den bereits genannten Sortimenten rund um das Homeprinting. Insbesondere für die Händler, die früher wie selbstverständlich Fotopapier für die Dunkelkammer verkauft hätten, dürfte es laut Kreft kein Problem darstellen, den ehemals benötigten Platz jetzt für Digitalpapier zu reservieren. "Erfahrungsgemäß läuft das Geschäft am besten, wenn der Händler neben dem Originalpapier der Gerätehersteller noch eine weitere, preiswertere Alternative anzubieten hat", meinte Kreft. Hinsichtlich der Drucker empfahl der Geschäftsführer, sich vor allem auf das obere Preissegment zu konzentrieren. Kreft: "Wer bei uns einen Fotodrucker kauft, der will damit hervorragende Ergebnisse erzielen. Und das schafft er nicht mit einem Allerweltsgerät für 99 Euro."

Eine weitere Chance stellen für Kreft die neuen Camcorder dar, die die Bilder statt auf ein bislang übliches Band direkt auf Festplatte oder CD/DVD aufzeichnen. "Diese Geräte haben den Vorteil, daß sie wesentlich einfacher zu erklären und gleichzeitig viel einfacher zu bedienen sind", so Kreft. "Insbesondere die Nachbearbeitung der Filme ist damit zum Kinderspiel geworden, die sich den meisten Menschen auf Anhieb auch ohne Blick in die Bedienungsanleitung erschließen dürfte." Es sei dringend an der Zeit, sich mit diesem Produktsegment zu beschäftigen, damit Umsatz und Ertrag nicht wieder in anderen Vertriebskanälen oder konkurrierenden Branchen gemacht würden.

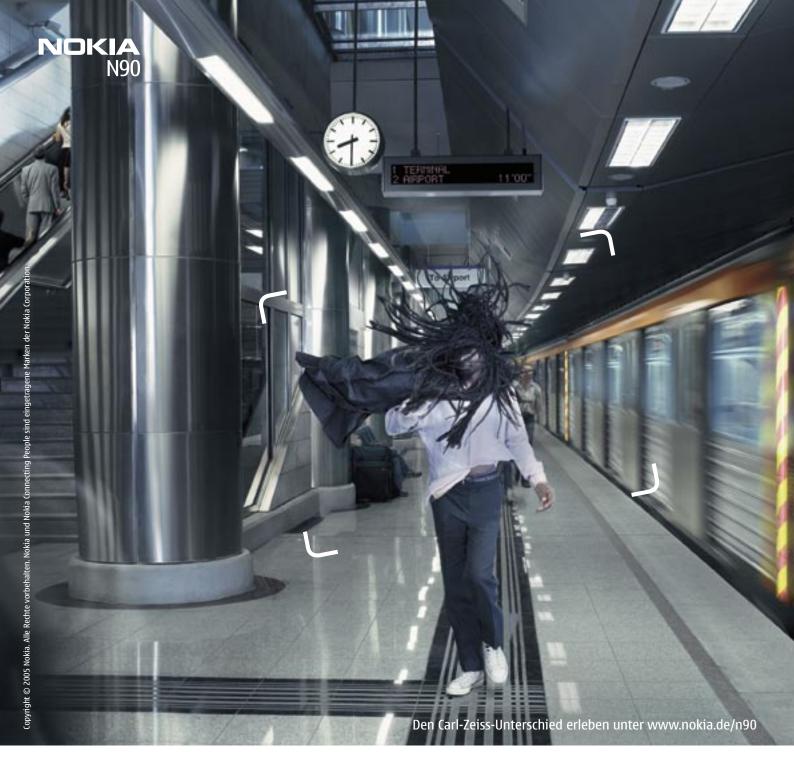
Nicht zu unterschätzen sei derzeit auch das Geschäft mit Digitalprojektoren. Das breite Feld der Hersteller biete mit seinen aktuellen Produkten eine Lösung für jeden Geschmack. Dabei sei zu bedenken, daß viele Digitalprojektoren qualitativ bessere Bilder an die Wand werfen, als analoge Diaprojektoren und daß die digitalen Möglichkeiten auch Projektionen in Räumen ermöglichten, in denen eine Diashow früher unmöglich gewesen sei. Außerdem ließen sich Beamer viel flexibler mit anderen Geräten wie TV oder PC einsetzen. Gerade in der dunklen Jahreszeit lohne es sich, zum Beispiel einen Leih- oder Testservice anzubieten und damit Interessenten zu Kunden zu machen.







Bild oben: Wie immer gehörten Schnäppchen zum Angebot der europa-foto-Hausmesse. Bild Mitte: Ausführlich wurde über das Genial digital-Bild und die dafür vorhandenen Werbemittel informiert. Bild unten: Die Panasonic DMC-LX1 ist das erste Kameramodell, das von den beiden Händlergruppen europa-foto und Ringfoto zu identischen Bedingungen vermarktet wird.



#### Fotoqualität, wenn man sie braucht.

Das Nokia N90 mit der hochwertigen Optik von Carl Zeiss – Multimedia im Taschenformat. Einzigartiges Twist-and-Shoot-Design mit bis zu zwei Stunden Videoaufzeichnung. Gestochen scharfe Fotos mit zwei Megapixeln, Autofokus und hochauflösendem Display. Gestochen scharfe Fotoausdrucke in hervorragender Qualität. Das Nokia N90 aus der neuen Nseries von Nokia.

Nokia Nseries See new. Hear new. Feel new.











Die Gewinner des "Mein CeWe Fotobuch"

Gewinnspiels stehen fest

Hunderte von imaging+foto-contact Leserinnen und Lesern beteiligten sich am "Mein CeWe Fotobuch" Gewinnspiel und machten diese Gemeinschaftsaktion unserer Zeitschrift mit CeWe Color zu einem großen Erfolg. Erfolgreich war auch der Start dieses innovativen Fotobuches beim Fotohandel: Die Zahl der in den CeWe Großlabors hergestellten Fotobücher wächst von Woche zu Woche.



## GUTER START

"Der Fotohandel hat die außerordentlichen Umsatz- und Renditechancen dieses neuen Bildproduktes sofort erkannt", erklärte Harald H. Pirwitz, Vorstand Marketing und Vertrieb der Neumüller CeWe Color Stiftung. "Dabei freut uns besonders, daß unsere Handelspartner nicht nur das Produkt selbst, sondern auch die neue Marke CeWe Fotobuch nicht nur akzeptiert,

sondern ausdrücklich begrüßt haben. Auch die Konsumenten nutzen die kreativen Möglichkeiten, die ihnen unsere Bestell-Software bietet: Es ist begeisternd, in unseren Betrieben einen Blick auf die Kunstwerke zu werfen, die die Kunden des Fotohandels am PC gestaltet haben."

In den Betrieben von CeWe Color steigen nicht nur die Zahlen der bestellten

Fotobücher, sondern mit weiterer Verbreitung des Produktes auch der Seitenumfang. Um für den erwarteten Ansturm im Weihnachtsgeschäft gerüstet zu sein, hat CeWe Color leistungsstarke Digitaldruck-Systeme wie die neue HP Indigo Press 3050 an mehreren Standorten installiert. Eine umfangreiche Werbekampagne soll den Fotobuch-Umsatz an den Bildertheken

## CeWe Color expandiert international

Als größter europäischer Fotofinisher setzt CeWe Color seine Expansion auf internationaler Ebene weiter fort. Soeben hat das Unternehmen die Marktbearbeitung in den mittelosteuropäischen Ländern Litauen, Slowenien, Kroatien und Rumänien aufgenommen. Bereits seit Anfang der 90er Jahre ist CeWe Color in Polen, Ungarn, Tschechien und der Slowakei aktiv und hat sich dort innerhalb weniger Jahre als Marktund Technologieführer positioniert. Im vergangenen Jahr trugen die Länder in dieser Region 61 Millionen Euro zum CeWe Color Gesamtumsatz von 428.5 Millionen Euro bei. Tendenz: weiterhin steigend.

CeWe Color will Kunden in Kroatien und Rumänien von seinem Labor in Budapest (Ungarn) aus beliefern. Für Slowenien ist der Betrieb in Bratislava (Slowakei) und für Litauen die Produktionsstätte in Graudenz (Polen) zuständig. CeWe Color Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander ist davon überzeugt, auch in diesen Ländern kurzfristig die Marktführerschaft übernehmen zu können: "Das Potential an Farbbildern ist zwar noch relativ klein, aber die Digitalfotografie wird immer populärer. Durch steigende Haushaltseinkommen wachsen sowohl die Kaufkraft als auch die Reiselust – und damit auch die Freude am Fotografieren."

#### Neues Großlabor in Bratislava

Am 4. Oktober feierte CeWe Color die offizielle Eröffnung des neuen Großlabors in Bratislava (Slowakei). Dabei konnte Dr. Rolf Hollander neben zahlreichen Gästen aus Industrie, Wirtschaft und Politik auch den niedersächsischen Ministerpräsidenten Christian Wulff als Ehrengast begrüßen. Im Rahmen einer Feierstunde weihte der CDU-Politiker den hochtechnisierten Betrieb ein.

Die Errichtung des neuen Großlabors spiegelt die deutlichen Marktanteilsgewinne wider, die CeWe Color in der Slowakei und in Österreich zu verzeichnen hat. Innerhalb weniger Jahre ist der Marktanteil des Unternehmens in der Slowakei, in der CeWe Color seit Ende der 90er Jahre aktiv ist, auf über 50 Prozent gewachsen. In dem bisherigen Betrieb konnten die 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bis zu 20.000 Aufträge mit 0,5 Millionen Bildern am Tag verarbeiten. Diese Kapazität reichte angesichts der positiven Entwicklung in der



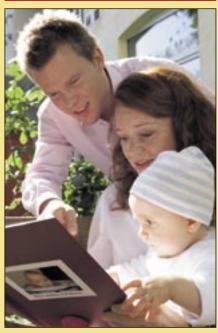
CeWe Color Vertriebsleiter Frank Zweigle (rechts) und Marketing Manager Christian Rauser mit dem "Mein CeWe Fotobuch" Modell bei der Ziehung der Gewinner.

des Fotohandels weiter ankurbeln: "Zur nachfragestarken Zeit starten wir eine aufmerksamkeitsstarke Anzeigenkampagne", erklärte Pirwitz. "Dabei sprechen wir fotoaktive Zielgruppen gezielt über auflagenstarke Titel wie Bild, Bild am Sonntag, Brigitte, Für Sie und Eltern an."

Die große Akzeptanz, die "Mein CeWe Fotobuch" beim Fotohandel findet, zeigte sich auch in der Resonanz auf das Gewinnspiel in imaging+fotocontact 9/2005: Die große Zahl der vom Fotohandel eingesandten Fragebögen ließ das Faxgerät im C.A.T.-Verlag streckenweise heiß laufen. Im Oktober zog das "Mein CeWe Fotobuch" Fotomodell in der Oldenburger CeWe Color Zentrale die glücklichen Gewinner (siehe Kasten rechts, oben). CeWe Color und imaging+foto-contact gratulieren den Gewinnern herzlich. Alle anderen Einsenderinnen und Einsender erhalten einen Gutschein für ihr ganz persönliches CeWe Foto-

Den 1. Preis, einen Reisegutschein über 1.000,- Euro, gewinnt Albert Thiemann, Foto Video Koltzenburg, Osnabrück.

Über je eine wertvolle Digitalkamera können sich Simone Gausmann, Foto Malinowsky, Harsewinkel, und Sabine Kühne, Foto Hacker, Eberbach, freuen.



Ein neues Bilderlebnis für die ganze Familie: Mein CeWe Fotobuch.

Slowakei und der zusätzlichen Belieferung des österreichischen und neuerdings auch des slowenischen Marktes nicht mehr aus. An dem neuen, 2.700 gm großen Produktionsstandort im Industriegebiet Petrzalka bei Bratislava können mit bis zu 120 Millionen analogen und über 40 Millionen digitalen Fotos im Jahr mehr als doppelt so viele Bilder produziert werden wie in dem alten Betrieb.

#### Übernahme von Standard Photographic

Nach der Übernahme des englischen Fotofinishers Standard Photographic in Warwick verfügt CeWe Color jetzt erstmals über ein eigenes Labor in Großbritannien. Das Unternehmen hat sich auf die Herstellung digitaler Bilder spezialisiert und beliefert Großkunden wie zum Beispiel Tesco, Asda, Boots, Jessops und Pixology. 64 Mitarbeiter erzielten



im vergangenen Jahr einen Umsatz von umgerechnet 6,3 Millionen Euro. CeWe Color wird die Produktion in den bereits existierenden Räumlichkeiten fortführen und modernste Großfinishing-Technologie installieren. Dr. Rolf Hollander ist überzeugt, daß sich das auf dem europäischen Festland erfolgreiche Geschäftsmodell des Unternehmens auch auf den englischen Digitalfotomarkt übertragen läßt.

CeWe Color Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander, der niedersächsische Ministerpräsident Christian Wulff und Stephan Johannes Reinhold, Geschäftsführer von CeWe Color München, eröffneten mit charmanter Assistenz den neuen Betrieb in Bratislava. Anschließend ließ sich Christian Wulff die moderne Großlabor-Technik demonstrieren.





Ein großes Thema auf den Ringfoto-Messen ist stets die Eigenmarke Voigtländer, die in diesem Jahr mit Speicherkarten und einem äußerst kompakten Beamer margenträchtige Produkte für das Weihnachtsgeschäft vorstellen konnte.

# Zusatzsortimente rücken immer mehr ins Blickfeld Über 100 Aussteller kommen zur Ringfoto-Hausmesse

Großer Andrang herrschte wieder einmal auf der dreitägigen Ringfoto-Hausmesse, die Ende September/Anfang Oktober an gewohnter Stelle im Kongreßzentrum Erlangen stattfand. Andrang sowohl von Mitgliedsunternehmen, die sich über neue Produkte und oder neue Sortimente wie Verbrauchsmaterialien für das Homeprinting, der von den Anbietern benötigte Platz scheint von Veranstaltung zu Veranstaltung größer zu werden. Auffällig

Dienstleistungen informieren und für das Weihnachtsgeschäft ordern wollten, aber auch von Industriepartnern und Lieferanten, von denen erneut über 100 in Erlangen vertreten waren.

Schon beim ersten flüchtigen Rundgang über die Hausmesse wurde deutlich, daß Zusatzsortimente immer mehr in den Blickpunkt des Handels



Michael Gleich

rücken. Seien es klassische Zubehörartikel wie Alben und Rahmen, von verschiedenen Anbietern neuerdings ergänzt durch digitale Fotobücher,

#### Mach's gut, Hans!

Nach über 45jähriger Tätigkeit in der Fotobranche verabschiedet sich Ringfoto-Marketingleiter Hans Schulz-Nigmann Mitte November in den Ruhestand. Bevor der gelernte Fotograf und Fotolaborant Schulz-Nigmann im Oktober 1989 seine Tätigkeit für die Ringfoto-Gruppe aufnahm, war er unter anderem bei Foto Quelle und im

Karstadt Konzern beschäftigt. Bei Ringfoto widmete er sich vor allem Marketing und Vertrieb, Verkaufsförderung und dem Ladenbau. Als aufregendste Zeit bei Ringfoto bezeichnete Schulz-Nigmann im Gespräch mit imaging+foto-contact die Integration der Marke Photo Porst und der Photo Porst Händler in die Gruppe. Die größte persönliche Leistung war seiner Ansicht nach die Umgestaltung von rund 200 Mitgliedsunternehmen im einheitlichen Ringfoto-Auftritt zu Beginn der 90er Jahre. Und der persönlich größte Erfolg als Ringfoto-Mitarbeiter war nach eigenen Worten der Ausbau der Hausmesse von einer kleinen Hotelveranstaltung auf rund 250 Quadratmetern zu ihrer jetzigen Größe im Kongreßzentrum Erlangen. Wo Licht ist, ist bekanntlich auch



Schatten: Größter Flop seiner Ringfoto-Laufbahn sei deshalb wohl die Sommeraktion des vergangenen Jahres gewesen, bei der mit Partner Langnese 500.000 Filme an die Endverbraucher verteilt werden sollten – leider sei es aufgrund des verregneten Sommers größtenteils bei der Absicht geblieben. Schulz-Nigmann betonte, daß ein Faktor für seine erfolgreiche Tätigkeit in der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit Ringfoto-Geschäftsführer Michael Gleich bestanden habe. Dieser habe, so Schulz-Nigmann, allen Ideen stets offen gegenübergestanden und ihm immer die nötige Unterstützung gewährt. Vertrauensvolle Zusammenarbeit ist auch das Stichwort, das das Verhältnis der Redaktion imaging+foto-contact zu Schulz-Nigmann über viele Jahre kennzeichnete. An dieser Stelle deshalb ein herzliches Dankeschön und beste Wünsche für die persönliche Zukunft: "Mach's gut, Hans!"







Bild links oben: Wie sich Nokia Mobiltelefone, und vor allem das Zwei-Megapixel-Modell Nokia N90, im Paket mit Kodak Druckern verkaufen lassen, führten die beiden Promotoren Michael Angerer (Kodak, r.) und Tobias Weidner (Nokia) den Besuchern vor. Bild rechts oben: Marco Spina, Manager Sales Cooperations bei der debitel-light GmbH, informierte über das neue Mobilfunkangebot "debitel-light". Bild links: Ralf Ehrbar, Key Account Manager der debitel AG (l.), und Martin Köhler, Leiter Category Management Telekommunikation bei Ringfoto, zeigten ein spezielles Paket mit Handy und Kodak Drucker, das im Weihnachtsgeschäft zu einem Verkaufsschlager werden soll.

war weiterhin, daß die Möglichkeiten für den Handel, Bilddienstleistungen am Point of Sale zu erbringen, vielfältiger und preiswerter werden: Zahlreiche Aussteller waren in Erlangen mit Kiosk- oder Minilablösungen vertreten.

Auch Ringfoto selbst nutzte wieder die Chance, sich den Gesellschaftern und Partnern mit der gesamten Breite des Angebots zu präsentieren. So zeigte sich die Ringfoto-Zentrale mit ihren vielfältigen Leistungen, vom Ladenbau über Marketing und Einkauf bis zum Internet ebenso wie die Eigenmarke Voigtländer, die sich trotz ihrer langen Tradition im klassischen Fotosegment immer mehr zu einem spezialisierten Anbieter moderner Digitalprodukte entwickelt. Highlights im Voigtländer-Sortiment waren auf der Herbstmesse schnelle Speicherkarten und ein äußerst kompakter Beamer in einem sehr interessanten Preisbereich. Das Produkt wendet sich vor allem an Nutzer, die Präsentationen in kleinem Kreis vorführen müssen und es ihren Zuhö-

rern/Zuschauern ersparen wollen, die optischen Informationen vom Monitor eines Notebooks ablesen zu müssen. Gerd Frost, bei Ringfoto für den Vertrieb von Voigtländer zuständig, unterstrich, daß die Marke auch bei digitalen Produkten ihrer Philosophie treu bleibe, durch Exklusivität und hohe Qualität eine interessante und vor allem margenbringende Alternative zu anderen Produkten zu sein.

Interessant zu beobachten ist seit einigen Jahren die Entwicklung der Telekommunikation im Rahmen der Hausmesse.

Dabei präsentiert sich vor allem die debitel AG in der oberen Etage des Kongreßzentrums mit immer interessanteren Produkten für den Fotohandel. Als "Gäste" auf dem debitel-Stand präsentierten sich jetzt Nokia und Kodak. Während der finnische Handyhersteller

sowohl seine aktuelle Palette von Fotohandys, darunter das Spitzenprodukt Nokia N90 mit Zwei-Megapixel-Chip und Carl Zeiss-Objektiv als auch eine Ladenbaulösung zum Verkauf der Produkte zeigte, war Kodak auf dem debitel Stand mit Druckern vertreten, die das Drucken von Handvbildern ohne PC ermöglichen. Speziell zu diesem Thema haben der Stuttgarter Service Provider und Ringfoto ein Paket gepackt, das zu einem Verkaufs-Weihnachtsgeschäft schlager im werden soll und dem Händler im Aktionszeitraum bis zum 30. November bei einem empfohlenen Verkaufspreis von 99 Euro eine Marge von rund 37 Euro sichert. Das Paket enthält ein Nokia Fotohandy 6230i, einen debitel Vario 25 Vertrag und einen Kodak EasyShare Plus Drucker.



Bei Orion gab es unter anderem Navigationslösungen zu sehen.

Als neuer Aussteller wurde hier auch die debitel-light GmbH begrüßt, die als Tochter der debitel AG seit geraumer Zeit das Discount-Angebot debitellight vermarktet. Mit debitel-light kann der Kunde sehr preiswert telefonieren, weil er auf ein neues Handy und übliche Supportleistungen verzichtet. Für Ringfoto-Händler beträgt die Marge dennoch bis zu 26,2 Prozent.



Bereits zu Beginn des Jahres hatte Pentax angekündigt, sich bei der Sortimentspolitik ausschließlich auf ertragsstarke Modelle zu konzentrieren. Gleichzeitig wollte das Unternehmen mit einem neuen Preis- und Konditionensystem für stabile Margen im Handel sorgen (siehe Interview in ifc-Ausgabe 1-2/2005). Zum Weihnachtsgeschäft stellt Pentax erneut seine Partnerschaft zum Fotohandel unter Beweis: Mit einer Kampagne, in deren Mittelpunkt die aktuellen Optio Kameras S6 und WPi stehen, schafft das Unternehmen in wenigen Wochen 162 Millionen Werbekontakte.

