

imaging

+foto

contact

1-2/2003

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

31. Jahrgang G 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

# Die **PENTAX** OptioS

Die Kleinste  
mit 3fach-Zoom,  
3 Megapixeln



**Bestseller-Potential**

# Digital Imaging by Noritsu

**NEW**



**QSS-3101**  
**High Speed**  
**Laser Lab**  
**30x45cm**



**QSS-2901**  
**Fully Digital**  
**30x45cm**

**NEW**



**QSS-3001**  
**Fully Digital**  
**20x30cm**

**Noritsu DigiLabs**  
**Fully Digital Imaging**

Noritsu (Deutschland) GmbH, Siemensring 87, D-47877 Willich  
Telefon +49-2154/9157-0, Telefax +49-2154/9157-70, [www.noritsu.de](http://www.noritsu.de)





# inhalt

## !up9f

### Zum Titelbild: Pentax stellt die neue ultrakompakte Digitalkamera OptioS vor

Ausgereifte Kameratechnik auf kleinstem Raum bietet Pentax mit der neuen Digitalkamera OptioS. Dank einer innovativen Objektiv- und Chiptechnologie ist es den Entwicklern gelungen, eine Drei-Megapixel-Digitalkamera mit 3fach-Zoomobjektiv in ein nur 2 cm tiefes Kameragehäuse zu integrieren. Das edle Aluminium-Gehäuse der Pentax OptioS mißt lediglich 8,3 cm (B) x 5,2 cm (H) x 2 cm (T). Darin stecken ein CCD mit einer effektiven Auflösung von 3,2 Millionen Pixeln und ein leistungsstarkes 3fach-Zoomobjektiv. Letzteres bietet verglichen mit dem Kleinbildformat eine Brennweite von 35 bis 105 mm und setzt sich zusammen aus sechs Elementen in fünf Gruppen (mit zwei beidseitig asphärischen Elementen).



**Seite 28**

### Agfa führt neue Vista-Filmgeneration ein

Mit umfassender Verkaufsunterstützung für den Fotohandel führt Agfa jetzt die neue Generation der Vista-Filme ein. Neben sichtbar besserer Qualität soll ein neuer emotionaler Marktauftritt, bei dem das Bilderlebnis im Mittelpunkt steht, den Filmumsatz beleben. Dabei setzt Agfa auf den Slogan „Bilder, die glücklich machen“. Die durch den technologischen Fortschritt erreichte Qualitätsverbesserung der neuen Agfa Vista-



Filme soll die Freude der Konsumenten am Bilderlebnis noch steigern. Dazu hat Agfa die bereits in der ersten Vista-Generation eingesetzte Eye Vision-Technologie weiterentwickelt.

**Seite 16**

### Konica und Minolta wollen fusionieren

Die japanischen Unternehmen Konica Corporation, Tokyo, und Minolta Co. Ltd., Osaka, haben am 7. Januar ihre Absicht bekanntgegeben, sich zu einem neuen Konzern zusammenzuschließen. Das neue Unternehmen, Konica Minolta Holding Inc., wird seinen Stammsitz in Tokyo haben und ein Umsatzvolumen von mehr als 1 Billion Yen oder rund 8,5 Milliarden US-\$ erzielen. Für das operative Geschäft in Deutschland ergeben sich zur Zeit nach Aussage der deutschen Tochtergesellschaften noch keine sichtbaren Auswirkungen.



**Seite 14**

### imaging+foto-contact-Interviews



Anlässlich der Markteinführung der neuen Vista-Filmgeneration, die Agfa bereits auf der photokina 2002 angekündigt hatte, hat imaging+foto-contact mit Carsten Berk, Leiter des Bereichs Consumer Imaging bei Agfa Deutschland, über das Filmgeschäft im Fotohandel und die Frage gesprochen, ob dieses Segment überhaupt noch die Aufmerksamkeit wert ist, die Agfa ihm schenkt.

**Seite 16**



Mit der OptioS stellt Pentax eine außergewöhnlich kompakt gebaute Digitalkamera vor, die dennoch mit einer Auflösung von drei Megapixeln und einem Dreifach-Zoomobjektiv aufwarten kann. ifc sprach mit dem Vertriebsleiter der Pentax GmbH, Stefan Thode, darüber, wie die Kamera in der Optio-Produktreihe positioniert ist und mit welcher Unterstützung der Fotohandel beim Abverkauf rechnen kann.