Diese Kontakte sollen nach den Planungen in drei verschiedenen Bereichen erzielt werden. "Schwerpunkt unserer Kommunikation zum Verbraucher bilden zwei Anzeigenmotive für unsere beiden imagestärksten Produkte, die Pentax Optio S6 und die Pentax Optio WPi, die mit Hingucker-Motiven und einer kurzen Zusammenfassung der wichtigsten technischen Daten die Aufmerksamkeit der Leser auf sich ziehen werden", erläuterte König im Gespräch mit imaging+fotocontact. "Geschaltet werden diese Anzeigen in auflagenstarken Endverbraucherzeitschriften, darunter die führenden Nachrichtenmagazine, TV-Zeitschriften und Special Interest-Titel. Mit dieser Auswahl erreichen wir verschiedene Lesergruppen, die sich nach unseren Erkenntnissen schon in der Vergangenheit als sehr technikfreundlich und der Marke Pentax gegenüber positiv eingestellt gezeigt haben. Insgesamt werden wir damit nach unseren Berechnungen im Schaltzeit-



Andreas König, Sales Manager (Germany) der Imaging Systems Division bei Pentax.

raum Ende November bis Weihnachten rund 107 Millionen Kontakte schaffen."

Zweite Säule des Pentax Markenauftritts zum Weihnachtsgeschäft bildet das Engagement im Internet. Hier werden nach Königs Angaben durch Online-Werbung auf hochfrequentierten Portalen wie zum Beispiel Freenet, Chip Online und Digitalkamera.de im Dezember etwa 25 Millionen zusätzliche Kontakte geschaffen.

Erstmals unterstützt Pentax in diesem Jahr das Engagement bei Print- und Online-Medien durch eine umfangreiche Außenwerbungskampagne, mit der mindestens 30 Millionen Werbekontakte an mehr als 700 Standorten in verschiedenen deutschen Großstädten erzielt werden.

"Durch dieses verzahnte und überzeugende Marketingpaket werden wir im November und Dezember rund 162 Millionen Kontakte generieren", faßte König zusammen. "162 Millionen Kontakte, die die Marke gerade in dieser wichtigen Phase stärken und den Abverkauf von Pentax Digitalkameras im Weihnachtsgeschäft positiv beeinflussen werden." Zu bedenken ist bei dieser Prognose, daß die Zahlen auf Untersuchungen verschiedener Markt-

forschungsunternehmen und Verlagsangaben beruhen und in der Regel eher zurückhaltend formuliert werden. Zu den Werbeaktivitäten werden sich außerdem Erwähnungen in den redaktionellen Bereichen des ein oder anderen Titels gesellen. Diese können von Pentax nicht gesteuert werden und fließen deshalb auch nicht in eine Prognose ein - die Erfahrung zeigt allerdings, daß Produkte wie die beiden erwähnten Optio-Modelle attraktiv genug sind, um redaktionell berücksichtigt zu werden.

#### Positive Erfahrungen

Daß die Erwartungen, die Pentax mit der bevorstehenden Kampagne verknüpft, derart positiv ausfallen, begründet sich durch die Erfahrungen, die bereits im Frühjahr und Sommer



Zwei Anzeigenmotive mit Hingucker-Motiven stehen im Mittelpunkt der Werbeaktivitäten, mit denen Pentax den Abverkauf von Optio Digitalkameras im Weihnachtsgeschäft unterstützen will.

gemacht wurden. "Die seinerzeitige Ausrichtung aller Marketingaktivitäten auf Medien mit hoher Reichweite innerhalb der digitalfoto-affinen Zielgruppe hat uns gezeigt, daß wir mit der Weihnachtskampagne auf einem sehr guten Weg sind", stellte König fest. Beweis dafür sei das hervorragende Abschneiden bei verschiedenen Anzeigentests, die von Publikumszeitschriften durchgeführt und durch Marktforschungsunternehmen bestätigt wurden. So hatte beispielsweise

das "Fisch"-Motiv, mit dem die Pentax Optio WP beworben worden war, bei einem Test der Zeitschrift PC Welt (Auflage rund 500.000 Exemplare) im Mai 2005 als Gesamtsieger abgeschnitten. "Darüber hinaus erzielte die Anzeige Bestnoten für Aufmerksamkeitsstärke, Sympathie, Originalität,



Die wasserfeste Pentax Optio WPi mit sechs Megapixeln und die Pentax Optio S6 mit ebenfalls sechs Megapixeln und einem großen Display stehen im Mittelpunkt der aktuellen Pentax Werbeaktivitäten.

Gestaltung, Glaubwürdigkeit und nicht zuletzt für Interesse am Produkt und der Marke", führte König aus. Auch der Onlineanbieter Freenet, der zur Zeit große Aufmerksamkeit durch die Vermarktung preiswerter DSL-Angebote genießt, habe vor den Sommerferien verschiedene Werbeformen der Pentax Internetkampagne auf verschiedenste Kriterien hin überprüft. König: "Dabei kam Freenet auf ausgezeichnete Ergebnisse, die im Rahmen der Fachmesse OMD in Düsseldorf für größte Resonanz sorgten: 82,1 Prozent der Befragten befanden die im Test befindlichen Online-Werbemittel der Pentax Optio WP gut bzw. sehr gut." Der sogenannte Recall-Wert, also die Zahl der Befragten, die sich an Pentax als "Absender" der Werbebotschaft erinnerten, erreichte nach Meinung von Freenet mit 89,4 Prozent "eine außergewöhnlich hohe Ausprägung".

"Die positiven Erkenntnisse aus der Werbeforschung haben uns deutlich vor Augen geführt, daß wir mit dem neuen Konzept der Produkt- und Markenkommunikation auf dem richtigen Weg sind und uns dazu veranlaßt, diesen auch mit der Herbst- und Winterkampagne konsequent fortzusetzen", sagte König. "Ich bin optimistisch, daß Pentax den Erfolg der vergangenen Monate durch das Weihnachtsgeschäft untermauern wird und empfehle dem Handel, sich rechtzeitig mit Optio Kameras zu bevorraten."





Wer in der für viel Geld errichteten Allianz Arena in München architektonische Kabinettstückchen erwartet hatte, wurde enttäuscht. Selbst im "Heiligtum des Stadions", so der Guide, der die Journalistengruppe durch das Bauwerk führte, der Umkleidekabine und dem Aufwärmraum des FC Bayern München, herrschten Funktionalität und Tristesse.

## Kodak EasyShare Kameras im Praxistest

Mit den Kameras der EasyShare P Serie und der EasyShare One geht Kodak zum Weihnachtsgeschäft mit Geräten an den Start, die sich aufgrund ihrer vielfältigen Möglichkeiten und ihrer Ausstattungsfülle sowie der sich daraus ergebenden Notwendigkeit zur Beratung ideal zum Verkauf im Fotohandel eignen. Zur Unterstützung des Abverkaufs hält Kodak zum einen die üblichen Werbe- und Vkf-Mittel bereit, zum anderen sollen gezielte PR-Maßnahmen mit Medienvertretern die Begeisterung für die Kameras auch an eine breite Leserschaft transportieren.

So hatte Mitte Oktober eine Gruppe von Redakteuren von Fotofachblättern,

Computermagazinen, Mode- und Lifestylezeitschriften die Gelegenheit, die Kodak EasyShare Kameras P850, P880 und One in der Münchner Allianz Arena einem Praxistest zu unterziehen. Der Veranstaltungsort entpuppte sich als ideale Wahl, konnte man dort doch die individuellen Stärken der einzelnen Modelle hervor-

## Im WLAN der Allianz Arena

ragend zur Bildgestaltung nutzen – zumindestens dort, wo sich lohnenswerte Motive fanden. Denn die Erwartungen, die zum Beispiel der Berichterstatter an die für knapp eine halbe Milliarde Euro errichtete Arena hatte, wurden enttäuscht, da fast überall Tristesse und Funktionalität die Architektur bestimmten.

Dennoch gab es Gelegenheit zum Fotografieren. Dabei ermöglichte beispielsweise die Kodak EasyShare P880 mit ihrer Einstiegsbrennweite von 24 mm (entsprechend Kleinbild) Übersichtsaufnahmen des Stadions, während die

Kodak EasyShare P850 mit ihrer Maximalbrennweite von 432 mm (entsprechend Kleinbild) selbst kleinste Details von der gegenüberliegenden Tribüne großformatig einfing (ifc berichtete in Ausgabe 10/2005 ausführlich über die Stärken der beiden Kameras der P-Serie und die sich daraus ergebenden Verkaufsargumente).

Im Mittelpunkt der Praxis stand jedoch die Kodak EasyShare One. Aus naheliegendem Grund, denn die Allianz Arena ist mit mehreren kabellosen Netzwerken (sogenannten Wireless Lans; Lan steht für Local Area Network)

ausgestattet. Und da auch die EasyShare One in Verbindung mit einer entsprechenden Kodak Karte WLAN-fähig wird, konnten die Redakteure die kabellose Bilddatenübertragung selbst erleben. Nach der theoretischen Einführung in die Technik durch Wilfried Goll, Kodak Product Manager Digital Capture & Home



Printing, kam man schnell zu der Überzeugung, daß diese reibungslos funktioniert. Voraussetzung für die Nutzung der Funktion in der Allianz Arena war die kostenlose Anmeldung bei der Kodak EasyShare Gallery, die man zum Beispiel über die Homepage des Unternehmens www.kodak.de erreicht. Hat man dort mit seiner E-Mail-Adresse und einem Paßwort einen Account angelegt, müssen diese Zugangsdaten in der Kamera gespeichert werden. Dies ist mit wenigen Schritten über den Touchscreen-Monitor der Kamera erledigt. Nach dem Druck auf den Auslöser läßt sich das Bild dann ebenso schnell und dank eines intuitiv zu bedienenden Menüs "over the air" an die Kodak EasyShare Gallery verschicken. Dabei sucht die Kamera automatisch die notwendigen Einstellungen, vom Netzwerk bis zur Adresse des Empfängers, die der Nutzer jeweils nur zu bestätigen braucht. Selbst wenn mehrere Benutzer mit verschiedenen Accounts (bzw. E-Mail-Adressen) in der Kamera gespeichert sind, dauert der komplette Bildversand inklusive der Datenübertragung nur wenige Sekunden. Sind die Bilder in der Kodak Easy-Share Gallery gespeichert, können sie vielfältig genutzt werden. Neben der

The property of the property o

Schon Sekunden nach der Datenübertragung konnten die Bilder in der Kodak EasyShare Gallery betrachtet werden.

Archivierung bietet Kodak beispielsweise auch das Drucken auf Fotopapier, den Versand als Hintergrundbild für ein (Foto-)Handy oder die Freigabe des Bildes/eines Albums für Freunde und Bekannte an. Um auch denjenigen Nutzern, die sich nicht gerade im Bereich

des WLAN der Allianz Arena aufhalten, die Chance zu geben, ihre Bilder schnell und kabellos an die Kodak EasyShare Gallery zu übertragen, werden die Geräte mit einer Voreinstellung ausgeliefert, die die automatische (kostenpflichtige) Nutzung eines T-Mobil WLAN Hot-Spots ermöglicht. Davon gibt es deutschlandweit derzeit rund 5.000, über 7.000 weitere stehen im Ausland zur Verfügung. "Die Kooperation mit T-Mobile ist aber erst der Anfang. Wir wollen die anderen Netzbetreiber ebenfalls ins Boot holen", stellte Goll fest. Außerdem lasse sich die WLAN-Funktion auch im eigenen Heimnetzwerk nutzen, zum Beispiel, um Fotos kabellos an einen geeigneten Drucker wie den Kodak EasyShare Printer Dock Plus Series 3 zu schicken.

### "EasyShare ist ein Meilenstein der Fotografie"

Vor dem Praxisteil der Veranstaltung

hatte Andreas Lippert, Geschäftsleitung Vertrieb Deutschland bei Kodak, die Bedeutung des EasyShare Programms für das Unternehmen, den Handel und den Verbraucher herausgestellt. "In den 90er-Jahren, als die Digitalfotografie noch in den Kinderschuhen steckte, haben wir den Fehler begangen, Digitalkameras als Zubehör für den PC zu betrachten", so Lippert. "Das hat sich inzwischen grundlegend geändert, und vor allem unser Easy-Share Konzept stellt dabei einen Meilenstein für die Fotografie dar." Mit EasyShare käme der Verbraucher nicht nur in den Genuß der vielfältigen digitalen Anwendungsmöglichkeiten, sondern er könne Kameras wieder in gelernter Weise nutzen. "Die EasyShare Modelle machen es den Anwendern extrem einfach, zu Bildern auf Fotopapier zu kommen, sei es zu Hause, sei es vor Ort beim Fotohändler, sei es über das Internet", meinte Lippert. "Und damit ergeben sich große Umsatz- und Ertragschancen für den Handel, sei es beim Verkauf von Geräten, Zubehör

und Verbrauchsmaterialien, sei es bei

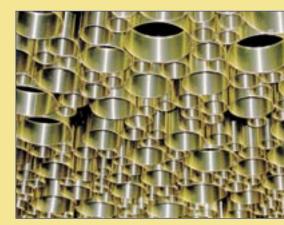
den Bilddienstleistungen." Mit der Ein-

führung der EasyShare One sei Kodak

zudem eine kleine Sensation gelungen, denn mit der Kamera sei der Anwender erstmals komplett unabhängig von einem wechselbaren Speichermedium, gleichgültig ob es dabei um einen Film oder einen digitalen Speicher gehe. Lippert unterstrich außerdem, daß Kodak mit einem neuen Markenauftritt und speziellen Angeboten weiterhin dafür sorgen werde, daß auch der Fotohandel von den Vorzügen des

EasyShare-Konzeptes profitiere.

hepä







Fotografisch hatte die Allianz Arena einige interessante Motive zu bieten: die Decke im Bereich für Business-Gäste, die sich mit ihrem Blechdosen-Design im Charme der 70er-Jahre zeigt (oben); die Sitzreihen im Mittelblock, digital bearbeitet (Mitte); die Folie, mit der das Stadion außen verkleidet ist (unten).

## SLR-Kamera E-500 und vier neue Objektive

## Olympus baut das E-System weiter aus

Mit der E-500 hat Olympus eine weitere digitale Spiegelreflexkamera für das Olympus E-System vorgestellt. Die neue Olympus E-500 richtet sich vor allem an Semiprofis und engagierte Amateurfotografen. Ihre wichtigsten Kennzeichen sind der bereits aus anderen Modellen bekannte Supersonic Wave Filter, der den Aufnahmechip staubfrei hält, und die Auflösung von acht Megapixeln auf einem Full Frame Transfer CCD.

Die nahezu telezentrischen Objektive des E-Systems, die speziell für die digitale SLR-Fotografie konstruiert wurden, ermöglichen auch mit der neuen E-500 Fotos mit gleichmäßiger Schärfe und Helligkeit bis in die Bildränder. Wie von Kameras des Olympus E-Systems gewohnt, drückt sich auch bei der E-500 die Benutzerfreundlichkeit durch die ergonomische Anordnung der Bedienelemente und ein hochauflösendes, 6,4 cm großes HyperCrystal LCD aus.

Die Auflösung von acht Millionen Pixeln stellt eine hohe Detailtreue der Aufnahmen sicher. Darüber hinaus OLYMPUS

kommt auch in diesem Modell kein herkömmliches Interline Transfer CCD zur Anwendung, sondern ein Full Frame Transfer CCD (FFT CCD). Dieser CCD-Typ besitzt eine größere Pixelfläche, da es keine dedizierten Datenkanäle gibt; die Fotodioden selbst erfüllen diesen Zweck. Dadurch kann der FFT CCD mehr Bildinformationen aufzeichnen. Das führt zu einem höheren Signal-/Rauschabstand und einem erweiterten Dynamikumfang. Für den Fotografen ergeben sich dadurch ein größerer Belichtungsspiel-

raum sowie höhere Detailgenauigkeit und weniger Rauschen. Außerdem ist die Kamera mit einem speziellen Rauschfilter ausgestattet, der das auftretende Rauschen bei hohen ISO-Werten vermindert.

Die Olympus E-500 hat das authentische Look & Feel einer klassischen

Spiegelreflexkamera. Aufgrund ihrer geringen Größe ist sie jedoch eine der kompakte-

sten D-SLRs auf dem Markt. Damit spricht sie vor allem Anwender an, die viel unterwegs sind – sei es auf Wanderungen oder bei Städtetouren. Diese Fotografen werden ebenfalls ihr geringes Gewicht schätzen. Bei starker Sonne vermeidet der speziell beschichtete

ungewünschte Reflexionen.

Das professionelle Design und die benutzerfreundliche Anordnung der Bedienelemente gestatten laut Olympus eine sofortige, intuitive Handhabung der Kamera. Insgesamt stehen 21 vordefinierte Programm-Modi für die häufigsten Situationen zur Verfügung – darunter auch eine Einstellung für herumtollende Kinder. Die im Menü verfügbaren Farbfilter lassen sich im Schwarz-Weiß-Modus anwenden. Alternativ stehen die üblichen manuellen und automatischen Optionen, einschließlich P/A/S/M, zur Verfügung.

Ein AE-Sensor mit 49 Feldern steht für ESP-, Integral- und Spotmessungen zur Verfügung, und er erlaubt die licht- und schattenbasierte Spotmessung. Die Olympus E-500 bietet außerdem eine AE Lock- (Belichtungsspeicher) Funktion.

Der Bildprozessor TruePic Turbo sorgt für Aufnahmen mit lebendigen Farben, hoher Auflösung und Kontrast und beschleunigt die Arbeitsprozesse in der Kamera. So können in allen Bilddatenformaten Serienaufnahmen mit 2,5 Bildern pro Sekunde gemacht werden. In den JPEG-Formaten HQ (1/8) und SQ sind bei Einsatz eines High-Speed-Speichermediums Serienaufnahmen

#### Der Supersonic Wave Filter kämpft gegen Staub auf dem CCD

Eine Spezialität des Olympus E-Systems ist der Supersonic Wave Filter. Er löst ein zuvor kaum zu verhinderndes Problem – das Eindringen von Staub in das Kameragehäuse während des Objektivwechsels und seine Ablagerung auf dem CCD. Schon ein einzelnes Staubpartikel kann mehrere hundert Pixel auf dem CCD bedecken und so die Qualität der Aufnahmen stark beeinträchtigen. Die von Olympus entwickelte, patentierte Technologie sichert überall und jederzeit einen problemlosen Objektivwechsel. Der Supersonic Wave Filter, der sich zwischen Verschluß und Bildsensor befindet, erzeugt Ultraschallvibrationen, die Staub und andere Partikel abschütteln, die dann auf einer speziell beschichteten Folie haften bleiben. Diese Funktion startet automatisch, wenn die Kamera eingeschaltet wird, sie läßt sich aber auch manuell aktivieren. Durch diese geniale Lösung spart der Anwender außerdem Zeit und Geld für das notwendige Reinigen des Bildsensors.

Olympus ruft Leihservice

für das E-System ins Leben

bis zur vollen Speicherkartenkapazität möglich. Die Ausstattung der Olympus E-500 mit zwei Kartenslots für CompactFlash- und xD-Picture Cards erhöht die Flexibilität.

Die Bildergebnisse lassen sich auf dem Monitor zur leichten Kontrolle bis auf das 14fache vergrößern. Das LCD dient außerdem als gut lesbares Kontrollfeld, das klare, detaillierte Informationen zu allen Kameraparametern liefert.

#### Vier neue Objektive

Olympus hat außerdem das Sortiment seiner Zuiko Digital Objektive für das Olympus E-System mit einem Zehnfach-Zoom-, einem Makro-Objektiv

sowie zwei lichtstarken Modellen der Top-Pro-Reihe ausgebaut.

Das neue Zuiko Digital ED 3,5-6,3/18-180 mm zeichnet sich durch einen zehnfachen Brennweitenbereich 18 bis 180 mm Tele (36-360 mm entsprechend Kleinbild) und eine kürzeste Auf-

nahmeentfernung von 45 Zentimetern aus. Das Objektiv hat die Abmessungen 84,5 x 78 mm. Sein Gewicht beträgt 440 Gramm.



Das Zuiko Digital 3,5/35 Makro mm (entsprechend 70 mm bei Kleinbild) ermöglicht 1:1-Makroaufnahmen

einem kürzesten Motivabstand von 14,6 Zentimetern. Mit einem Gewicht von 165 Gramm ist es nach Angaben des Herstellers derzeit das weltweit leichteste Makro-Objektiv. Dieses Modell hat die

Abmessungen 71 x 53 mm.

Neben den neuen Objektiven aus der Olympus E-System Standard-Serie werden demnächst auch zwei Modelle der Top-Pro-Reihe auf den Markt kommen. Sie bieten laut Olympus fortschrittlichste Optiken, sind mit hochpräziser Technik bestückt und zudem vor dem Eindringen

von Spritzwasser und Staub geschützt. Das Zuiko Digital ED 2,0/35-100 mm (70-200 mm bei Kleinbild) bietet die Lichtstärke von 1:2 über den gesamten Brennweitenbereich. Ein Super ED-

Ab sofort können die Produkte des Olympus E-Systems, also Kameras, Objektive, Blitzgeräte und weiteres Zubehör, für ein bis vier Wochen ausgeliehen werden. Wie das geht, erfahren Interessenten auf der Olympus Internetseite. Unter www.olympus.de/ consumer/dslr.htm kann ein Leihschein heruntergeladen werden, auf dem die erhältlichen Produkte aufgeführt sind. Dieser braucht dann nur noch ausgefüllt und an den Leihservice gefaxt zu werden. "In den vergangenen Monaten haben uns unzählige Anfragen von Verbrauchern erreicht, die das Olympus E-System einmal ausprobieren wollen", so John Zeppernick, Marketing Manager, Olympus Imaging Europa GmbH. "Um diesen Anfragen gerecht zu werden, haben wir den Olympus E-Leihservice ins Leben gerufen. Egal, ob Profioder Hobbyfotograf - wir haben für alle die richtige Lösung. Und davon kann sich jetzt jeder selbst überzeugen. Auch wer schon eine Kamera aus dem Olympus E-System hat und zum Beispiel ein spezielles Objektiv für eine einmalige Anwendung benötigt, ist herzlich willkommen."

#### Die Objektive des Olympus E-Systems

Mit den Neuheiten umfaßt das Obiektivprogramm des Olympus E-Systems derzeit folgende Modelle (um die Brennweite entsprechend Kleinbildformat zu erhalten, müssen die Werte jeweils verdoppelt werden):

- Zuiko Digital ED 4,0/7–14 mm (entspricht 14–28 mm bei Kleinbild)
- Zuiko Digital 2,8–3,5/11–22 mm
- Zuiko Digital ED 2,0/14–35 mm (erhältlich ab 2006)
- Zuiko Digital 3,5–5,6/14–45 mm
- Zuiko Digital 2,8–3,5/14–54 mm
- Zuiko Digital 3.5–6.3/18–180 mm (erhältlich ab Frühjahr 2006)
- Zuiko Digital ED 2,0/35–100 mm
- Zuiko Digital 3,5–4,5/40–150 mm
- Zuiko Digital ED 2,8–3,5/50–200
- Zuiko Digital ED 2,8/90–250 mm (erhältlich ab November)
- Zuiko Digital ED 3,5/8 mm Fisheye (erhältlich ab Januar 2006)
- Zuiko Digital 3,5/35 mm Makro (erhältlich ab Dezember)
- Zuiko Digital ED 2.0/50 mm Makro
- Zuiko Digital ED 2,0/150 mm
- Zuiko Digital ED 2,8/300 mm

2,8/90-250 mm (180-500 mm ensprechend Kleinbild), das die Lichtstärke von 1:2,8 über den gesamten

Brennweitenbereich behält.

Durch drei ED-Glaselemente werden die chromatischen Aberrationen auf ein Minimum reduziert, die spritzwasser- und staubdichte Konstruktion sorgt für hohe Zuverlässigkeit. Die kürzeste Aufnahmenentfernung trägt 2,5 m. Das Objektiv hat

die Abmessungen 124 x 276 mm. Es wiegt 3.270 g (mit Stativ-Adapter).



und vier ED-Glaselemente sorgen für minimale chromatische Aberrationen.

spritzwasser-Die und staubdichte Konstruktion ermöglicht den Einsatz in extremen Umgebungsbedingungen. Die kürzeste Aufnahmedistanz ist 1,4 m. Das Objektiv mißt 96,5 x 213,5 mm und wiegt 1.800 g (mit Stativ-Adapter). Abgerundet werden die neuen Zuiko Digital Objektive durch das Modell ED





### Das wichtigste Verkaufsargument für die Fujifilm Real Photo Technology

## Bessere Bilder

Bereits die erste Digitalkamera mit Fujifilms innovativer Real Photo Technik – die auf der PMA vorgestellte FinePix F10 – wurde vom Start weg zum Bestseller in der Produktpalette des Unternehmens. Inzwischen wurden fünf weitere Modelle für alle wichtigen Zielgruppen mit dieser Technologie ausgestattet. Für den Fotohandel ist das eine gute Möglichkeit, anstelle der wenig aussagekräftigen Pixelzahl die Bildqualität als Verkaufsargument ins Spiel zu bringen.

Die Vorteile der neuen Real Photo Technik zeigen sich nämlich in erster Linie nicht in abstrakten Zahlen und Daten, sondern im Bildergebnis: Denn Fujifilm setzt auf das Fotografieren mit hoher Empfindlichkeit. Das ermöglicht stimmungsvolle Fotos auch bei schwierigen Lichtbedingungen und zwar ohne Blitz mit Empfindlichkeiten von ISO 400 bis zu (je nach Modell) ISO 1600. Auf diese Weise lassen selbst sich bei Dämmerlicht, Kerzenschein oder Sonnenuntergang Motive auf dem Foto genauso wiedergeben, wie man sie in Erinnerung hat - und zwar mit minimalem Bildraucshen.

Auch bei guten Lichtverhältnissen zahlt sich die hohe Empfindlichkeit aus: Denn sie ermöglicht besonders kurze Belichtungszeiten und reduziert damit die Verwacklungsgefahr besonders bei Tele- und Makroaufnahmen. Zudem können schnell bewegte Objekte eindrucksvoll "eingefroren" werden.

Möglich wird das durch die perfekte Abstimmung der entscheidenden Komponenten Optik, Bildsensor und Image-Prozessor – die alle von Fujifilm selbst entwickelt wurden und auch selbst produziert werden.

#### **Ganzheitliches Konzept**

Die hohe Qualität der Einzelelemente wird dabei durch die Real Photo Technik kombiniert. So trägt jede dieser Komponenten durch ihre speziellen Stärken zur brillanten Bildqualität bei.





Ein Beispiel, wie sich mit der durch die Real Photo Technik ermöglichten hohen Empfindlichkeit stimmungsvolle Bilder ohne Blitz einfangen lassen.





Auch bei guten Lichtverhältnissen zahlt sich die hohe Empfindlichkeit aus: Motive, die sich bewegen, werden mit kruzer Verschlußzeit "eingefroren". Das bedeutet sichtbar mehr Schärfe.

Der Super CCD HR Bildsensor: Die fünfte Generation der im Jahr 2000 vorgestellten Super CCDs bietet hohe Auflösung, denn durch den wabenförmigen Aufbau lassen sich auch auf kleiner Fläche extrem viele Bildpunkte unterbringen. Zudem ist der Sensor



FinePix F10: 6,3 Megapixel, 3fach-Zoomobjektiv F2.8–F5.0/36–108 mm\*, 2,5 Zoll LCD, UVP: 429,- Euro.



FinePix F11: 6,3 Megapixel, 3fach-Zoomobjektiv F2.8–F5.0/36–108 mm\*, 2,5 Zoll TFT, UVP: 449,- Euro



FinePix Z1: Designermodell, 5,1 Megapixel, 3fach-Zoomobjektiv F3.5–F4.2/36– 108 mm\*, 2,5 Zoll TFT, UVP: 499,- Euro



FinePix S 5600: 5,1 Megapixel, 10fach-Zoomobjektiv F3.2–F8.0/38–380 mm\*, 1,8 Zoll TFT, UVP: 399,- Euro



FinePix E 900: 9,0 Megapixel, 4fach-Zoomobjektiv F2.8–F5.6/32–128 mm\*, 2,0 Zoll TFT, UVP: 449,- Euro



FinePix S 9500: 9,0 Megapixel, 10,7fach-Zoomobjektiv F2.8–F8.0/28–300 mm\*, UVP: 699,- Euro

überaus lichtempfindlich: Die zweistufige Rauschminderung sorgt dabei für brillante Fotos auch bei wenig Licht. Das Fujinon Objektiv: Darin steckt die langjährige Erfahrung von Fujifilm als Produzent von Foto- und Fernsehkameras. Das bedeutet exzellente Abbildungsleistung, hohe Lichtstärke

und großer Zoombereich bei kompakter Bauweise.

Der Real Photo Prozessor: Er ist das "Gehirn" der Kamera und verarbeitet die Bildinformationen. Fujifilm hat aus diesem Element einen leistungsfähigen Mini-Computer im Chipformat gemacht, der auch die Handhabung

der Kameras verbessert. Das zeigt sich an schneller Aufnahmebereitschaft, minimaler Auslöseverzögerung und dem sparsamen Umgang mit wertvoller Energie.

Die FinePix F10 zum Beispiel kann mit nur einer Akkuladung bis zu 500 Bilder aufnehmen.

## Zeigen Sie die Bildqualität!

Fujifilm bietet seinen Handelspartnern attraktive PoS-Materialien an, um die Bildqualität der Real Photo Technik anschaulich zu demonstrieren. Ein Beispiel dafür ist der originelle Lamellenschieber auf dieser Seite: Damit zeigen Sie Ihren Kunden den Unterschied zwischen einem Blitzfoto und einem stimmungsvollen Bild mit Real Photo Technik in Sekundenschnelle. Weitere Exemplare der Karte (z. B. für Kolleginnen und Kollegen) erhalten Sie kostenlos durch ein kurzes Fax an Fujifilm: 0211-50 89 129.

entsprechend Kleinbild

#### i+fc Neuheiten

### Adobe präsentiert Photoshop Elements 4.0 und Premiere Elements 2.0

## Software-Duo für Bildund Videobearbeitung

Mit Photoshop Elements 4.0 und Premiere Elements 2.0 bringt Adobe ein Software-Duo auf den Markt, das sich zur Bearbeitung, Verwaltung und Präsentation digitaler Fotos sowie zur Erstellung eigener Videos eignet.

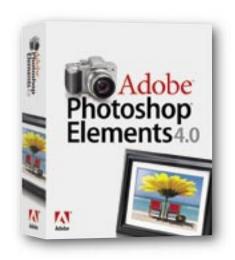
Adobe Premiere Elements 2.0 stellt alle Werkzeuge bereit, mit denen Videos professionell bearbeitet werden können. Die Software erweist sich dabei als äußerst benutzerfreundlich. Geboten werden optimale gestalterische Kontrolle und Zuverlässigkeit bei der Bearbeitung von Videomaterial. Das Überspielen des Videomaterials auf den Rechner ist denkbar einfach. Der DV-Camcorder wird einfach per FireWire oder i.LINK an den Computer angeschlossen, und die gesamten Aufnahmen können in einem Arbeitsschritt direkt in das Sichtfenster von Premiere Elements 2.0 übertragen werden. Bei neuen DV-Camcordern, die "DV via USB" unterstützen, kann das Material per USB-Schnittstelle übertragen werden. Premiere Elements 2.0

Adobe Premiere Elements 2.0

erkennt dabei automatisch sämtliches Filmmaterial auf der DV-Kassette, teilt die Clips in einzelne Elemente auf und zeigt sie in der richtigen Reihenfolge an, so daß der Anwender sofort mit der Bearbeitung anfangen kann. Die Arbeitsfläche von Adobe Premiere Elements 2.0 besteht nicht aus frei schwebenden Paletten, wie es von der Vorgänger-Version bekannt ist, sondern aus mehreren aneinander angedockten Fenstern. Wird die Größe eines Fensters verändert, so passen sich alle anderen Fenster automatisch an. Somit ist der Überblick gewährt. Über die einzelnen Schaltflächen der Navigationsleiste, die den logischen Arbeitsschritten bei der Videobearbeitung entsprechend angeordnet sind, können die benötigten Bearbeitungsfenster schnell aufgerufen werden. Für das Erstellen von Titeln und DVD-Menüs, das Brennen der DVD oder den Export in verschiedene Formate zwecks Web-Streaming oder Versand per E-Mail stehen ebenfalls entsprechende Optionen bereit.

#### **Optimierte Fotos**

Adobe Photoshop Elements 4.0 ist ebenfalls sehr leistungsfähig und benutzerfreundlich. Fotos können durch die automatische Entfernung des Rote-Augen-Effektes, der Korrektur von Hauttönen und mit neuen Auswahlwerkzeugen, die die Anpassung bestimmter Bildbereiche vereinfachen, optimiert werden. Der erweiterte Foto-Downloader lädt Dateien sofort von angeschlossenen Digitalkameras oder Mobiltelefonen herunter, selbst wenn Photoshop Elements 4.0 noch nicht gestartet wurde. Photoshop Elements 4.0 bietet neue und erweiterte Funktionen zur Bildkorrektur und -optimierung sowie fortschrittliche Bearbeitungsoptionen für ein hohes Maß an kreativer Kontrolle. So können beispielsweise bestimmte Bereiche des Fotos schneller ausgewählt werden. Farbe, Belichtung und Kontrast werden dabei punktgenau optimiert. Zudem bietet Adobe Photoshop Elements 4.0 die Möglichkeit, Bilder auf unterhaltsame Art zu präsentieren. Fotos können mit unterschiedlichen Tools zu einer unterhaltsamen Diashow zusammengestellt werden. Ebenso ist auch eine Online-Bestellung von Abzügen möglich. Professionelle Kodak-Prints



werden direkt ins Haus geliefert. Mit der Option "Foto-Mail" kann aus einer einfachen Nachricht eine ansprechende Foto-E-Mail gestaltet werden.

Fotos können außerdem an Premiere Elements 2.0 übergeben werden, um sie dort in Filmprojekte einzubinden oder um Diashows auf DVD zu brennen.

Die erweiterten Funktionen für die Verwaltung von Fotos in Adobe Photoshop stellen sicher, daß die Bilder unabhängig von Ablageort und der Größe des Bestandes sofort griffbereit zur Verfügung stehen. Alle Bilder werden übersichtlich an zentraler Stelle angezeigt und automatisch nach Datum sortiert. Umbenennen, Verschieben und Duplizieren von Dateien sind nicht erforderlich.

Für den Vertrieb im Fachhandel möchte Adobe die beiden neuen Software-Versionen im Bundle anbieten.

miz



#### Innovation

Neue Entwicklungen gibt es nicht nur bei der Technologie. Was zählt ist, wie man sie im Einzelhandel kundenorientiert einsetzt, um den Verbraucher durch geschicktes Kombinieren von Produkten und Dienstleistungen sowie einem "Einkaufserlebnis" langfristig an sich zu binden.

#### PMA 2006

Ideen und Konzepte dieser Art finden Sie in Seminaren - Imaging Produkte und Dienstleistungen von Morgen, Marketing Magic, Loyalty Disney Style - und "zum Anfassen" auf der Messe selbst - im Mobile Imaging Pavillion, bei den Shoot-Out Wettbewerben und bei den Ausstellern. Machen Sie sich selbst ein Bild davon, wie Sie und Ihr Geschäft von den neuesten Entwicklungen profitieren können.



PMA International Headquarters 3000 Picture Place Jackson, MI, 49201 USA

Telefon 001 517 788-8100 Telefax 001 517 788-7809 PMA Büro für Europa Hiltensperger Straße 9 80798 München

Telefon 089 54558128 Telefax 089 2730291



PMA 2006 International Convention and Trade Show 26. Februar - 1. März 2006

Orange County Convention Center, West Building • Orlando, Florida USA

www.pmai.org/pma2006

## Zubehörverkäufe zur Kundenbindung nutzen

# Imaging-Produkte als Hits auf dem Gabentisch

Noch niemals zuvor war das Angebot an Imagingprodukten so vielfältig wie in diesem Jahr. Foto hat das Zeug, zum Hit auf dem Gabentisch zu werden. Die Breite des Angebots bietet Geschenkideen für jede Zielgruppe: die Digital-SLR oder die komplett ausgestattete Bridgekamera für den Vater, die designorientierte kompakte Digitale für die Mutter, das Fotohandy-Drucker-Komplettset für den Nachwuchs, der digitale Bilderrahmen für die Großeltern, dazu viele Spezialprodukte wie High-Tech-Ladegeräte, Fotodrucker oder Digitalprojektoren als Anschaffung für die ganze Familie. Und um nicht in den Verdacht des Chauvinismus zu kommen, sei festgestellt, daß diese Auflistung nur einen Ausschnitt darstellt und gleichzeitig beispielhaft ist. Natürlich gibt es fotobegeisterte Frauen, die Spiegelreflexkameras benutzen, und natürlich darf auch der gestandene Mann seine Bilder vom Kamerahandy auf einem Fotodrucker in ein anfaßbares Bild verwandeln.

Diese Feststellung zeigt, worin die Chance des Fotohandels im Weihnachtsgeschäft des Jahres 2005 liegt: In der Vielfalt der Waren und den daraus entstehenden Möglichkeiten der Kundenansprache. Dem Händler vor Ort sei empfohlen, einerseits die Werbe- und Verkaufsunterstützung von Industrie und Handelskooperationen zu nutzen, andererseits aber auch eigene Ideen und Konzepte zu entwikkeln. Dabei sollte der Schwerpunkt der Planungen auf zwei Themen liegen: Wie kann ich mich von meinen Wettbewerbern, insbesondere von der Großfläche, abheben, und welche Produkte kann ich zur Kundenbindung nutzen? Sprich: Für welche Produkte braucht der Kunde Verbrauchsmaterialien, die er später wieder bei mir kaufen kann?

Das mag einfach klingen, setzt aber dennoch ein klares Konzept voraus. Es gilt zu klären, welche Zielgruppe mit welchem Portfolio erreicht werden soll. So ist es langfristig gesehen sicherlich wenig hilfreich, beispielsweise einen Drucker zum Schnäppchen-EK einzukaufen, an dem man einmalig

relativ viel Geld verdient, wenn anschließend keine Verbrauchsmaterialien wie Papier und Tinten oder Thermosublimations folien im Angebot sind - und der Kunde diese Artikel in einem anderen Geschäft kaufen muß. Besser fährt sicherlich derjenige, der schon beim Ordern ein stimmiges Sortiment im Kopf hat. Und daraus dann beispielsweise Pakete zusammenstellen kann, die nicht im Preisvergleich stehen, da es sie so nirgendwo anders gibt. Nichts spricht dagegen, margenträchtige Produkte, die beispielsweise von den Kooperationen europa-foto und Ringfoto günstig eingekauft und den Mitgliedern angeboten werden,



Digital-SLRs wie die Konica Minolta Dimage Z6, die Canon EOS 5D oder die Sony R1 wenden sich an die Könner unter den Fotografen und versprechen erfreuliche Zubehörverkäufe.





zur Attraktivitätssteigerung eigener Pakete zu nutzen. Ratsam ist es auch, sich auf Produkte zu konzentrieren, die dem Fotohandel exklusiv angeboten werden bzw. die Alleinstellungsmerkmale aufweisen und damit ebenfalls nicht vergleichbar sind.

#### **Fotokameras**

Im Mittelpunkt der Verkaufsaktivitäten des Fotohandels stehen naturgemäß Kameras. Auch hier bietet sich ein breites Spektrum, das sich im Sinne konsequenter Zielgruppenansprache sinnvoll gliedern läßt (und gegliedert werden sollte). Denn nichts ist für unentschlossene Verbraucher



verwirrender, als einem Sammelsurium unterschiedlicher Geräte gegenüberzustehen, die schon untereinander nicht vergleichbar sind.

Einer der möglichen Gliederungs-

Zwei Digitalkameras, die durch ihren extrem großen Brennweitenbereich auffallen: Die Panasonic Lumix DMC-FZ30 mit 35–420 mm (entsprechend Kleinbild) und die Kodak EasyShare P850 mit 36–432 mm (entsprechend Kleinbild).



punkte könnte zum Beispiel "Digital-Spiegelreflex" heißen. Hier bietet die Industrie eine Fülle von Produkten, die von klassischen Systemkameras bis zu komplett ausgestatteten Bridge-Kameras reichen. Dabei ist komplett ausgestattet lediglich so zu verstehen, daß diese Modelle schon in ihrer Grundversion so viele Features bieten, daß Fotos auf gehobenem Niveau problemlos möglich sind. Was den Handel jedoch nicht davon abhalten sollte, Zubehör wie Tele- und Weitwinkelkonverter, Blitzgeräte, Filter, Taschen etc. zu verkaufen. Ein ernstzunehmendes Argument für den Verkauf der hochwertigen digitalen SLR-Kameras ist, und daran hat sich gegenüber der Analogfotografie nichts geändert, daß diese Zielgruppe sehr interessiert an Bilddienstleistungen ist. Ein spezielles Weihnachtspaket könnte also beispielsweise aus einer Kamera, einem Blitzgerät, einer Tasche und einem Gutschein für ein digitales Fotobuch bestehen.

Wem das Thema "Spiegelreflex" zu allgemein ist, der kann sich innerhalb dieser Produktgruppe auf spezifischere Kriterien konzentrieren. Eines davon könnte zum Beispiel extreme Brennweite sein. Je nach Fotografencharakter lassen sich hier mit einzelnen Geräten ganz spezielle Zielgruppen ansprechen. So kommen etwa diejenigen, die gern mit Super-Telebrennweiten arbeiten, ebenso auf ihre Kosten wie diejenigen, die einen niedrigen Brennweitenwert brauchen, um Panoramaaufnahmen zu machen oder größere



#### i+fc Handel

Gruppen in Innenräumen zu fotografieren. Der Vorteil dieser Konzentration auf ein bestimmtes, extremes Ausstattungsmerkmal liegt darin, daß nicht allzu viele Produkte im Markt sind, so daß der Händler dem Kunden selbst mit wenigen Modellen eine repräsentative Auswahl zeigen kann. Wer sich auf diese "Kameraspezialitäten" konzentriert, der sollte das auch in seiner Werbung und





Bilder oben: Während die Canon Ixus i-zoom Gold und die Casio Exilim Z500 als Beispiele für designorientierte Kompaktkameras gelten können, haben die (Bilder unten) Casio Exilim Z750 und die Panasonic Lumix DMC-FX9 einen großen Monitor als gemeinsames Kennzeichen.





#### Voigtländer stellt einen der kleinsten Datenprojektoren vor

Voigtländer DLP 200 heißt einer der kleinsten Digitalprojektoren der Welt. Das Gerät hat die Abmessungen 121 x 99 x 47,5 mm und wendet sich vor allem an diejenigen Nutzer, die in kleinem Kreis Präsentationen vorführen wollen. Das kann beispielsweise ein Außendienstmitarbeiter sein, der seine Zuhörer durch die Projektion nicht zwingt,

auf den Monitor seines Notebooks zu schauen, es kann aber auch der Reisende sein, der seiner Familie oder seinen Freunden seine fotografischen Reiseerlebnisse präsentieren will, ohne daraus gleich eine Diashow im großen Stil zu machen. Der Voigtländer DLP 200 hat eine Auflösung von 800 x 600



Bildpunkten. Er ist in der Lage, aus Projektionsabständen zwischen 60 und 200 cm Bilder mit bis zu 16,7 Millionen Farben in einer Größe zwischen 12 und 60 Zoll zu projizieren. Er ist PC-kompatibel und besitzt Eingänge für S-Video und VGA analog sowie einen Audio-Eingang und einen Audio-Ausgang. Präsentationen können außerdem direkt von einer SD-Karte abgerufen werden. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 849 Euro. Wie bei allen Voigtländer-Produkten ist dieser Preis mit einer guten Marge kalkuliert. Das Gerät ist exklusiv über Ringfoto zu beziehen.

seiner Kundenansprache herausstellen, um sich deutlich von den "Me too"-Wettbewerbern zu unterscheiden.

Dies gilt auch für das Geschäft mit kompakten Digitalkameras. Bei dieser Produktgruppe lassen sich ebenfalls verschiedene Themen bestimmen, zu denen ein Portfolio zusammengestellt werden kann. Als Beispiele seien hier die Themen "großes Display", "Design", hohe Auflösung oder einfaches Drucken genannt.

#### Videokameras

Beim Videofilmen haben neue Geräte, die ohne Bandmaterial auskommen, eine Entwicklung angestoßen, die sich positiv auf die Geschäfte des Fotohandels auswirken kann. Voraussetzung ist aber, daß der Fotohändler die Auffassung vieler Branchenexperten teilt, daß derzeit mit Camcordern, die die Bilder auf Festplatte oder CD/DVD aufzeichnen, sowohl gute Umsätze zu erzielen sind als auch verlorengegangenes Terrain in Sachen Video wieder zurückerobert werden kann. Die deutlich einfachere Handhabung der neuen bandlosen Geräte, vor allem hinsichtlich der Nachbearbeitung von Videomaterial, und die wesentlich größere Verwendbarkeit der Aufnahmen haben zwei Wirkungen: Zum einen reduziert sich der Erklärungsaufwand. So müssen sich Händler, die neu oder wieder in diese Materie einsteigen wollen, nicht langwierig in ein neues Thema einarbeiten. Modernes Videografieren funktioniert fast selbsterklärend. Zum anderen steigt aus genau diesem Grund das Interesse der Anwender an den bewegten Bildern. Nicht zuletzt sorgen auch Digital-



Der Canon DC20 ist ein Vertreter der neuen Camcorder-Generation, die zur Aufzeichnung der Bilder ohne Band auskommt.

kameras und Fotohandys mit Videofunktion dafür, das Interesse an Videofilmen zu wecken. Und so mancher Kunde, der erst einmal von diesem Hobby begeistert ist, wird sich sicherlich früher oder später nicht mehr mit geringer Qualität zufriedengeben und dann "ernsthaft" mit hochwertigen Produkten weitermachen wollen. Da sich momentan offensichtlich keine Handelsbranche so recht mit dem Thema Digital-Video auseinandersetzen will, sollte der Fotohandel die sich bietende Chance im aktuellen Weihnachtsgeschäft nutzen.

#### Zuhehör

Umsatzchancen ergeben sich schließlich auch und vor allem beim Zubehör. Gerade als Weihnachtsgeschenk suchen die meisten Verbraucher Dinge, die nicht alltäglich sind. Und die können sie auch im Fotohandel finden – wenn sich der Händler





Der Jobo Giga one Fotospeicher mit einer Kapazität von 20 GB und der Philips Fotorahmen, der ebenfalls von Jobo vertrieben wird, sind Beispiele für ausgefallene Zubehörprodukte im Imagingbereich.

rechtzeitig dafür interessiert, welche Produkte die Industrie bereithält, diese ordert und sie dem Kunden schließlich auch aktiv anbietet.

### Fotohandy-Komplett-Set von debitel und Kodak

Zu einem der Verkaufsschlager des Weihnachtsgeschäftes könnte das Fotohandy-Komplett-Set werden, das debitel und Kodak für Ringfoto entwickelt haben. Das Set beinhaltet ein Fotohandy Nokia 6230i und eine Kodak EasyShare Druckerstation Plus Serie 3, mit der die Handybilder sofort, ohne

Einsatz eines PCs und ohne, daß Kabel benötigt werden, gedruckt werden können. Das Nokia 6230i ist mit einer 1,3-Megapixel-Kamera ausgestattet und bietet Platz für eine Wechselspeicherkarte mit bis zu 512 MB Kapazität. Es unterstützt die kabel-



lose Datenübertragung per UMTS, Bluetooth und Infrarot und ist damit nicht nur in der Lage, Bilddaten schnell per Mobilfunk in alle Welt zu schicken, sondern auch kompatible Drucker wie das im Paket enthaltene Kodak EasyShare Modell anzusteuern. Die Kodak EasyShare Druckerstation Plus Serie 3 liefert in kurzer Zeit hochwertige Thermosublimationsdrucke bis zum Format 10 x 15 cm, die vor der Ausgabe mit einer speziellen Schutzschicht versiegelt werden und so äußerst langlebig sind.



Nichts ist für die Ewigkeit. Außer Sie machen ein Foto davon. Und dank des integrierten **Anti-Shake-Systems der neuen DYNAX 5D** brauchen Sie für scharfe Erinnerungen ohne Verwacklungen nicht einmal ein Stativ. Außerdem ist die digitale Spiegelreflexkamera mit 6,1 Megapixeln, extragroßem LCD-Display und intuitiver Menüführung auch ideal für Einsteiger. Einfach klicken und überzeugen: **www.dynax5d.de** 





### Kodak meldet hohen Verlust im dritten Quartal

Die Eastman Kodak Company hat für das dritte Quartal 2005 einen Verlust von 1,03 Milliarden US-\$ bekanntgegeben. 900 Millionen davon entstanden durch Rückstellungen aus Wertberichtigungen des Anlagevermögens und haben keine Auswirkungen auf die Liquidität des Unternehmens. Der Umsatz stieg im dritten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um fünf Prozent auf 3,37 Milliarden US-\$ - dabei wuchsen die Erträge mit digitalen Produkten um 47 Prozent auf 1,89 Milliarden US-\$. Das traditionelle Geschäft ging um 20 Prozent auf 1,66 Milliarden US-\$ zurück. Der operative Verlust betrug im dritten Quartal 103 Millionen US-\$ gegenüber einem Gewinn in Höhe von drei Millionen US-\$ im Vorjahreszeitraum. Der Gewinn mit digitalen Produkten belief sich auf 10 Millionen US-\$ (Vorjahr: 6 Millionen US-\$), war aber bereinigt um außerordentliche Einflüsse aus der Übernahme von Kodak Polychrome Graphics und Creo deutlich höher. Kodak hat wiederholt betont, daß der Löwenanteil der Erträge aus dem Digitalgeschäft in den letzten vier Monaten dieses Jahres zu erwarten sei. Der Umsatz im Geschäftsbereich Digital & Film Imaging sank um 16 Prozent auf 1,995 Milliarden US-\$. Der operative Gewinn ging von 230 Millionen US-\$ im dritten Quartal des Vorjahres auf 108 Millionen US-\$ zurück. Positiv entwickelte sich mit einer Steigerungsrate von 48 Prozent der Verkauf von Kodak Picture Maker Kiosks und Medien; der Absatz von Home Printing Produkten und Medien einschließlich der Kodak EasyShare Printer Docks stieg um 45 Prozent und der Umsatz mit Digitalkameras um 20 Prozent. Die Schulden der Eastman Kodak Company verringerten sich im dritten Quartal gegenüber dem zweiten um 158 Millionen US-\$ auf 3.56 Milliarden US-\$. Zudem hatte das Unternehmen auf einer Investorenkonferenz Ende September in New York ein neues Geschäftsmodell für ihr Consumer Geschäft bekanntgegeben. Mit Wirkung vom 1. Januar 2006 wird das Portfolio des Geschäftsbereiches Digital & Film Imaging Systems in die Consumer Digital Imaging Group und

die Film Imaging Systems Group aufgeteilt. Zum selben Termin tritt Bernard Masson, zur Zeit als Präsident Digital & Film Imaging Systems Leiter des Kodak Consumer-Geschäfts, in den Ruhestand. Philip J. Faraci, der Ende vergangenen Jahres von Hewlett-Packard zu Kodak kam, wird als Präsident der Consumer Digital Imaging Group die Bereiche Digitalkameras, Kiosks, Home Printing Systeme, Inkjet-Systeme, Digital Imaging Dienstleistungen und Imaging-Sensoren verantworten. May Jane Hellyar, die seit vielen Jahren bei Kodak ist und zur Zeit das Display-Geschäft leitet, wird zusätzlich die Leitung der Film Imaging Systems Gruppe übernehmen.

### Großlabors erwarten eine Milliarde digitale Bilder

Die im Bundesverband der Photo-Grosslaboratorien (BGL) zusammengeschlossenen deutschen Finisher erwarten für dieses Jahr erstmals ein Volumen von mehr als einer Milliarde digitaler Bilder. Das gab der BGL in einem Bericht über den Verlauf des ersten Halbjahres bekannt. In den ersten sechs Monaten 2005 haben die BGL-Labors 462,5 Millionen Digitalbilder an ihre Kunden ausgeliefert. Das entspricht einer Wachstumsrate von 85 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2004. Die Milliardengrenze, heißt es in einer Pressemitteilung, dürfte auf dieser Basis für das Gesamtiahr deutlich überschritten werden. Zusammen mit rund 3,8 Milliarden analogen Bildern ergibt sich für 2005 eine Gesamtproduktion der deutschen Fotofinisher von ca. 4,8 Milliarden Prints. Dabei beträgt der Exportanteil etwa 18 Prozent. Erfreulich entwickelt sich der Markt für Geschenkartikel, der erfahrungsgemäß im vierten Quartal seinen Höhepunkt erreicht. Der BGL betont, daß sich die Großfinisher einig sind, daß gedruckte Fotobücher in diesem Jahr zu absoluten Rennern werden. Für 2006 erwarten die Großlabors einen Rückgang bei den analogen Bildern und einen Zuwachs bei Digitalprints. Laut Hochrechnungen wird für die Jahre 2006 und 2007 eine Stabilisierung des Gesamtbildermarktes für das Großfinishing in einer Größenordnung von 4,5 Milliarden Bildern prognostiziert. Für die späteren Jahre wird wieder mit Wachstum gerechnet.

## GP Batteries mit breitem Ladegeräteportfolio Akkuladen mit Sicherheit

Akkus und Akkuladegeräte gehören zu den Produkten, die dem Handel mit Blick auf die erzielbaren Erträge nach wie vor große Freude bereiten. "Damit die gekauften Produkte aber auch dem Kunden Freude bereiten, sollten sie bestimmte Anforderungen erfüllen, sowohl in technischer als auch in optischer Hinsicht", betont Thilo Hack, Vertriebsleiter GP Batteries Deutschland. "Denn nur wenn Akkus optimal geladen werden, behalten sie auf lange Sicht ihre volle Kapazität. Wir beweisen mit unseren Produkten, daß State-of-the-Art-Technologie und formschöne Gestaltung bei Ladegeräten keinen Widerspruch darstellen müssen."

Nicht nur der zu schnelle Kapazitätsverlust stellt ein Problem dar, wenn Akkus falsch geladen werden. Es besteht darüber hinaus auch die Gefahr, daß Energiezellen und/oder das Gerät in Brand geraten oder explodieren. Dazu bedarf es noch nicht einmal eines Billigproduktes ohne technische Prüfsiegel, schon allein das versehentliche Einlegen einer nicht zum Wiederauf-

laden geeigneten Primärbatterie kann fatale Folgen haben. Hack: "Macht der Händler seinen Kunden auf diese Problematiken aufmerksam, kann er nicht nur seine Beratungskompetenz unter Beweis stellen, sondern auch rechtfertigen, warum technisch ausgefeilte Produkte in der Regel teurer sein müssen als weniger entwickelte Geräte." GP Batteries hat beispielsweise in die

Produkte seiner Premium-Serie Sicherheitsmechanismen integriert. So kann dank neuester Mikroprozessorsteuerung und Einzelkanal-Überwachung bei diesen Ladegeräten jede Batterie separat überwacht werden. Auch bei Fehlern informieren die intelligenten



Geräte von GP Batteries proaktiv. Sollte zum Beispiel ein Akku nicht richtig funktionieren oder versehentlich eine Alkaline-Batterie eingelegt



diesen Schacht automatisch unterbrochen. Eine Temperaturüberwachung sorgt dafür, daß die Zellen keinen Schaden erleiden. Zudem schalten die Geräte automatisch ab, sobald die Batterien vollständig geladen sind.

### Neues Schnell-Ladegerät: Akkuladen in 15 Minuten

GP Batteries hat den neuen GP PowerBank Express vorgestellt: Der innovative Schnell-Lader für die Akkugrößen Mignon (AA) und Micro (AAA) wurde mit einem intelligenten Mikroprozessor ausgestattet, der es ermöglicht, vier NiMH-Akkus gleichzeitig oder einzeln in nur 15 Minuten aufzuladen - auch dann. wenn die Akkus sich in unterschiedlichen Ladezuständen befinden. Denn der



Lader besitzt vier Ladeschächte, die dank modernster Technik unabhängig voneinander betrieben und gesteuert werden können. Für die GP Power Bank Express ist kein Zukauf von Spezialakkus notwendig. Alle handelsüblichen hochstromfähigen Akkus können verwendet werden. Um Beschädigungen der Akkus vorzubeugen, zum Beispiel durch Überladung, überhöhte Temperaturen oder negative Delta-Spannung, hat GP Batteries die GP PowerBank Express mit einer Reihe von innovativen Sicherheitsfeatures ausgestattet. Es wurden spezielle Sensoren integriert, die jeden Batterieschacht unabhängig voneinander überwachen können und entsprechende Informationen proaktiv an den Mikroprozessor weitergeben. Somit ist zu jeder Zeit gewährleistet, daß alle vier Akkus opti-

mal bis zum Maximum geladen werden. Mit einer handelsüblichen Spannung von AC100-240 Volt und einem Car Adapter für den Zigarettenanzünder ist die GP PowerBank Express nahezu überall und zu jeder Zeit einsetzbar.

### Imaging Summit 2005 in Nürnberg

Am 5. und 6. Dezember 2005 findet in Nürnberg wieder der "Imaging Summit" statt. Im Mittelpunkt der gemeinsam von der GfK und den photokina-Veranstaltern (Koelnmesse GmbH und Prophoto GmbH) ausgerichteten Veranstaltung sollen wieder die neuesten Entwicklungen und Trends auf dem Foto- und Imaging-Markt stehen. Dabei soll deutlich werden, wie eng die einzelnen Märkte aus Fotografie und Unterhaltungselektronik, IT und Telekommunikation mittlerweile zusammengerückt sind: Deshalb wendet sich der "Imaging Summit 2005" ausdrücklich an Industrie, Handel und Presse aus diesen Branchen in ganz Europa. Der erste Tag steht ganz im Zeichen der Kommunikation: Auf einer ersten Pressekonferenz soll die europäische Fachpresse bereits auf die photokina 2006 eingestimmt werden. Anschließend haben die Teilnehmer am Abend Gelegenheit, sich im Rahmen eines Welcome Dinners in entspannter Atmosphäre über die aktuellen Branchenthemen auszutauschen. Den fachlichen Schwerpunkt bildet das Vortragsprogramm am 6. Dezember. Bekannte Branchenexperten aus Europa und den USA werden aktuelle Marktdaten präsentieren, Trends und Zukunftsperspektiven aufzeigen und Problemlösungen skizzieren. Zu den Referenten zählen unter anderem Rolf Bürkl, Senior Research Consultant, GfK Marktforschung, Ramon Ollé, CEO und Chairman der Epson Europe B.V., Rüdi Bär, CEO der Mobilezone AG, Schweiz, Wulf-D. Schmidt-Sacht, Vorstandsmitglied von CeWe Color, und Don Franz, Photofinishing News Inc.

### Sony nicht auf CeBIT vertreten

Einem Bericht der Welt am Sonntag vom 23.10.2005 zufolge wird Sony auf der CeBIT 2006 nicht ausstellen. Dies bestätigte auch die Presseabteilung des Unternehmens. Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, sieht die CeBIT nicht mehr als die richtige Plattform für das Unternehmen, so die Welt am Sonntag. "Wenn es darum geht, die neuen Geräte vorzustellen, müßten wir in der Informationstechnologie alle drei Monate und in der Unterhaltungselektronik alle sechs Monate eine Messe machen", erklärt Gerdes Sonys

Fortbleiben von der weltgrößten Computermesse. Sony solle künftig noch mehr auf die Konsumenten fokussiert werden, und das Segment Unterhaltungselektronik solle weiter gestärkt werden.

### Fotopoint neuer Vertriebspartner von O<sub>2</sub>

 ${\rm O_2}$  kooperiert ab sofort mit dem Fachhändler Fotopoint: Deutschlandweit sind alle Mobilfunkprodukte von  ${\rm O_2}$  in Fotopoint-Filialen erhältlich. Zum Vermarktungsstart erhielten die Mitarbeiter ein umfassendes Verkaufstraining durch die Sales Academy von  ${\rm O_2}$ .

Fotopoint verfügt über ein deutschlandweites Filialsystem mit insgesamt 280 Geschäftsstellen. Neben klassischen Fotoprodukten und Unterhaltungselektronik vertreibt der Fachhändler auch Mobilfunkprodukte.

Alle Angebote von  $O_2$  sind vorerst in 109, bis Ende des Jahres in sämtlichen Fotopoint-Filialen erhältlich. Um eine umfassende Kundenberatung zu gewährleisten, lud die Sales Academy von  $O_2$  Ende September an sieben Standorten zu eintägigen Verkaufsschulungen ein. Dabei wurden die Teilnehmer mit den Produkten vertraut gemacht.



### Neuer günstiger Epson Fotodrucker für den Allround-Einsatz zu Hause

Epson hat den neuen Fotodrucker Stylus Photo R220 ins Programm aufgenommen. Er druckt Textdokumente und randlose Bilder bis zum Format A4 und braucht beispielsweise für ein Foto im klassischen 10 x 15-Format weniger als eine Minute. Sechs Tintenfarben und Epsons bewährte MicroPiezo-Drucktechnologie bringen mit bis zu 5.760 x 1.440 dpi eine Fotoqualität zu Papier, die den Ver-

gleich mit Laborbildern nicht zu scheuen braucht. Sechs separate Tintenpatronen sorgen für wirtschaftlichen Betrieb. Geeignete CDs und DVDs können mit dem Nachfolger des beliebten **Epson** Stylus Photo R200 ebenfalls bedruckt

werden. Das Gerät wendet sich vor allem an Anwender, die einen in Anschaffung und Betrieb günstigen "Allrounder" für das Drucken von echten Fotos zu Hause suchen. Sie erhalten den Epson Stylus Photo R220 ab sofort für 99 Euro

(unverbindliche Preisempfehlung).



Mit dem neuen PictureMate 100 hat Epson ein weiteres Modell in der Reihe der kleinen, mobilen Foto-Direktdrucker vorgestellt. Ein Foto in Epson-Qualität ist bereits nach 91 Sekunden fertig und kostet 29 Cent. Die Bedienung des Gerätes ist einfach: Nachdem die Speicherkarte in den entsprechenden Slot gesteckt wurde, kann

ein Bild ausgewählt werden, dann wird der Printknopf gedrückt, und der Druckvorgang startet. Und damit man vorher sieht, was nachher rauskommt, gibt es ein 1,5-Zoll-Farb-LC-Display zur Kontrolle. Der Epson PictureMate 100 ist ab sofort zum empfohlenen Verkaufspreis von

149 Euro erhältlich. Dank eines optionalen Lithium-Ionen-Akkus und eines integrierten

Tragegriffes eignet sich das Gerät auch zum Drucken on location. Dort braucht es kein Stromnetz zu geben.

### Roxio ermöglicht sicheres Foto-Sharing mit neuem WinOnCD 8 CD & DVD Pro

Roxio liefert ab sofort die neue Version vom WinOnCD mit der Bezeichnung WinOnCD 8 CD & DVD Pro aus. Das Programm ermöglicht, durch LiveShare digitale Fotos anderen Personen zugänglich zu machen. Dabei können Benutzer Fotos direkt über ihre PC-Festplatte freigeben. So können auch entfernte Personen Fotos einfach sehen, ohne daß Dateien per E-Mail versendet oder in ein Online-Album eingestellt werden müssen. Unabhängige Untersuchungen haben gezeigt, daß LiveShare absolut sicher ist und Außenstehende nur das betreffende digitale Fotomaterial sehen und herunterladen können, das freigegeben wurde. Über LiveShare ist zunächst eine Art Thumbnail zu sehen. Der Betrachter entscheidet dann, ob er das Foto herunterladen will oder nicht. Zusätzlich zu den umfangreichen Tools zur Foto-Bearbeitung und Korrektur enthält WinOnCD 8 CD & DVD Pro umfassende Funktionen für Digitalfotografen. So können zum Beispiel "Diashows" von der Festplatte, Video-CD oder -DVD im Widescreen-Format (16:9) mit animierten Pan & Zoom-Effekten präsentiert und Dolby Digital Sound



sowie begleitende Kommentare integriert werden. Auch werden der Zugriff auf das Heimnetzwerk und das Anzeigen von Medien sehr einfach. Große Sammlungen von Digitalfotos können einfach organisiert, fortlaufend indiziert und mit einem einzigen benutzerfreundlichen Medienmanagementprogramm in Disksammlungen importiert werden. WinOnCD 8 CD & DVD Pro ist ab sofort lieferbar.

### SunDisk Speicherkarte kommt mit neuem Rolling Stones-Album auf den Markt

SanDisk führt unter der Bezeichnung "gruvi" die ersten, frei verfügbaren Flash-Speicherkarten mit Premium-Musikinhalten ein. Premiere feiert das neue Produkt mit dem "A Bigger Bang"-Album der legendären Rolling Stones, das ab November als gruvi-Musikversion auf microSD (TransFlash)-Speicherkarten von SanDisk erhältlich ist. Es wurden bereits weltweit Millionen dieser Speicherkarten an Handset-Hersteller zum Einsatz in Mobiltelefonen versandt. Die gruvi-Speicherkarte hat die Größe eines Fingernagels und wird mit einem Adapter geliefert. Eine Anpassung auf die Größe einer SD-Speicherkarte ist ebenso möglich wie das Abspielen auf einer Vielzahl von SD-kompatiblen Geräten, wie zum Beispiel Notebooks oder PDAs. Das Rolling Stones Album "A Bigger Bang", das erste Studio-Album seit acht Jahren, ist plus Bonus-Inhalt auf der gruvi Musik-Speicherkarte erhältlich, die exklusiv in diesem einzigartigen Format angeboten wird. Um nicht nur alle Musiktitel des neuen Rolling Stones Albums zu erhalten, sondern auch weitere Rolling Stones Titel aus ihrem Katalog, können Kunden diese Titel jetzt vorher anschauen und dann erwerben, also direkt von der Karte - entweder auf einem PC oder einem Handy. Die erforderliche Software zum Abspielen für Mobiltelefone oder Notebooks wird mitgeliefert. Um die Funktionalität der Speicherkarte zu gewährleisten, hat San-Disk mit einer Reihe von professionellen Industrieexperten zusammengearbeitet. Ab Anfang November wird die gruvi Musik-Speicherkarte ausgeliefert.

## Alea jacta est – Die Würfel sind gefallen! emeinsam für Deutschland?!

Nun sind wir politisch in eine Situation gekommen, die wir eigentlich alle nicht gewollt hatten: eine große Koalition aus den Parteien CDU-CSU und SPD unter der Führung einer Bundeskanzlerin Angela Merkel. Nachdem nun auch bekannt geworden ist, wer Bundestagspräsident wird oder ein Ministeramt bekleiden soll, ist nun die große Stunde der ewig Besserwissenden gekommen. Es ist gleichgültig, welche große oder kleine Tageszeitung man aufschlägt; in jeder gibt es prophetische Voraussagen, warum manche Minister das, was sie tun sollen, in ihrem Amt gar nicht können und warum es sowieso nicht geht, daß die bisherigen "Todfeinde" nun vereint am Tisch sitzen, um das zu machen, was alle deutschen Wähler wollen, nämlich eine konstruktive Politik für Deutschland. Denn nur so könnten möglichst bald viele Arbeitslose Beschäftigung finden und die Sozialkassen entlastet werden. Daß es dabei nicht zu noch mehr Schulden kommt, die von den zukünftigen Generationen gar nicht mehr getilgt werden können, das kann in den Köpfen vieler Vorausschauer gar nicht funktionieren.

Mein persönlicher Eindruck von den Ministern in spe ist, wenn ich sie mir einzeln anschaue, daß sie fast alle integer genug sein könnten, um in erster Linie kurzfristig wichtige Entscheidungen zu treffen, die Deutschland wieder richtig nach vorne bringen. Ich glaube sogar, daß es in enger Zusammenarbeit möglich wäre, sich über die Konzeption der eigenen Partei im einen oder anderen Fall hinwegzusetzen, um der ganzen Sache für Deutschland zu dienen. Ich halte es für unnötig, über vergangene große Koalitionen zu spekulieren, weil die Zeit damals anders war und die Politiker sich auch geändert haben. Vor allem aber war die Not in Deutschland mit über 5 Millionen Arbeitslosen lange nicht so groß wie heute, und auch der industrielle

Wettbewerb im Zuge der Globalisierung war damals völlig unbekannt und nicht so hart wie heute. Ich meine, daß wir durch die Wahl am 18.9.2005 völlig neu an einem Anfang stehen, mit der Chance, wieder Vertrauen in eine gute Zukunft zu haben. Wenn wir, wie es so schön heißt, sparsam und fleißig sind! Grundsätzlich sehe ich also, daß wir mit den derzeitigen Ministern erst einmal zufrieden sein sollten, um ihnen die Chance zu geben, auch über den eigenen Schatten zu springen.

Was ich aber bisher vermißt habe, ist, daß sich noch keiner der neuen Mächtigen unserer großen Parteien getraut hat, a priori, das heißt gleich vornherein, auszusprechen, daß die Gewerkschaften oder führende Vertreter wie die Herren Bsirske, Sommer oder wie sie sonst noch heißen, beigebracht bekommen, daß Worte wie Streik oder Druckmachen erst einmal durch wirtschaftlich konstruktive Vereinbarungen ersetzt werden müssen, ohne erneut überlaut die alte Platte "Wir müssen vor allem die Reichen zur Kasse bitten" (um es dann den Armen nicht zu geben) zu spielen, um auf der "Neidschiene" ihre persönlichen Erfolge verzeichnen zu können, die ihnen dann zu einigen 100.000 Euro Einkommen im Jahr verhelfen!

Zum Abschluß meines Kommentares erlaube ich mir, mit einem Rat an alle unsere Politiker aus der Bibel zu schließen, wo es unter Sirach 7,40 heißt: "Quidquid agis, prudenter agas et respice finem – Was du auch tust, bedenke das Ende!" H. J. Blömer

### KASSANDRA

Damit ich nichts versäume, möchte ich unseren Lesern die Notiz auf der Titelseite der Rheinischen Post vom 6. Oktober 2005 nicht vorenthalten. wo es hieß:

"Gewerkschaftsboss droht mit Kampf bis zur Vernichtung

Der Chef der IG Bau, Klaus Wiesehügel, hat gewerkschaftsfeindlichen Arbeitgebern ,Kampf bis zur Vernichtung' angedroht. ,Unternehmer, die Gewerkschaften aus ihrem Betrieb heraushalten wollen und keine Betriebsratswahl zulassen, sind unsere Feinde', sagte Wiesehügel laut IG Bau bei deren Gewerkschaftstag in Bonn. ,Und Feinde muß man bekämpfen bis hin zur Vernichtung.' Eine 'schnelle Eingreiftruppe' solle gegen Betriebe eingesetzt werden, die sich nicht an die Spielregeln eines fairen Wettbewerbs hielten und ihre Arbeitnehmer unmenschlich behandelten."

Ich habe das zum Anlaß genommen, an die Mitglieder des Deutschen Bundestages, Platz der Republik 1, 11011 Berlin, folgendes zu schreiben:

"Sehr geehrte Damen und Herren, mit der beiliegenden Kopie von der Titelseite der Zeitung ,Rheinische Post' von heute, mit dem Bericht Gewerkschaftsboss droht mit Kampf bis zur Vernichtung', wollte ich auf die große Gefahr aufmerksam machen, die mit der Androhung des Gewerkschaftsbosses Wiesehügel in unserem Lande heranreift. Mich erinnert dies an die Zeit des Dritten Reiches. Leider ist damals nicht genug widersprochen worden, als anderen Menschen die Vernichtung angedroht wurde. Ich fordere Sie hiermit als deutscher Staatsangehöriger mit seiner Erfahrung aus dem Dritten Reich auf, Wege zu finden, daß es Menschen wie Wiesehügel, der von seinem Posten entfernt werden muß, nicht weiter möglich ist, andersdenkenden deutschen Bürgern die Vernichtung ihrer Person oder ihres Betriebes mit einer "schnellen Eingreiftruppe' anzudrohen."

Mit freundlichen Grüßen, H. J. Blömer P.S.: Eine Antwort habe ich nicht bekommen!

### Ricohs neue Fünf-Megapixel-Digitalkamera wendet sich vor allem an Einsteiger

Mit der Caplio RR530 hat Ricoh eine Fünf-Megapixel-Digitalkamera ins Sortiment aufgenommen, die Anfängern den unmittelbaren Einstieg in die digitale Fotografie ermöglichen soll. Die RR530 überzeugt laut Ricoh mit durchweg perfekten, kristallklaren Bildern. Kombiniert man das dreifache Zoomobjektiv (mit der Brennweite 5,4–16,2 mm, entspricht 32–96 mm bei Kleinbild) mit der vierfachen Digital-Zoom-Funktion, bietet die RR530 einen zwölffachen Zoom-



bereich. Die stilvolle und kompakte Caplio RR530 wiegt 130 Gramm (ohne Batterien/Akkus, Handschlaufe und SD-Speicherkarte). Dank des einfachen Bedienkonzepts wird digitales Fotografieren selbst für

Anfänger zum Kinderspiel. Wer sich etwas mehr mit den fotografischen Möglichkeiten befassen möchte, kann am Funktionsrad eines der vier Motivprogramme Porträt, Landschaft, Sport und Nachtszenen wählen oder auf Video-Modus schalten. Weiterhin läßt sich die Helligkeit des 1,8"-LC-Monitors leicht anpassen, so daß die Bilder bei so ziemlich jeder Beleuchtung klar zu erkennen sind. Dank USB-Anschluß können die Aufnahmen schnell und einfach auf einen Computer übertragen werden. Ein zwölf MB großer, eingebauter Speicher sorgt für die sofortige Einsatzbereitschaft. Zusätzlich können SD-Speicherkarten genutzt werden.



### Epson stellt neues All-in-One-Gerät zum Drucken, Scannen, Kopieren und Faxen vor

Epson stellt mit dem Epson Stylus Photo RX520 ein Multifunktionsgerät vor, das drucken, scannen, kopieren und faxen kann. Vier separate Tintentanks sind einzeln austauschbar und für je 9,99 Euro (UVP) erhältlich. Als einziges Gerät seiner Klasse bietet der Epson Stylus Photo RX520 nach Herstellerangaben eine integrierte Durchlichteinheit, so daß auch Dias und Negative mit bis zu 2.400 dpi digitalisiert werden können. Die 5.760 optimierten dpi Druckauflösung garantieren hochwertige Textdokumente sowie Fotos in Laborqualität bis zum randlosen DIN-A4-Format. Fotos können über die integrierten Kartenslots sowie PictBridge und USB Direct Print direkt von Speicherkarten und Digitalkameras ausgegeben werden. Komfortabel ist hierbei die Bildvorschau auf dem 1.5-Zoll-LC-Farbdisplay, Beim Scannen sorgt das Gerät für automatische Farbrestaurierung und Staubentfernung, und die PhotoEnhance-Funktion optimiert bei Bedarf Kontraste und Farben. Der Epson Stylus Photo RX520 ist für 199 Euro (UVP) erhältlich.

### AF 4-5,6/55-200 mm Di II LD Makro ist neu im Tamron-Sortiment

Das neue Telezoom AF 4–5,6/55–200 (entspricht 85–310 mm bei Kleinbild) von Tamron wurde ausschließlich für Kameras mit kleinem Bildsensor konstruiert. Es kommt mit einem attraktiven Preis auf den Markt. Da das optische

System für Kameras mit kleinem Sensor konstruiert wurde, ist der Bildkreis gegenüber herkömmlichen Kleinbildkameras ebenfalls kleiner. Dadurch konnten die Gesamtlänge auf 83 mm und der Filterdurchmesser auf 52 mm beschränkt werden. Das Gewicht beträgt 300 g.

Das neue Objektiv hat eine Naheinstellgrenze von 0,95 m. Bei 200 mm Brennweite beträgt der Abbildungsmaßstab 1:3,5. Da die Blende durch ihre neun Lamellen eine fast runde Form hat, erzeugt sie einen natürlich verlau-

fenden Hintergrund, wenn das Motiv davor freigestellt werden soll. Durch die kurze Naheinstellgrenze lassen sich außerdem Makro-Motive in hervorragender Weise freistellen. Das 55-200 mm-Objektiv hat ein neues Design, um die optische Performance über den gesamten Brennweitenbereich aufrechtzuerhalten. Aberrationen werden weitgehend unterdrückt, und es wird eine bemer-

kenswerte Reduzierung der Größe erreicht. Zusätzlich wird ein LD (low dispersion) Glaselement verwendet, um die laterale und axiale chromatische Aberration zu minimieren. Das Objektiv benutzt ein neues optisches System,

um den Einfallswinkel der Lichtstrahlen auf den Bildsensor zu begrenzen. Dies ist notwendig, um den physikalischen Gegebenheiten des Chips gerecht zu werden und eine Randabdunklung zu vermeiden. Die einfallenden Strahlen werden über den gesamten Brennweitenbereich auf einen engen Rahmen begrenzt. Der Lichtabfall zum Rand ist gegenüber herkömmlichen Objektiven minimiert, so daß die Bilder eine gleichmäßige Helligkeit vom Zentrum bis zum Rand aufweisen. Da das Objektiv ausschließlich für digitale Spiegel-

reflexkameras konzipiert wurde, liefert es eine hohe Bildqualität bezüglich Auflösung, Kontrast und Schärfe. Die Bildfeldwölbung wurde weitgehend eliminiert.

Durch die Anwendung der internen Oberflächenvergütung und eine vollkommen neue Mehrschichtvergütung an herkömmlichen Elementen wurden Streulicht und Geisterbilder auf ein Minimum reduziert.









Auf rund 300 Quadratmetern stehen Fotografen bei flashpics in Krefeld verschiedene, komplett eingerichtete Studios zur Verfügung.

# flashpics vermietet Räumlichkeiten stundenweise Shootings im Mietstudio

"Wir wenden uns mit unserem Angebot an die immer größere Gruppe von Digitalfotografen, egal, ob es sich dabei um Profis oder Amateure handelt. Willkommen ist jeder, der stundenweise ein Fotostudio braucht und dabei auf ein komplettes professionelles Equipment zurückgreifen möchte." Andreas Zehmisch, mit den Partnern Thomas Wiesshoff und Burkhard Fidora Inhaber der flashpics GmbH, zeigte sich im Gespräch mit imaging+foto-contact davon überzeugt, eine Marktlücke entdeckt zu haben.

Im Mittelpunkt der Aktivitäten des neu gegründeten Unternehmens steht die Vermietung von Fotoräumlichkeiten in einem Studiogebäude, das Mitte September in Krefeld eröffnet



Viele Fotografen nutzten am Eröffnungstag die Gelegenheit, Räumlichkeiten und Modelle zu testen.

wurde. Dort finden Fotografen auf insgesamt 300 Quadratmetern drei Fotostudios, die den unterschiedlichen Ansprüchen der Nutzer entsprechend eingerichtet sind. So gibt es jeweils ein komplett schwarzes und ein komplett

weißes Studio. Beide sind mit einer Hohlkehle versehen und bieten die Möglichkeit, verschiedene Hintergründe aufzuhängen. Weiterhin bietet flashpics ein flexibles Studio von rund 60 Quadratmetern Größe. Am Eröffnungstag war dort eine Strandszene aufgebaut, und eine Wand war mit einem bunten Graffito versehen. Außerdem steht ein Außengelände zur Verfügung, das zum Beispiel mit Wellblech, einem Teich und einer Brücke über einen kleinen Bach weitere Fotografiermöglichkeiten bietet.

Alle drei Studios sind mit einer Studioanlage bestückt, die bereits ohne weitere Komponenten professionelle Lichtarrangements ermöglicht. Derjenige, dem das nicht reicht, kann darüber hinaus auf einen großen Fundus an Studiozubehör zurückgreifen. Dazu gehören neben weiteren Blitzköpfen auch Soft- und Octoboxen, Stative und Reflektoren.

"Unser Mietstudio ist die Antwort auf die derzeitige wirtschaftliche Situation,

von der natürlich auch Fotografen, Werbefirmen und Verlage betroffen sind", meinte Zehmisch. "Viele Unternehmen sind nicht mehr bereit, hohe Beträge für Profifotografen auszugeben und suchen sich Alternativen unter den vielen hochklassigen Amateuren. Und die finden bei uns für einen Mietsatz ab 15 Euro pro Stunde Räumlichkeiten und technische Möglichkeiten, die nur die wenigsten zu Hause haben dürften." Neben der Vermietung der Fotolocations ist der Handel mit Digitalkameras, -zubehör und Studiozubehör ein weiteres Betätigungsfeld der Flashpics GmbH. So können Fotografen, die im Eifer der Arbeit ihre Speicherkarten gefüllt haben, vor Ort weitere Speicherkarten erwerben, sie können aber auch alle Arten von Studiozubehör der Marken Richter Studiotechnik und Davlite kaufen.

Schließlich realisiert das Unternehmen auch selbst Fotoaufträge. Dabei reicht das Spektrum von Beauty- und Fashionfotografie über Hochzeits-, Model- und Kinder-/Schulfotografie bis zur Produkt-, Werbe- und Veranstaltungsfotografie. "Wir wollen mit unserem Studio auch eine Community entstehen lassen, in der sich Unternehmen und Fotografen einerseits treffen können, um Tips und Tricks auszutauschen, aber auch, um andererseits Kontakte zu knüpfen und Geschäfte zu machen", so Zehmisch. hepä

### tecxus-Energie-Bundle mit Fußball-Trikot

Für Fußball-Fans, die sich rechtzeitig auf das bevorstehende Großereignis WM 2006 vorbereiten wollen, bietet die Batterien- und Akku-Marke tecxus jetzt ein Set aus tecxus Ladegerät TC 2500 photo inklusive 4 NiMH 2500 mAh Mignon-Akkus (AA), kombiniert mit einem hochwertigen Fan-Trikot in erstklassiger Qualität, an. Mit dem originellen Bundle ermöglicht



tecxus seinen Fachhandels-Partnern, von der großen Aufmerksamkeit zu profitieren, die schon jetzt und verstärkt noch in den nächsten Monaten dem sportlichen Großereignis zuteil wird. tecxus vertreibt das Football-Bundle ab sofort neben Deutschland in sechs Ländern weiteren (England, Frankreich, Griechenland, Italien, Schweden und Spanien) jeweils im landeseigenen Design. Das

ganze Set ist in einem ansprechenden Blister verpackt. Bei Abnahme von zwölf Sets gibt es ein weiteres Trikot kostenlos dazu, das der Händler zur verkaufsfördernden Präsentation nutzen kann. Mit dem tecxus TC 2500 photo erweitert der Händler sein Sortiment um ein mikroprozessor-gesteuertes Tischladegerät für 1-4 Micro- (AAA) oder Mignon-Akkus (AA). Das Gerät lädt sowohl NiCD- als auch NiMH-Zellen. Der UVP für das komplette Set liegt bei 55,95 Euro.

### Neue Samsonite Taschen bei Hama

Hama zeigt mit der neuen Samsonite-Serie Ravenna, daß Fototaschen aus dem Hause Samsonite nicht immer nur edel und elegant sein müssen. Die strapazierfähigen Poly-

textaschen für kleine Digitalkameras sind wahlweise in Schwarz oder Oliv erhältlich. Wie bei der Samsonite Kofferreihe Freestvler soll auch bei den Ravenna-Modellen die schlanke, rote Rubber-Applikation auf der Front für den besonderen Blickfang sorgen. Fünf Größen sind mit Deckelklappe, fünf mit Reißverschluß zu haben. Die Modelle mit Deckel-



klappe halten die Kamera dank Klettverschluß schnell griffbereit. Für Speicherkarten oder Ersatzakkus bieten sie eine zusätzliche Vordertasche. Bei den Taschen mit Reißverschluß ermöglichen zwei Reißverschlüsse das schnelle Öffnen des Hauptfaches. Unter einer Deckelklappe verbirgt sich ein zweigeteiltes, weites Vorderfach für Akkus, Speicherkarten und andere Kleinigkeiten. Bei beiden Modellen regulieren elastische Seitenteile aus Neopren den paßgenauen Sitz der Kamera, das extraweiche Fleece-Futter im Inneren schützt speziell das empfindliche Display vor Kratzern. Transportiert werden die Taschen über die Gürtelschlaufe oder den Umhängegurt mit Karabiner. Für den Handel steht die Samsonite Ravenna-Linie mit unverbindlichen Preisempfehlungen ab 14 Euro zur Verfügung.

### Zwei netzwerkfähige Projektoren von Epson

Für Präsentationen bei Kunden, auf Messen, am Point of Sale etc. eignen sich die neuen ultraportablen Digitalprojektoren Epson EMP-750 und Epson EMP-755. Sie wiegen

1,7 kg bzw. 1,8 kg. Zu den Ausstattungsmerkmalen gehören 2.000 **ANSI** Lumen, **Epsons** augenschonende 3LCD-Technologie und



die E-TORL Technik (Epson Twin Optimized Reflection Lamp). Mit diesen Eigenschaften werfen die Geräte auch in nicht vollständig abgedunkelten Räumen scharfe und kontrastreiche Bilder an die Wand. Mit Quick Start kann die



Projektion sieben Sekunden nach dem Einschalten beginnen, und sofort nach dem Abschalten sind die Geräte zum Transport bereit. Die Bedienung ist laut Hersteller intuitiv und beguem. Beide Projektoren sind netzwerkfähig. Der Epson EMP-755 unterstützt dank EasyMP-Technologie den IEEE802.11g-Standard - und damit die schnellste und sicherste WLAN-Verbindung, die es derzeit gibt. Mit ihr sind Datenübertragungsraten von bis zu 54 MB/s möglich. Dabei wird die schnurlose Verbindung durch die aktuellen Sicherheitsprotokolle WEP, WPA, und LEAP geschützt. Der Epson EMP-755 besitzt außerdem einen integrierten MPEG2-Player und ermöglicht so das direkte Abspielen von MPEG2-Dateien von USB- oder CompactFlash-Speichermedien. Zu den Vorteilen der 3LCD-Projektionstechnologie zählen ein sehr großer Farbraum und kräftige Farben ebenso wie eine sehr hohe mögliche Auflösung. Schattierungen und Verläufe können auch in dunklen Bildbereichen ausgezeichnet dargestellt werden. Das Bild, das 3LCD-Projektoren auf die Leinwand bringen, flackert nicht, sondern bleibt stabil, so daß kein "Regenbogeneffekt" entsteht.

Der Epson EMP-750 und der Epson EMP-755 stehen dem Handel ab sofort mit unverbindlichen Preisempfehlungen von 2.146 Euro bzw. 2.494 Euro zur Verfügung.

### H. J. Blömer: Seit 50 Jahren Verleger

# 60 Millionen Fotozeitschriften

In diesem Jahr blickt der Gründer des C.A.T.-Verlages, Hans Joseph Blömer, auf 50 Jahre als Verleger zurück. Die berufliche Bilanz, die der Unternehmer heute ziehen kann, wird von vielen, die ihn auf diesem Weg begleitet haben und begleiten, genauso respektiert wie die Leistungen, die er in dieser Zeit für die deutsche und internationale Fotobranche erbracht hat: Viele Millionen Exemplare von Anwenderund Fachzeitschriften, die Gründung verschiedener Verlage, erfolgreich umgesetzte Visionen und gemeisterte Krisen machten Blömer über Jahrzehnte hinweg zu einem hochangesehenen Gesprächspartner für die Entscheider in den Chef-Etagen von Fotoindustrie und Handel. Ohne HJB, so sein journalistisches Kürzel, sähe die Fotolandschaft heute anders aus.

Wir schreiben das Jahr 1955: Die junge Bundesrepublik Deutschland befindet sich unter Bundeskanzler Konrad Adenauer und Wirtschaftsminister Ludwig Erhard mitten im Wirtschaftswunder, der britische Premierminister Winston Churchill tritt zurück, das iranische Kaiserpaar, Schah Mohammed Reza Pahlewi und Kaiserin Soraya, treffen zu einem Staatsbesuch in Bonn ein, der Generalsekretär der KPdSU. Nikita S. Chruschtschow, verkündet die sowjetische Zweistaatentheorie, die von einer Teilung Deutschlands ausgeht, die Außenminister der Montanunion beschließen die Bildung eines Gemeinsamen Marktes, der Schriftsteller Thomas Mann stirbt, der Film "Jenseits von Eden" mit James Dean in der Hauptrolle feiert Premiere. 1955 war auch das Jahr, in dem ein Film mit 21/10 DIN als "höchstempfindlich" bezeichnet wurde, und nur wirklich Fotobegeisterte wußten, daß es auch Umkehrmaterialien gibt.

Sicherlich ist es Zufall, daß die notarielle Beglaubigung der ersten Verlagsgründung des Hans Joseph Blömer ausgerechnet am 9. November erfolgt, ein Datum, an dem im Laufe der Geschichte so viele bedeutende Ereignisse stattgefunden haben. Kein Zufall allerdings ist es, daß der von ihm frisch gegründete GFW-Verlag mit dem Titel "Gesellschaft für Fachbücher und Werbedruck" auch als geschäftsführenden Gesellschafter Hans Joseph Blömer hat, denn dessen beruflicher Weg in der Druckbranche zeichnete sich bereits früh ab.

Blömer wurde am 22. März 1925 (einem Sonntag) als Sohn eines Düsseldorfer Einzelhandels-Kaufmanns geboren. Nach dem frühen Tod des Vaters 1937 gelang es der Mutter mangels Ware nicht, das 1902 gegründete Geschäft mit angeschlossener Schleiferei an der Hohe Straße 20 in Düsseldorf, in dem laut zeitgenössischen Fotos mit der merkwürdig anmutenden



H. J. Blömer im C.A.T.-Verlag vor dem großen Bild (Format 2,70 x 2 m), von den Photo Grossisten der VGP, denen er den grossen foto-katalog, Ausgabe 74/75, präsentiert hatte.

Kombination "Cigarren und Stahlwaren" gehandelt wurde, bis über den Krieg hinaus zu retten. Es sollte sich für Hans Joseph aber später als äußerst hilfreich erweisen, daß er öfters im elterlichen Geschäft mitverkaufen mußte, bevor er 1939 eine außerfamiliäre Lehre beginnen konnte.

Lehrherr wurde der grafische Großbetrieb Schwann in Düsseldorf, wo



Blömer seine Schriftsetzer-Ausbildung begann und mit guten Noten abschloß. Es sollte sich für den weiteren Lebensweg jedoch ebenfalls als glückliche Fügung erweisen, daß er schon während seiner Lehre durch den Personalmangel wegen des Krieges auch im Büro der Druckerei tätig sein konnte und so mehr kaufmännisches Wissen erlangte. Nach seiner Lehre kam 1943, was für die meisten Männer unvermeidlich war: Arbeitsdienst und die Einberufung zum Militär. Dank seiner beruflichen Erfahrungen und Fähigkeiten und mit viel Glück schaffte er es, ein Jahr im Arbeitsdienst zu bleiben und innerhalb kurzer Zeit – bis zu seiner Gefangenschaft im April 1944 in Westfalen durch die Amerikaner – vom einfachen Soldaten zum Fahnenjunker Unteroffizier aufzusteigen, "ohne einen einzigen Schuß auf andere Menschen abgegeben zu haben."

Nach der Rückkehr 1948 aus französischer Kriegsgefangenschaft ermöglichte ihm sein früherer Arbeitgeber sofort den Wiedereinstieg in sein Berufsleben. Schwerpunkt der Tätigkeit dort wurde jetzt aber die Büroarbeit. Dabei standen vor allem Akquisition und Kalkulation von Druckaufträgen im Vordergrund. "Ich war zwar froh, statt meines Lehrberufes gleich die Stelle eines Angestellten zu bekommen. Trotzdem konnte ich mir nicht vorstellen, daß mein Leben sich nur auf diese Arbeit als Sach-Großdruckerei bearbeiter einer beschränken sollte", meinte Blömer im Gespräch mit dem Verfasser. Also verließ er vorübergehend 1951 das Düsseldorfer Unternehmen, um in München die Meisterschule Deutschlands Buchdrucker zu besuchen. Dort wurde ihm am 31. Mai 1953 Lehrmeistertitel Schriftsetzer verliehen, dem knapp anderthalb

Monate später das Diplom "Buchdrucker der Meisterschule für Deutschland" (der heutigen Graphischen Akademie) folgte. Zu seinem Arbeitgeber zurückgekehrt. ließ eine schicksalhafte Begegnung, die letztlich aus dem Angestellten den Verlagsgründer Hans Joseph Blömer machte, nicht lange auf sich warten: Bei seiner Kundenbetreuung in der Großdruckerei begegnete Blömer dem Werbemann Bernd Erich Wulfert, der im Auftrag der Agfa zwei Bücher "Die Verkaufskunst im Fotohandel" und, im folgenden Jahr, "Die Werbung



Zu den ersten Publikationen gehörte das Buch "Verkaufskunst im Photohandel", das die Aafa Anfang der 50er Jahre auf ihren Agfa-Fototagen unter der Leitung von Dr. h. c. Bruno Uhl an alle Fotohändler kostenlos verteilt hat.

im Fotohandel" geschrieben hatte, die Blömer drucktechnisch betreute. Diese Bücher wurden auf den "Agfa-Tagen" an Fotohändler verschenkt, in einer Auflage von jeweils 7.000 Exemplaren und im Auftrag des damaligen Agfa-Direktors Bruno Uhl.

Da die Zusammenarbeit mit Wulfert hervorragend funktionierte, drängte dieser Blömer dazu, sich selbständig zu machen, um gemeinsam mit ihm Werbebücher und -materialien drukken und verlegen zu können. Blömer griff die Idee auf und setzte sie zügig in die Tat um, durch eine Verlagsgründung mit den Geschäftsführern seiner Lehrfirma und ihm als Geschäftsführender Gesellschafter. Leider scheiterte die geplante Zusammenarbeit mit B. E. Wulfert, der kurz nach der Verlagsgründung die sich ihm bietende Chance ergriff und selbst Werbeleiter der Agfa wurde. So blieben ihm als Partner die Geschäftsführer von Schwann; am 9.11.1955 wurde schließlich beim Notar R. Gonnella, wie bereits erwähnt, der erste Verlag als "Gesellschaft für Fachbücher und Werbedruck mbH" (GFW-Verlag) des Hans Joseph Blömer ins Leben gerufen. "Meine Arbeit als Verleger der beiden Wulfert Bücher begann gleich mit einem Fiasko", erinnerte sich Blömer.

"Ich hatte die zwei Bücher von Wulfert nachgedruckt und zusammen als "Erfolgskassette für den Photohandel" aufgelegt. Zwar konnte ich einige Exemplare verkaufen, aber Bücher, die zuvor schon siebentausendfach verschenkt worden waren, ließen sich einfach nicht mehr gegen Geld an den Mann bringen. Das wußte ich als unerfahrener Verleger nicht." Dieser Rückschlag blieb für den jungen Verlag aber ohne Folgen. Schon zur photokina 1956 stellte Blömer dem Fotohandel seine erste Kundenzeitschrift unter dem Namen "Charmant - Fotofreundin der Frau" vor. Die Idee war, ein Marketinginstrument für den Fotohandel zu schaffen, das sich nicht nur mit dem Thema Fotografie im allgemeinen beschäftigte, sondern gezielt die selbstbewußter werdende Zielgruppe der Frauen ansprach, was in der Fotobranche auf großes Interesse stieß. Die erste Ausgabe zeigte sich noch voll redaktioneller Improvisation



Zu den besonderen Publikationen gehörte die Zeitschrift "Charmant", die in großen Auflagen vom Fotohandel verbreitet wurde. um Frauen für die Fotografie zu gewinnen.

(zum Beispiel wurde, um Nachfrage zu haben, als Fortsetzungsroman "Effi Briest" mitveröffentlicht!). Aber die Zeitschrift entwickelte sich von Ausgabe zu Ausgabe professioneller. 32 Seiten Umfang mit einer Höchstauflage in einem Monat von 265.000 Exemplaren bewiesen nach ein paar Jahren die günstige Aufnahme beim Fotohandel. Auch die Fotoindustrie reagierte gleich zu Anfang positiv auf die Frauenidee "Charmant". Bereits in der zweiten Ausgabe im Januar 1957 war eine erste Anzeige zu finden: Bei dem Düsseldorfer Unternehmen Ed. Liesegang nutzte Firmenchef H. J. Ernst die Möglichkeit, um für seine Diaprojektoren Fanti und Fantax zu werben. Schon 1958 folgten weitere Fotozeitschriften wie die Händlerzeitschrift "Der Photomarkt" und für den Amateurmarkt "Spiegelreflex-Praxis", aus der später "reflex – Das Journal für



Ein Durchbruch für H. J. Blömer war der Kauf der Zeitschrift "Der Photomarkt", wodurch es ihm Anfang 1960 möglich war, als offizielles Organ der VGP Grossisten über 12,000 verkaufte Exemplare zu erreichen.

Foto, Kino und Ton" wurde. Blömer brachte sie nicht nur heraus, sondern zeichnete auch für deren redaktionellen Inhalt verantwortlich. Aktiv unterstützt wurde der junge Verleger von seiner Ehefrau Eleonore, die redaktionelle Erfahrung bei der Düsseldorfer



Diese drei Bilder mit dem Namen "Imperfekt", "Präsens" und "Futur' wurden von "NoraMiNora" als Duo-Bilder für die Agfa geschaffen, damit sie auf der photokina 1970 als eine Vereinigung von Malerei und farbiger Fotografie in der Kunst präsentiert werden konnten.





Tageszeitung "Rheinische Post" gesammelt hatte und die ab 1958 als Redakteurin eine weitere Zeitschrift. nämlich "Hallo Fotofreunde", redigierte, die bald mit einer monatlichen Auflage von 120.000 Exemplaren vor allem jugendliche Fotografen ansprach. Ein echtes Highlight der verlegerischen Tätigkeit jener Jahre wurde aber die Zeitschrift "Der Photo Markt". Blömer konnte sie zum offiziellen Organ der Vereinigung von Grossisten für den Photohandel (VGP) im Jahr 1960 machen und mit Hilfe des Großhandels nach einigen Monaten zur größten Händlerzeitschrift mit 13.000 Exemplaren Auflage. Es folgte danach auf Wunsch des Photo- und Kino-Händlerbundes mit dem Vorstand Helms, Prien, Neumüller und Lange die Gründung der Fachzeitschrift "Inpho", die ab 1. Januar 1962 als "Offizielles Fachorgan des Deutschen Photo- und Kinohändler-Bundes" im von Blömer neu gegründeten Inpho-Verlag erschien.

### i+fc Personelles

Im Laufe der Jahre nahmen auch Aufträge aus der Fotoindustrie zu; neben zahlreichen Prospekten und Werbebroschüren in Millionenauflage (zum Beispiel Blitz Lexikon, Phototips für die Reise, Photobrevier für die Dame) verlegte Blömer auch seit 1959 mit den Photogrossisten der VGP den bis heute bei ihm erscheinenden "grossen fotokatalog". Für Amateurwerbung kamen andere Fotokataloge (wie schon 1957 als erster Blömer-Katalog überhaupt "Ihr Photofreund") und Publikationen wie die Agfa-Kundenzeitschrift "Photo Illustrierte" (der später die Agfa-Mitarbeiterzeitschrift "Rhombus" folgen sollte) bei Blömers heraus.

Bis zum Beginn der 70er Jahre arbeiteten die blömerschen Verlage reibungslos. Dann kam es durch die finanziellen Schwierigkeiten des Haupt-Gesellschafters Schwann, wo stets die Mehrheitsanteile lagen, über die Weiterführung des GFW-Verlages Ende 1971 zum Zerwürfnis. Als Folge mußte Hans Joseph Blömer 1972, weiterhin basierend auf der guten Zusammenarbeit mit Fotoindustrie und VGP-Großhandel, einen beruflichen Neuanfang wagen. Wiederum gründete er, diesmal mit seiner Frau, im eigenen Haus mit dem christlichen Anspruch "ad gloriam DEI majorem", seinen Verlag, der bis heute als C.A.T.-Verlag existiert und sich nach wie vor der Foto- und Druckbranche mit technischen Zeitschriften verschrieben hat. Wichtigste Verlagswerke sind weiterhin "der grosse foto-katalog", der bisher in 47 Jahren erschienen ist, und die Zeitschrift "imaging+foto-contact".

Auch der Start des C.A.T.-Verlages 1972 verlief nicht ganz so glatt wie gewünscht. War es 1955 das Pech mit der "Erfolgskassette für den Photohandel", so war jetzt schon nach kurzer Zeit eine Namensänderung notwendig. Ursprünglich hatte das neue Unternehmen "Contacta-Verlag" geheißen; der Name Contacta war jedoch bereits geschützt. So entschloß sich das Ehepaar Blömer, die drei Buchstaben C, A und T aus dem Wort herauszulösen, "um wenigstens optisch einigermaßen an unserer Idee festhalten zu können". Drei Buchstaben, die sich auch trefflich eignen, um die Namen der drei Söhne Christoph, Andreas und Thomas oder den vor allem für englischsprachige Aktivitäten gebrauchten Namen "Creative Advertising Team" abzukürzen.

1972 vereinte Blömer mit der Zeitschrift "Golf-contact" Hobby und Beruf, mit dem Erfolg, nach wenigen

Jahren zweitgrößte Golfzeitschrift zu werden, die er dann nach fast 20 Jahren erfolgreich verkauft hat.

Mit seinem derzeitigen Portfolio ist der C.A.T.-Verlag mit rund 20, teils freien Mitarbeitern der selbstgestellten Aufgabe treu geblieben, als Kontaktmedium



Ein verlegerischer Ausflug in den Golfsport gelang 1973 mit "Golfcontact", der nach fast 20 Jahren als eine der führenden Golfzeitschriften verkauft wurde.

zu fungieren: für Foto mit imaging+ foto-contact und INTERNATIONAL CONTACT in englischer Sprache, für den High-Tech-Fachhandel mit PoS-MAIL und für die Druckbranche mit PrePress und World of Print Botschaften von der Industrie zu professionellen Anwendern und Händlern zu kommunizieren. Darüber hinaus erscheinen im C.A.T.-Verlag nach wie vor Werbeprospekte und wie bisher "der grosse foto-katalog", der jetzt endgültig den Schritt in die digitale Information vollzogen hat und erstmals als erweitertes "Cross-Media-Produkt" vorliegt, in dem sich CD, Internet und gedruckte Version ergänzen.

Hans Joseph Blömer hat sich im Laufe seiner verlegerischen Tätigkeit neben seiner unbestrittenen Fachkompetenz vor allem durch sein konsequentes Handeln einen Namen erworben. So kennt man ihn, von Kollegen mitunter aus unerklärlichen Gründen belächelt, als stets fotografierenden Dokumentator der Fotobranche und ihrer Protagonisten. Auch hat er sich nicht durch Geld korrumpieren lassen, wenn es darum ging, den eigenen christlichen Anspruch mit zu verwirklichen: "Meine Zeitschriften sollten immer so aussehen, daß sie zu jeder Zeit, in jedem Haus

und bei jeder Familie aufliegen können als Mitarbeit am Guten in dieser Welt". Schließlich hat er sich auch stets bemüht, die Fotografie mit modernen künstlerischen Tätigkeiten in Einklang zu bringen: seien es Duo-Bilder, die von seiner Frau Eleonore für die Agfa gemalt wurden und 1970 auf dem photokina-Stand als Bilder gezeigt wurden, bei denen Fotografie und Malerei vereint waren, oder durch selbstverfaßte Gedichte oder Liedtexte, die in seinen Zeitschriften oder auf so mancher Verlagsveranstaltung in der Fotobranche zu lesen oder zu hören waren.

Hans Joseph Blömer hat sich bis heute noch nicht ganz aus seiner Arbeit zurückgezogen, auch wenn er die direkte Verantwortung für das Unternehmen längst seinen Söhnen Andreas und Thomas übertragen hat. Er schreibt aber immer noch jeden Monat "seinen" wirtschaftspolitischen Kommentar. Er meint aber mit seinen 80 Jahren: "Es wird langsam ein Abschied für immer, denn in der heutigen schnelllebigen Zeit kann man in meinem Alter nicht mehr 'à jour' bleiben." Und weiter: "Ich richte meinen Dank an die vielen Menschen, die mir geholfen haben, aber auch an unsere Leser, besonders an die, die bei meinen Kommentaren nicht immer meiner Meinung sind oder waren und trotzdem Abonnenten geblieben sind."

Zum Schluß noch eine kleine Blömer-Anekdote: "Bei einem Flug nach München mit Konica Direktor Jürgen Diehl sagte Blömer zu ihm: "Mein



Ausscheiden bei Schwann war für mich wie sechs Richtige im Lotto!' Diehls Antwort: "Sie müssen aber auch noch die Zusatzzahl dazurechnen!'"

hepä

# Jetzt im Netz: die aktwellen Newheiten!

### Fujifilm

FinePix F11 FinePix F460

Konica Minolta
Dimage X1

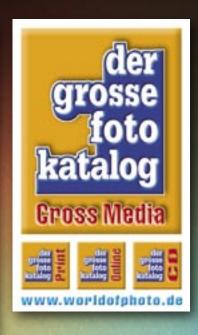
Leica
D-Lux 2

Olympus

E-500 Zuiko Digital Objektive

Ricoh GR Digital

Sony DSC-N1





Die aktualisierte CD
erscheint im November.
Haben Sie Ihr
kostenloses Exemplar
schon angefortert?

Jetzt Newsletter und/oder aktualisierte CD anfordern bei newsifc@cat-verlag.de Für imaging+foto-contact

Abonnenten kostenlos!



Ulrich Vielmuth

# Videofilme auf SD-Speicherkarte

Alles auf eine Karte setzen, haben sich die Marketingleute bei Panasonic gesagt und auf der IFA in Berlin einen neuen SD-Karten-Camcorder vorgestellt. Ein Konzept, das im Prinzip so neu auch wieder nicht ist, nun aber endlich in guter MPEG2-Qualität und mit drei CCDs daher kommt. Kein Wunder, daß am ersten IFA-Tag Panasonics Fumio Ohtsubo stolz

den neuen Winzling von (betriebsbereiten) nur 282 Gramm den staunenden Fach-Journalisten präsentierte: der kleinste 3-CCD-Camcorder, der jemals auf den Markt gekommen ist. Und zum Staunen ist genug Anlaß, denn dieser nur zigarettenschachtelkleine Karten-Camcorder hat wenig gemein mit den schon länger bekannten Winzlingen, wie beispielsweise "Miniket" von Samsung, den D-Snap-Modellen von Panasonic oder gar dem Sanyo Xacti C1, die alle in qualitativ weniger gut auflösendem MPEG4-Format aufzeichneten. Allein der D-Snap (SV-AV100) war auch in der Lage, im besseren MPEG2-Modus auf die 512-MB-Karte aufzuzeichnen, jedoch nur elf Minuten lang. Ein Wert, der in der Filmer-praxis indiskutabel kurz ist.

#### **Fortschritt**

Nun ist alles viel besser geworden. Die Speicherkapazität der SD-Karte vom Typ "High Speed" beträgt 2 GigaByte. Eine 2 GB Panasonic "Pro High Speed" SD Karte der jüngsten Generation ist im Lieferumfang des SDR-S100 EG-Camcorders enthalten, der nun für 1.299 Euro (UVP) angeboten wird. Im Longplay-Modus reicht die Aufnahmekapazität der mitgelieferten 2 GB SD Karte für ca. 100 Minuten Video und halbiert sich jeweils zur nächst höheren Auflösungsstufe Standard und Extra Fein: also eine Aufnahmezeit von 25 Minuten in der besten Qualitätsstufe (XP-Modus), vergleichbar mit einer DVD.

Wer sich ergänzend noch eine zweite Speicherkarte bei Panasonic mit 2 GB Speicherkapazität anschaffen will, muß jedoch noch tief in die Tasche greifen: 274,99 Euro (UVP). Mit ihrer hohen Datentransferrate von bis zu 20 MB/Sek. ermöglicht sie dem Anwender aber auch eine schnelle Datensicherung beim Einladen in den PC.

Gefilmt wird beim neuen Panasonic-Mini sucherlos mit dem herausklappbaren, farbigen 7 cm LCD-Display im breiten 16:9-Format. Diese Handhabungsweise kennen wir ja schon von digitalen Fotokameras. Nachteil: Bei hellem Sonnenlicht wird eine exakte Bildbeurteilung erschwert, da kann das Display von Hause aus auch noch so brillant sein.

### Vorteile der SD-Speicherkarte

Was treibt Panasonic an, sowohl bei den anspruchsvollen EB-Camcordern für die Fernsehanstalten als auch bei den Hobbyfilmern auf die bandlose Technologie zu setzen? Natürlich ist zuerst das lästige und zeitraubende Digitalisieren zu nennen, das nun vor dem nonlinearen Schnitt wegfällt. Außerdem gibt es wegen des fehlenden mechanischen Laufwerks auch kein "Sirren" mehr – bekannte Geräusche vom Recorderlaufwerk, die nun kein Thema mehr sind.

Und weiter: kein Vor- und Zurückspulen mehr auf der Suche nach einer bestimmten Bandstelle, der direkte Zugriff auf jede Kameraeinstellung ist hier selbstverständlich. Darüber hinaus werden sie lückenlos auf der Speicherkarte aufgezeichnet, ohne daß aus Versehen etwas gelöscht werden kann, was ja beim Band nie ganz auszuschließen ist.

Einen aus meiner persönlichen Perspektive vorteilhaften Fortschritt bedeutet die gelungene Umsetzung der bandlosen Technologie: Ohne mechanisches Laufwerk ist der Energiebedarf nun geringer. Das wissen alle langjährigen Filmer als Fortschritt zu schätzen, die in der Vergangenheit nicht selten mit leeren Akkus zu kämpfen hatten. Das waren noch die Zeiten der NiCd-Akkus mit ihrem berüchtigten Memory-Effekt (...und schleichend geringer werdender Kapazität). Heute sind schon seit geraumer Zeit leistungsfähige Lithium-Ion-Akkus en vogue, so auch hier bei Panasonics neuestem Camcorder.

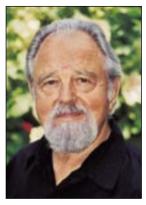
Die Übertragung der Aufnahmen (Daten) in den PC geschieht jetzt um ein Vielfaches schneller, drahtlos oder durch USB 2.0-Highspeed-Kabel. Panasonic liefert den SDR-S100 EG mit der Videoschnitt-Software "Motion SD Studio 1.0E" aus.

### Nützliche Details

Daß heutzutage Camcorder auch gut fotografieren können, ist nichts Neues.

Doch ein guter Ton ist bei Camcordern nicht immer selbstverständlich. Hier ist der S 100 trotz der MPEG2-typischen Komprimierung vorbildlich, also klar und deutlich zu verstehen. Über eine Zoom-Mikrofon-Funktion läßt sich die Richtwirkung des Camcorder-Mikrofons der Brennweite anpassen. Darüber hinaus können ganz profilike Blende, Weißabgleich und Verschlußzeit manuell gesteuert werden.

Der Bildstabilisator ist nun endlich ein optischer geworden, weg vom qualitativ weniger guten elektronischen System. Wer auf den ersten Blick der Ansicht ist, der neue SDR-S100 muß aufgrund seiner kompakten Bauweise zu den Spaß-Camcordern oder schicken Lifestyle-Produkten gehören, ohne wirklichen Nutzen für den Hobbyfilmer, ist hier gewaltig auf dem Holzweg. Ernstzunehmen ist er allemal, wenn ich an die wichtigen Qualitäts-Parameter wie Auflösungsvermögen, Ausstattung, Bedienung, Bild- und Tonqualität sowie Handhabung denke. Vor allem wird nun offenbar, daß wirklich kein Band und damit ein Laufwerk im Camcorder vorhanden sein muß. Denn ebenso mit dem professionellen P2-System, einem Speicherkarten-System bei den hochwertigen Broadcast-Camcordern, hat Panasonic uns Profi-Kameraleuten schon in jüngster Zeit mächtig imponiert. Oder haben Sie, liebe Leser, bei Videokameras schon einmal Zeitrafferaufnahmen realisieren können?!



Horst Dieter Lehmann

### Zurückgeblättert

Wenn die Blätter fallen oder schon längst gefallen sind, bereiten sie oft Mißfallen, nämlich beim Fegen vor der eigenen Haustür. Denken wir dann aber daran, wie viel Freude uns das frische Grün des Frühlings bereitete, die Schattenspende an einem heißen Sommertag und das bunte Laub im Herbst.

Unübertroffen ist der Indian Summer von Ende September

in Kanada, über den Norden und Süden Amerikas, bis er Mitte November in Virginia endet.

Dann beginnt bei uns oft schon die Zeit des Schneeschaufelns, wiederum nicht nur zur Freude von jedermann. Dabei sollten wir uns wirklich freuen, wenn überhaupt noch Schnee fällt, möglichst zu Weihnachten. Bei der globalen Erwärmung wird die weiße Pracht wohl bald eine noch größere Seltenheit sein.

Mit Sicherheit, und alle Jahre wieder und eher, trotz Kritik der Eltern und Ermahnung der Kirchen, füllen Lebkuchen und Weihnachtsgebäck wieder die Regale der Märkte - in diesem Jahr schon vor dem Erntedankfest in ländlichen Gefilden, wie zum Hohn an den heißesten Tagen des Jahres; Vielleicht hatte man dieses schon vorausgesehen, denn die Schoko-Weihnachtsmänner kamen später und entgingen so den weichen Knien bei Sonneneinwirkung.

Wir Fotografen und Fotohändler aber müssen sehen, daß wir nicht auch "weiche Knie" bekommen, denn der Euro war recht flexibel. Er glich sich in der Kaufkraft immer mehr der D-Mark an. Bei manchen Artikeln stellten die "Umrechner" fest, daß sie bei ihrer Berechnung noch ein paar Cent drauflegen mußten, damit die Realität eingeholt wurde.

Der November ist für die meisten Mitmenschen nicht gerade der Wonnemonat. Der Fotohändler merkt es an den sparsamen Eingängen der Fotoaufträge und der damit verbundenen Ebbe in der Kasse. Vom Weihnachts- und Handygeschäft kann noch nicht die Rede sein. Er kann nur hoffen und den Mut nicht sinken lassen. Dabei immer nur lächeln und immer vergnügt zu sein, fällt selbst den Chinesen oftmals schwer - zumindest den westlich orientierten "Stadtchinesen" mit höherem Einkommen. Sie haben oft an beiden Ohren ein Handy, unterhalten sich eventuell noch mit einer dritten Person, schauen aber genauso gestreßt wie wir in die hektische Umgebung.

Auf dem Lande sieht es ganz anders aus. Je weniger Einkommen, um so größer das Auskommen untereinander und mit Fremden. Wer es erlebt hat, wird es bestätigen können.

Bleiben wir aber erst einmal im Lande, vergessen den Indian Summer und das Lächeln der Chinesen, sehen zu, daß uns das Lächeln nicht vergeht. Die Welt ist nun einmal nicht so eingerichtet, daß die Sonne immer scheint. Der Wonnemonat Mai liegt längst hinter uns. Die Hochzeitshochsaison

Zurückblätternd können wir registrieren, daß die Zahl der Trauungen, zumindest der kirchlichen, abgenommen hat.

Oder sollte das nur in unseren Gefilden so sein? Für den Fotografen, der zunehmend "digitalersetzt" wird, sind kirchliche Trauungen aus dem Grund wünschenswerter, weil diese meist mit größerem Aufwand verbunden sind.

Hochzeitsmessen zum Jahresbeginn sind nach wie vor gefragt und gut besucht.

Auffallend, wenngleich nicht verwundernd, ist die Abnahme von Seminaren. Meistens handelt es sich jetzt nur noch um die Aktfotografie. Noch vor einiger Zeit veranstalteten Großlabore und Innungen, "Fotokünstler" und andere Bildermacher Tages- oder längere Seminare.

Wo sind sie geblieben? Dem stillen Beobachter fiel nur auf, daß es ruhig um die Veranstalter geworden ist. Darüber hinaus fragt er sich, ob die Bemühungen Früchte trugen, und woran er das ermessen kann.

Das ist schier unmöglich. Genau wie die Frage offen bleiben muß, ob der nackte Babybauch in Schwarzweiß und im Fenster des Kleinstadtfotografen große Kunst ist.

Wenn es aber ein lohnendes Geschäft ist, dann ist kaum etwas dagegen einzuwenden, denn lohnende Geschäfte zu machen, das ist eine echte Kunst!

Sicherlich nicht ganz zu Unrecht wurde in der Vergangenheit so manchem alten Atelierhändler vorgeworfen, er käme

### quickpeint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

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

mit der Zeit und Technik nicht mehr mit. Mir sind im Laufe meiner Lehr-Gesellen-Meisterjahre davon allerdings nur wenige begegnet! Die meisten waren sehr flexibel. Vielleicht brachte das der Beruf (mitunter auch "Berufung") mit sich. Handwerklich mußte er auf Zack sein und kaufmännisch auf der Hut.

Künstlerisch konnten die meisten ein Wörtchen mitreden. Malen, nicht nur Hintergründe und Wände, war den meisten in den Schoß gelegt. Aber Millionäre sind die wenigsten geworden.

Die Zeiten waren fast immer turbulent. "Goldene Zeiten" waren die 60er bis 80er Jahre. Alles hatte seinen Preis, und der war gut. Hätte man den alten Meistern damals weisgesagt, daß ein Bild (in Farbe) 3 bis 5 Cent kosten würde, hätten sie den "Weissager" für verrückt erklärt.

Es ist bekanntlich noch kein Meister vom Himmel gefallen, aber in Ohnmacht schon mancher.

Beim Durchblättern meiner 160 Alben stelle ich fest, daß die Farben der Bilder, vor allem in den siebziger Jahren, verschwunden sind. Und das weltweit.

Hingegen die Bilder der Ahnen und Verblichenen längst nicht so verblaßt, sondern staunenswert! Was sagte mein altes Mütterchen, natürlich auch Fotografin, immer: "Ja, das waren noch Fotografen, das waren noch Bilder." Die kosteten auch schönes Geld! Der Fotograf war gern gesehen, angesehen und nicht arm. Amateure gab es noch wenige, Drogeriemärkte gar nicht! Freuen wir uns an bunten Blättern... denn auch die sind vergänglich.

### i+fc Recht

#### Handywerbung

...ist an Kreativität kaum noch zu überbieten. Der Markt ist hart umkämpft, und jeder versucht, seinen Schnitt zu machen. Das soll selbstverständlich nicht zum Nachteil des Verbrauchers gehen: So ist beispielsweise Werbung mit einem Minutenpreis für Gespräche vom Handy ins Festnetz irreführend, wenn dabei die Angabe fehlt, daß für die Inanspruchnahme dieser Leistung ein Prepaidkonto mit einem bestimmten Guthaben vorhanden sein muß (OLG Frankfurt – Urteil vom 10.3.2005 – 6 U 25/04).

#### Kreditkarten

...sind nicht jeder(kauf)manns Sache. Die Zahlung der Kreditkartenunternehmen ist zwar meist problemlos. Dieser Vorteil wird aber oft teuer erkauft. Wenn der Kreditgeber dann noch Probleme macht... Aber Halt! Im sogenannten Mailorder-Verfahren wird der Vermerk "signature on file" auf dem Leistungsbeleg nicht vorausgesetzt, wenn dem Vertragsunternehmen die Unterschrift des Bestellers, etwa bei einer Bestellung per E-Mail, nicht vorliegt (BGH – Urteil vom 12.7.2005 – XI ZR 412/04).

### Vertragswechsel

...bringen (Handy-)Kunden oft handfeste Vorteile. Noch besser haben sie es, wenn der Händler ihnen dabei hilft und "alles in die Hand nimmt". Bislang war umstritten, ob das nicht wettbewerbswidrig ist. Der BGH hat die grundsätzliche Zulässigkeit nun für einen Fall bejaht, in dem einem vertraglich noch gebundenen Kunden in der Weise geholfen wurde, daß man ihm ein vorbereitetes Kündigungsschreiben vorlegte, das er nur noch zu unterschreiben brauchte (Urteil vom 7.4.2005 – I ZR 140/02).

### Schadensersatz

...hat für viele Menschen Zauberwortcharakter. In unserer Gesellschaft mit Vollkaskomentalität sucht jeder die Verantwortung bei anderen, Arbeitnehmer beispielsweise beim Arbeitgeber. Der muß ihn seit einiger Zeit bei einer Kündigung darauf hinweisen, daß er sich unverzüglich arbeitsuchend melden muß. Eine verspätete Meldung führt zur Kürzung von Arbeitslosengeld, ein unterbliebener Hinweis des Arbeitgebers aber nicht zu

### Im Focus: Wenn's mal wieder 3, 2, 1 ...keins heißt...

Der **virtuelle Marktplatz** Internet gewinnt mehr und mehr Freunde. Die Angebote sind schier unbegrenzt und lassen sich bequem vom Schreibtisch aus pflegen. Das Ergebnis ist aber nicht immer ein zufriedener Endkunde...

Der **Markt für Gebrauchtkameras** und Zubehör entwickelt sich zum Leidwesen einiger Händler nicht im Laden, sondern draußen im World Wide Web bei eBay. Clevere Kollegen versteigern ihre 2nd-Hand-Teile schon lange im Net und haben gute Erfahrungen damit gemacht, Es gibt allerdings auch negative...

Das **Angebot im eBay-Portal** ist in der Regel ein Angebot wie im Katalog. Der Händler präsentiert seine Ware in Bits und Bytes und wartet darauf, daß ihm ein Kunde ein Angebot macht. Hier hat es der Verkäufer in der Hand, das Kaufangebot zu akzeptieren – oder nicht. Spannender ist die andere Marketing-Methode: die virtuelle Online-Versteigerung mit dem 3, 2, 1 ...meinsl-Erfolg.

Das **handfeste Problem** bei Versteigerungen ist die Frage: Ist der Versteigerer berechtigt, sein Angebot sang- und klanglos wieder aus dem Netz zu nehmen? Gilt die uneingeschränkte Privatautonomie des Anbieters, oder ist der Schutz des eBay-Kunden vorrangig? Welche Folgen hat es, wenn der Verkäufer seinen Kunden hängen läßt? Mit diesen Fragen hat sich vor wenigen Monaten das OLG Oldenburg beschäftigt und die Verbraucherrechte nachhaltig gestärkt.

Die **eBay-Geschäftsbedingungen** sehen vor, daß eBay-Angebote verbindlich sind. Der Bieter mit dem höchsten Gebot soll den Zuschlag bekommen, sonst läuft das System nicht. Wörtlich heißt es in § 9 Ziffer 3 der eBay-AGB's: "Mit dem Ende der von dem Anbieter bestimmten Laufzeit der Online-Auktion oder im Falle der vorzeitigen Beendigung durch den Anbieter kommt zwischen dem Anbieter und dem das höchste Gebot abgebenden Bieter ein Vertrag über den Erwerb des von dem Anbieter in die eBay-Website eingestellten Artikels zustande."

Die **kundenfreundliche Entscheidung** des OLG: "Das Einstellen eines Warenangebots auf der Website von eBay zwecks Durchführung einer Online-Auktion begründet ein verbindliches Angebot. Die Wirksamkeit eines solchen verbindlichen Angebots wird durch die nach den eBay-Grundsätzen mögliche vorzeitige Beendigung der Auktion nicht berührt. Seine Willenserklärung kann der Anbieter nur im Wege der Anfechtung beseitigen (Urteil vom 28.7.2005 – 8 U 93/05 - Leitsatz)." Das Oldenburger Urteil hat den unentschlossenen Versteigerer 2.499,50 EUR Schadensersatz wegen Nichterfüllung gekostet. Ein teures Lehrgeld…

Schadensersatz (BAG – Urteil vom 29.9.2005 – 8 AZR 571/04).

### Nachtarbeitszuschläge

...sind keine Selbstverständlichkeit. Wo es keine tariflichen Regeln gibt, müssen Arbeitgeber und Arbeitnehmer sie vereinbaren. Das ArbZG sagt in § 6 Abs. 5, daß entweder "eine angemessene Zahl bezahlter freier Tage" oder "ein angemessener Zuschlag" auf das Bruttoentgelt zu gewähren ist. Dieser Zuschlag kann auch in einer pauschalen Erhöhung des monatlichen Grundgehalts liegen, er muß nicht auf jede Nacharbeitsstunde gepackt werden (BAG – Urteil vom 31.8.2005 – 5 AZR 545/04).

#### Sachmängel

...sind der Grund vieler Zivilprozesse. Die Beweislast für so einen Sachmangel hat in der Regel derjenige, der sich auf ihn beruft. Beim Kaufvertrag gilt allerdings § 476 BGB als Sonderregel: In den ersten sechs Monaten nach dem Kauf wird zugunsten des Käufers vermutet, daß die Sache bereits bei Übergabe fehlerhaft war. Das gilt auch bei äußeren Mängel, die einem fachlich nicht versierten Kunden beim Kauf nicht hätten auffallen müssen (BGH – Urteil vom 14.9.2005 – VIII ZR 363/04).

Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt Fachanwalt für Arbeitsrecht

# Sofort



# bestellen

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 – mit klarem Markenartikel-Konzept!

Sichern Sie sich jetzt Ihre Exemplare der Broschüre

### FOTO-WINTER 05/06

Senden Sie den Bestellcoupon einfach per Fax an:

0 21 02 - 20 27 90

oder per Post an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH "FOTO-WINTER 05/06"

Postfach 1229 40832 Ratingen

Bitte liefern S	ie mir kostenlos f	frei Haus	Exemplare	(Verpac	kunaseinheit	500 Stck.)	der Broschüre:
Dillo nototii 3	ic iiii kojiciiioj i		Excilipiui (	, i i ci pac	Kongsommon	300 31th.,	aci biostiloici

### Foto-Winter 05/06

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

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

Wir wünschen einen Firmeneindruck.	Wir wünschen eine eigene Preisliste.
Absender/Firma:	
Name des Sachbearbeiters:	
Postfach/Straße:	PLZ/Ort:
Datum: Unterschrift:	
Für Rückfragen:	Tel. Nr.:

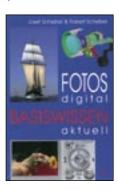
Zur Bearbeitung Ihres Auftrags werden Ihre Daten elektronisch gespeichert. Bitte kreuzen Sie dieses Feld nur an,

wenn Sie nicht mit der Weitergabe Ihrer Adresse an die Fotoindustrie oder den Fotogroßhandel einverstanden sind.

### i+fc Literatur

### Josef Scheibel & Robert Scheibel: Fotos digital — Basiswissen aktuell

Das Standardwerk zur digitalen Fotografie ist gegenüber dem beliebten Vorgängerbuch mit gleichem Titel weiterentwickelt worden, baut aber auf dessen bewährter Struktur auf und ist durchgehend intensiv bearbeitet und aktualisiert worden. Das Autorenteam, Vater und Sohn, vermittelt in diesem Buch ein umfassendes, topaktuelles Basiswissen über die Grundlagen der digitalen Fotografie, über Technik und Anwendung, Geräte und deren Funktion. Das Handbuch erfüllt gleichzeitig die Funktionen eines Praxis-Ratgebers, einer Übersicht und eines



Nachschlagewerks für alle, die sich für die Digitalfotografie interessieren, sich eine Digitalkamera anschaffen wollen oder schon mit einer solchen gleich welcher Art und Klasse fotografieren. Es enthält die neuesten Fakten und Infos aus allen Bereichen – von der Kameratechnik über die Speicherkarten bis zum Zubehör. Der Leser erfährt einiges über die Bildbearbeitung und darüber, wie man die Bilddaten überträgt und archiviert, per E-Mail verschickt und ins Internet stellt.

Neben dem Printen im Labor und dem Drucken kommt auch die Präsentation der Digitalbilder auf Monitor, Fernsehgerät oder Projektionswand nicht zu kurz. Dabei verzichten die Autoren auf überflüssiges Fachchinesisch und machen es dem Leser besonders leicht, Erfahrungen vom herkömmlichen aufs digitale Fotografieren zu übertragen.

Josef Scheibel & Robert Scheibel: Fotos digital – Basiswissen aktuell, 143 Seiten, durchgehend farbig illustriert, vfv Verlag Gilching, 2005, ISBN 3-88955-163-7, 15,95 Euro.

### Wildlife Fotografien des Jahres:

### Portfolio 14

Der internationale Fotowettbewerb Wildlife Photographer of the Year, der vom BBC Wildlife Magazin und dem Natural History Museum in London organisiert wird, gilt als "Weltmeisterschaft" der Naturfotografen. Jedes Jahr sichtet die Jury über 20.000 Fotografien – die eindruckvollsten Naturbilder, die rund um den Globus von Amateur- und Profifotografen geschossen werden.

Der Wettbewerb gilt weltweit als Maßstab für den Standard der Naturfotografie. Dabei zeigen die Bilder die Schönheit, Erhabenheit und die Bedeutung der Natur in den Aufnahmen von einigen der bedeutendsten Naturfotografen der Erde.

Ein einzigartiger Bildband stellt die Siegerbilder alljährlich vor. Die deutschsprachige Ausgabe wird bereits im vierzehnten Jahr vom Tecklenborg Verlag präsentiert und ist nach den Wettbewerbskategorien gegliedert, u. a. Landschaften, Säugetiere, Unterwasser, Komposition und Form.

Der aktuelle Band enthält eine Sammlung von 100 Aufnahmen, bestehend aus den Sieger- und belobigten Fotos des Wettbewerbs, die aus rund 18.500 Einsendungen aus mehr als 60 Ländern ausgewählt wurden. Kurze Texte erläutern die Bilder und deren oft erstaunliche Entstehungsgeschichte. Der Band ist ein ideales Geschenk, eine Sammlung von Fotografien, die in den bekannten internationalen Zeitschriften auftauchen und die man sich dann regelmäßig in Buchform wünscht.



Die Riege der vertretenen Fotografen reicht von Theo Allofs bis Christian Ziegler.

Wildlife Fotografien des Jahres – Portfolio 14. Das Buch zum Fotowettbewerb, 160 Seiten, 142 Abbildungen, geb., 26 x 26 cm, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2004, ISBN 3-934427-48-0, 38,50 Euro.

### Blende 4/Stefan Jürgens:

#### Farben in der Natur

Farben lösen in jedem Menschen Gefühle aus. So gilt Rot als Farbe aller Farben, erweckt Leidenschaften, ob Liebe, Freude oder Zorn. Die Sonnenfarbe Gelb stimmt heiter, wirkt warm und strahlend. Blau hingegen, die Farbe des Himmels und des Wassers, stimmt sehnsüchtig. Das saftige Grün der Wiesen und Wälder wiederum wirkt beruhigend und heilend. Diese Symbolbildungen finden sich in Religion, Gesellschaft, Kunst und Kultur, in den Tiefenschichten unserer Seele und in unseren Träumen wieder.



Der aufwendig gestaltete Bildband, der einen ganz besonderen Zauber ausstrahlt, versteht sich als Einladung, in die Welt der Farben einzusteigen, wie sie uns die Natur präsentiert: angefangen bei den Grundfarben Rot, Blau und Gelb über Grün, Orange und Violett bis zu Braun, Grau, Schwarz und Weiß.

Die Fotografen Jürgen Borris, Fritz Pölking, Willi Rolfes und Bernhard Volmer, die sich zur "Blende 4" zusammengeschlossen haben, widmen sich den Themen Natur und Fotografie. Dabei verstehen sie die Naturfotografie nicht nur als schlichtes Abbilden der Natur, sondern versuchen, eine emotionale Ebene einzubringen, die den Betrachter fesselt und zu einem tiefergehenden Verständnis leitet.

Autor Stefan Jürgens, u. a. geistlicher Rektor der Katholischen Akademie und Heimvolkshochschule "Kardinalvon Galen", Pfarrer und Autor verschiedener theologischer und geistlicher Bücher, ist ein "Spielmann Gottes", der sich für den Klang der Sprache und die Klänge der Musik, für Bildworte und Naturbilder begeistern kann.

Blende 4, Stefan Jürgens: Farben in der Natur, 128 Seiten, 127 Abbildungen, geb., 28 x 24 cm, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2004, ISBN 3-934427-47-2, 34,80 Euro.

### Kleinanzeigen • Personalanzeigen • Kleinanzeigen

### TAMRO

Wir sind die europäische Vertriebsniederlassung eines renommierten japanischen Unternehmens der optischen Industrie und suchen eine/n junge/n Mitarbeiter/in für den

### Außendienst

zur Betreuung des Fotohandels im Gebiet Norddeutschland/nördliches NRW. Erfahrung im Außendienst ist keine Bedingung, erwartet werden jedoch fundierte Kenntnisse im Bereich Spiegelreflexfotografie. Ein entscheidender Vorteil wären Ver- und Einkaufserfahrungen aus verantwortlichen Positionen im Einzelhandel.

Die positive Marktentwicklung im Bereich digitaler Spiegelreflexfotografie bietet gerade jetzt hervorragende Perspektiven für Menschen mit Engagement und Enthusiasmus.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung, die wir (mit Lichtbild, Lebenslauf, Zeugnissen) erbitten an:

TAMRON Europe GmbH, Vertriebsleitung Inland, Robert-Bosch-Str. 9, 50769 Köln. Tel. 0221-9703250, Fax 0221-9703254. tamron-europe@tamron.de, www.tamron-europe.com

### VERTRIEBSLEITER (46 Jahre)

22 Jahre im Fotofinishing und 6 Jahre im Fotohandel tätig. Suche neue Herausforderung in Berlin – Brandenburg – M.V.

Kontakt 01 60 - 2 74 26 26

### FEWS

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

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



### Zentraler Reparatur - Service

### **GEDDERT**

Edixa – Voigtländer – Porst – Samsung - 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-aeddert.de e-mail: info@zrs-geddert.de

#### SPEZIAL REPARATUREN FÜR:

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

### FILM- u.VIDEOSERVICE

Filmkopien - Tonspuren Filmabtastung 8 mm Filme auf DVD Kopien auf Video - CD - DVD CD / DVD Einzel- u. Serienkopien alle Formate 8, 9.5, 16 mm Filme attraktive Festpreise alle Systeme schnell und preiswert

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

### Paepke – Fototechnik

GmbH & Co. KG

Seit mehr als 50 Jahren autorisierte Kundendienstwerkstatt





Rollei

Kameras • Objektive Dia-Proiektoren

Blitzgeräte Das Leica-Team für Sucherkameras und Projektoren

Rollei-Profi Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS

Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung Termine auf Anfrage

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

#### Wir bieten Foto-/Journalisten

(auch freiberufl. u. Berufsanfänger) und 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

### .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

Seit 1978

Viernheimer Video Transfer Schultheißen Str. 9. 68519 Viernheim Tel : 06204/71984



### 6.780 Abonnenten (IVW 3/2005)

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

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.700 Exemplaren bundesweit (IVW 3/2005). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.700 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50 % gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 32 v. 01.01.2005) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

Kleinanzeige 1-spaltig (40,5 mm breit) zum mm-Preis von 1,21 € x 27 mm Höhe = 32,67 € zzgl. gesetzl. MwSt.

#### Wir verkaufen

1 B 17-Profifilm, Hängermaschine, 2 Jahre alt -, Preis VB; 1 Schnellfix 007 + Sleever, autom. Diarahmungs- und Eintaschgerät, fast neu - Preis VB. Fotolabor Muster Telefon 000/0000000

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

### Fotografen/-in

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

Foto Studio • Mustermannstr. 86 • 65000 Bilderberg

Kleinanzeige 2-spaltig (87 mm breit) zum mm-Preis von 2,42 € x 36 mm Höhe = 87,12 € DM zzgl.gesetzl. MwSt.

### 1/9 Seite **Kleinanzeige** (56 x 85 mm)

zum

mm-Preis von

1,61 € x 85 mm hoch =

136,85 €

zzgl. gesetzl. MwSt.





### Auftrag

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

$\bigcirc$	einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
_	

in den Ausgaben .....

Größe: Breite 180,0 mm, Höhe ...... (4,83 € / mm)

Breite 129,5 mm, Höhe ...... (3,62 € / mm)

Breite 87,0 mm, Höhe ...... (2,42 € / mm)

Breite 56,0 mm, Höhe ...... (1,61 € / mm)

Breite 40,5 mm, Höhe ...... (1,21 € / mm)

Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH Anzeigenabteilung imaging+foto-contact Postfach 12 29

40832 Ratingen

unter Chiffre (Gebühr: 5,20 €)

Klein- und Personalanze	eigen
-------------------------	-------

### Gelegenheits- und Stellenanzeigen

• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	 

i+fc 11/2005					
Einzugsermächtigung: Ich/wir ermächtige/n Sie, den Rechnungs-					
petrag von meinem/unserem Konto-Nr.:,					
ankverbindung:,					
LZ:, abzubuchen.					

Für Bestellungen aus der Europäischen Union: Geben Sie hier bitte unbedingt

Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. an: .....

### Kleinanzeigen • Angebote



Vertragswerkstatt



### FILM-FOTO-VIDEOTECHNIK KÖLN

#### Service für:

Foto-, Video-, Digitalgeräte Objektive, Projektoren + Blitzgeräte aller Systeme Inh. S. Rottpeter

Elsterweg 7 51149 Köln (Porz-Ensen) Tel./Fax: 02203-12136

Email: fototechnik-koeln@web.de www.fototechnik-koeln.de

#### <u> Studioblitzlicht - Reparaturen</u>

Beam-CCS-Solaflash-Windowlight Fon: 04265/8772 Fax: 8792 www.ccs-licht.de

Fo	to	-Ak	tien	kurs	e
		19.10.05	Vormonat	niedrigst./höch der letzten 12	nst. Aktienkurs Monate
Agfa-Gevaert	EUR	19,15	20,69	18,85	27,35
Bayer	EUR	29,74	30,10	21,74	31,23
Canon	YEN	6.134	5.809	5.050	6.440
Casio	YEN	1.761	1.650	1.227	1.801
CeWe Color	EUR	44,96	50	14,15	52,90
Dow Chemical	USD	43,21	44,24	40,63	56,42
Du Pont	USD	37,91	40,19	37,83	54,55
Eastman Kodak	USD	22,86	25,35	22,50	34,76
Fujifilm	YEN	3.845	3.719	3.353	3.969
Hewlett-Packard	USD	27,38	27,46	17,86	29,20
Hitachi	YEN	724	711	613	766
ICI	GBP	290	301	209,50	307,50
Imation	USD	41,18	41,86	29,81	43,35
Jenoptik	EUR	7,41	7,92	7,30	9,80
Konica/Minolta	YEN	977	1.102	928	1.554
Kyocera	YEN	7.447	7.849	7.113	8.619
Leica	EUR	5,66	6,43	5,40	8,30
Lintec Computer	YEN	1.801	1.699	1.393	1.880
Olympus	YEN	2.421	2.295	1.943	2.585
Samsung	KRW	565.000	607.000	402.000	613.000
Sharp	YEN	1.624	1.644	1.440	1.749
Sony	YEN	3.844	4.009	3.650	4.404
Spector	EUR	4,18	3,70	3,65	8,38
Toshiba	YEN	520	467	398	535
Varta	EUR	10,40	9,45	8	27,90

### Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

### Gute und preiswerte Color-Chrom-Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK Einbildkarte nach Dia € 110,-2-4 Bildkarte nach Dia € 165,--incl. Proof-Andruck<u>Auflagendruck</u> 1500er Aufl. € 60,- p.1000 St. 3000er Aufl. € 45,- p.1000 St. 5000er Aufl. € 40,- p.1000 St. 10000er Aufl. € 35,- p.1000 St. + MwSt. u. Versandkosten

Fordern Sie die Unterlagen an:

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

Positiv-Retuscheur fertigt für Sie an: techn. Retuschen, Querschnitte, techn. Illustrationen. Tel./Fax 0 92 80 / 16 01 e-mail: helmut.bodenschatz@t-online.de

### Suche

Kodak Digital-Processor Typ 1000 für Kodak Image Magic System. Foto-Zentrum Filderstadt GmbH Tel. 0711 / 70 56 76 Fax 0711 / 70 15 97

### Ankauf – Verkauf gebrauchter Fotogeräte, Minilabs und Laborgeräte. Fotoservice Jungkunz

Tel. 089/6519975, Fax 6519981, Mobil 01 71/2 68 83 30

Fuji Minilab Compact PP 401B Printer m. Zub. u. Minilab FP 230B Neg. (Tank müsste erneuert werden). Tel. 0 65 62 / 23 47, Fax 18 79

### Anzeigenschluß für Kleinanzeigen

in der Ausgabe 12/2005 ist der 7. November 2005. Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02 / 20 27 90

### Inserenten-Verzeichnis

Canon58, 3. U., 4. U.	Loersch51
C.A.TVerlag49, 53	Nokia19
Digitalfoto & Logistik 41, 43, 45	Panasonic17
Fuji9	Photo + Medienforum Kiel 38, 40
Fujicolor13	PMA33
Jobo7	Samsung 2. U.
Konica Minolta35, 37	Kleinanzeigen 55 – 57

### **IMPRESSUM**

### imaging+foto-contact

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

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

#### Herausgeber:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Thomas Blömer, Geschäftsführer

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich) Dipl. Kfm. Andreas Blömer Jürgen Günther

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

#### Neuheitenredaktion:

Jüraen 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. 32 v. 1. Januar 2005

#### Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach, Albert Willmann

#### Vertrieb:

Silke Gräßel

#### Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Printpartner Digitaldruck GmbH, Bocholt

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

#### Erfüllungsort und Gerichtsstand:

### Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

### Erscheinungsweise:

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

Die Zustellung ist im Preis enthalten. ISSN: 1430-1121

# you can **Canon**

### Überzeugt Einsteiger und Anspruchsvolle:

**EOS 350D** 



 Preise:

 EOS 350D Gehäuse
 899,00\* EUR

 EOS 350D mit EF-S 18-55
 999,00\* EUR

Die Wahl der EOS 350D ist eine clevere Entscheidung für den Einstieg in die digitale Spiegelreflexfotografie. Sie ist kompakt, leicht sowie intuitiv bedienbar und bietet vielfältige kreative Möglichkeiten. Dabei liefert sie eine Qualität, die auch anspruchsvolle Fotografen überzeugt.

Basis der hervorragenden Bildqualität ist die fortschrittliche Canon CMOS-Technologie und eine Auflösung von 8,0 Megapixeln. Nach nur ca. 0,2 Sekunden ist die Kamera aufnahmebereit – zum Beispiel für Reihenaufnahmen mit bis zu 3 B/s bei einem Pufferspeicher von bis zu 14 Aufnahmen. Canons bewährter DIGIC II-Prozessor sorgt für eine ausgesprochen hohe Geschwindigkeit bei der Signalverarbeitung. Der 7-Punkt-Autofokus gewährleistet eine schnelle und präzise Scharf-

einstellung. Schärfenspeicherung ist im One Shot Modus möglich, während im Al Servo Modus die Schärfe bei bewegten Objekten nachgeführt wird. Die EOS 350D ist mit mehr als 60 Canon EF-Objektiven kompatibel, einschließlich den Canon EF-S-Objektiven. Der leistungsstarke, ausklappbare Blitz (Leitzahl 13) läßt reichlich Spielraum

für Aufnahmen mit Zusatzbeleuchtung. Die USB 2.0 Hi-Speed-Schnittstelle sorgt für Tempo beim Foto-Upload und beim Fotodirektdruck. Nach Anschluß an einen PictBridge-kompatiblen Drucker genügt ein Druck auf die Taste "Direct Print" zum sofortigen Ausdruck des angezeigten Bildes – automatisch skaliert und ausgerichtet.

### Features EOS 350D:

- ► 8 Megapixel
- ► Startzeit nur ca. 0,2 Sekunden
- ► Bis zu 3 B/s; Pufferspeicher für bis zu 14 Aufnahmen
- Parallele Aufzeichnung von RAW- und JPEG-komprimierten Bildern
- ► E-TTL-II Blitzsteuerung
- ► DIGIC II-Prozessor
- ► Schneller 7-Punkt-Autofokus

- ► Custom-Funktionen
- ► USB 2.0 Hi-Speed-Schnittstelle; Videoausgang
- ► Kompatibel mit EF-/EF-S-Objektiven und EX Speedlites
- ► Kompatibel mit PictBridge
- ► Digital Photo Professional Software zur Bildbearbeitung von RAW-komprimierten Bildern

























# Compact Photo Printer für mobilen Fotospaß: SELPHY CP510 & SELPHY CP710



Die eleganten neuen Thermosublimationsdrucker SELPHY CP510 und SELPHY CP710 können Fotos kostengünstig und einfach – ohne Umweg über den PC – direkt von kompatiblen Digitalkameras und Digitalcamcordern aus drucken.

Basierend auf dem Setpreis von 31,99\* Euro für KP108IP – Farbkartusche und 108 Blatt Papier – kostet ein Foto im Format 10 x 15 cm gerade mal knapp unter 30 Cent. Die Fotoprints zeichnen sich durch eine reduzierte Körnigkeit, fließende Farbübergänge, hohe Farbgenauigkeit und – bei entsprechend umsichtiger Aufbewahrung – eine besonders gute Farbstabilität aus. Dabei sorgt eine Schutzschicht dafür, daß die Bilder auch vor Verunreinigungen geschützt sind. Die ultrakompakten Drucker bieten Canon DirectPrint- und PictBridge-Kompatibilität. Der SELPHY CP710 besitzt

zudem integrierte Speicherkarten-Steckplätze für die meisten gängigen Speicherkarten und ein 1,5 Zoll großes LC-Display für Bildvorschau, -auswahl und Druck. Für moderne Druckoptionen wie Randlosprint und Indexdruck sowie ID Photo Print und Movie Print stehen vielfältige Medien zur Verfügung. Sowohl der SELPHY CP510 als auch der SELPHY CP710 sind durch das eingebaute USB-Kabel und optionales Zubehör wie Akku und Tasche hervorragend für den mobilen Einsatz geeignet.

#### Features SELPHY CP510/SELPHY CP710:

- PictBridge-kompatibel für den Kameradirektdruck ohne PC
- ► Komfortabler Fotodirektdruck von allen gängigen Speicherkarten – CF-Typ I&II, SD/MMC, Memory Stick (nur SELPHY CP710)
- ► Neu: Bildauswahl über die integrierte LCD-Anzeige (nur SELPHY CP710)
- ► Hochwertige Fotoprints, bis zu 100 Jahre\* haltbar
- ► Neu: Eingebautes USB-Kabel

- ► Neu: Ca. 60 Sekunden für 10 x 15 cm
- ► Hochglänzende UV-Schutzschicht
- ► Schneller Randlosdruck
- ► Windows- und Mac-kompatibel
- ► Neu: Aufladbarer Akku optional für mobilen Fotodruck
- \* Auf Grundlage des beschleunigten Testverfahrens und unter der Voraussetzung, daß der Fotoprint in einem Album bei 23–50 % relativer Luftfeuchtigkeit aufbewahrt und daß mit original Canon Tinten auf Canon Professionell Fotopapier gedruckt wird.



Videos und Fotos direkt auf DVD speichern mit den neuen superschlanken und schicken

Canon DC10 und DC20



Canon DC10 849,00\* EUR

CAROH CAROH

Mit diesen beiden superschlanken und stylishen Modellen steigt Canon in den Markt der DVD-Camcorder ein. Der Canon DC10 besitzt einen 1,33-Megapixel-Chip, der DC20 bringt mit einem 2,2-Megapixel-Chip eine noch höhere Fotoauflösung.

Gleich nach dem Filmen kann die DVD in einen kompatiblen Player eingelegt, Szenen einzeln ausgewählt und angeschaut werden. Wer auf wiederbeschreibbare DVDs im Video-Recording-Modus filmt, kann schon in der Kamera eine Szenenfolge zur Abspielliste zusammenstellen. Auch Löschen und Kürzen sind möglich - versehentliches Überspielen ist dagegen ausgeschlossen. Die Helligkeit des 2,5-Zoll LCD-Monitors für Aufnahme und Wiedergabe kann auf Knopfdruck an das Umgebungslicht angepaßt werden. Die spezielle Antireflex-Beschichtung hilft, Spiegelungen zu verringern. 10fach Zoom, Lichtstärke 1:1,8 sowie ein hochwertiger Bildstabilisator versprechen sehr gute Abbildungsleistung. Für Fotografen stehen

### Canon DC10/DC20: Die Technik im Detail

- ▶ DVD-Camcorder mit Fotofunktion
- ▶ 1,33-Megapixel-CCD (DC10)
- ▶ 2,2-Megapixel-CCD (DC20)
- ▶ Ultra Slim und Space Age Design
- ▶ 10fach Zoom
- ▶ DVD Authoring Software
- ► RGB-Primärfarbenfilter (DC20)
- ▶ DIGIC DV für DVD
- ▶ hochauflösender 16:9-Modus
- Mini Videoleuchte (DC20)
- ▶ interner Blitz (DC20)
- ▶ PictBridge-, DirectPrint-kompatibel

Preis:

Canon DC20

999,00\* EUR

verschiedene Special Scene-Modi, ein selektiver Neun-Punkt-Autofokus und eine Serienbildfunktion mit bis zu fünf Bildern pro Sekunde zur Verfügung. Beim DC20 unterstützen eine Mini-Videoleuchte und ein eingebauter Blitz das Filmen bzw. Fotografieren bei schwachem Umgebungslicht

Der DIGIC DV-Prozessor verarbeitet Videound Fotodaten auf getrennten Wegen. So erhält jede Anwendung eine optimierte Bildqualität. Dank des großen CCD-Chips wird auch die Aufzeichnung von 16:9-Breitbildszenen in hoher Qualität und hoher Auflösung möglich. Der Print & Share Button überträgt die Bilddaten vom Camcorder auf Knopfdruck ohne Umweg über einen PC an einen kompatiblen Drucker.

Die DVD-Schnitt- und Authoring-Software Roxio My DVD wird serienmäßig mitgeliefert.

<sup>\*</sup> Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: November 2005