**Seite 29**



Mit dem Zusammenwachsen von Fotografie und Telekommunikation entstehen auch für Fotohändler neue Möglichkeiten – sowohl als Nutzer, etwa von schnellen Datenleitungen, als auch als Anbieter. Mit der Fotohändler-Kooperation Ringfoto und dem Tk-Service-Provider debitel AG arbeiten seit einigen Monaten zwei Top-Player der jeweiligen Branchen zusammen. ifc führte Interviews mit Martin Köhler, Leiter Category Management Telekommunikation bei Ringfoto, und Reinhard Krause, Vorstandsmitglied der debitel AG, über die Hintergründe, die Art und die Zukunft der Zusammenarbeit.

**Seite 50**



### Verkaufsargumente für Digitalkameras

Welche Digitalkamera für einen Kunden die beste Wahl ist, hängt von einer ganzen Reihe Faktoren ab. imaging+foto-contact hat die wichtigsten Elemente für erfolgreiche Verkaufsgespräche zusammengestellt. In Zeiten, in denen eine schier unübersehbare Menge an Digitalkamera-Modellen am Markt existiert, besteht eines der wichtigsten Verkaufsargumente aus dem Verwendungszweck, der einem Kunden für seine Kamera vorschwebt. Im Beratungsgespräch sollte deshalb die Bedarfsermittlung an erster Stelle stehen.

**Seite 34**

### eBay macht Restposten zu Schnelldrehern

In Krisenzeiten reagieren viele Handelsunternehmen mit Rabattschlachten, um Kunden in die Geschäfte und an die Kassen zu locken. Doch was bei den Branchenriesen noch soeben gutgehen mag, ist für kleine und mittelständische Händler keine Lösung. Doch auch für sie gibt es clevere Ideen zur schnellen und dauerhaften Umsatzsteigerung – ohne großen finanziellen und zeitlichen Aufwand. Eine davon ist die Nutzung der Online-Plattform eBay, die Händlern eine transparente Plattform für ihren Handel im Internet und damit einen zusätzlichen, lukrativen Vertriebskanal bietet. Aufgrund der hohen Besucherzahlen und der intensiven Nutzung ist eBay ein hervorragender Platz für den Kauf und Verkauf von Artikeln des Bereiches Foto und Optik. Allein in Deutschland sind nach Unternehmensangaben aktuell mehr als 50.000 Artikel in dieser Kategorie gelistet.

**Seite 22**





### Zum Titelbild

Pentax stellt Digitalkamera OptioS vor ..... **28**

### Editorial

Preistreiber Fotohandel? ..... **5**

### Wirtschaftspolitischer Kommentar

Empfehlung für 2003:  
Wer überwindet, der gewinnt ..... **56**

### Industrie

Konica und Minolta kündigen Fusion an ..... **14**

Agfa führt neue Vista-Filmgeneration ein ..... **16**

Gretag Imaging meldet Konkurs an ..... **20**

### Labor

Kodak Picture CD kostenlos testen ..... **13**

### imaging+foto-contact-Interviews

Carsten Berk, Leiter des Bereichs  
Consumer Imaging von Agfa Deutschland:  
Neues Bildergeschäft mit starker Marke ..... **16**

Stefan Thode, Vertriebsleiter der Pentax GmbH:  
Bestseller-Potential ..... **29**

Martin Köhler, Leiter Category Management  
Telekommunikation bei Ringfoto, und  
Reinhard Krause, Vorstandsmitglied der  
debitel AG: debitel liefert alle Tk-Produkte  
aus einer Hand ..... **50**

### Handel

Der Fotomarkt im Jahr 2003:  
Das Prinzip Hoffnung ..... **8**

eBay macht Restposten zu Schnelldreher ..... **22**

Welche Digitalkamera für welchen Kunden?  
Fragen, beraten, verkaufen! ..... **34**

### Olympus $\mu$ [mju:] jetzt auch digital

Anfang des Jahres begann für die erfolgreichen  $\mu$ [mju:]-Kompaktmodelle von Olympus eine neue Zeitrechnung: Das Unternehmen präsentierte die ersten digitalen Versionen dieser Kamera, die seit ihrer Vorstellung weltweit über 22 Millionen mal verkauft wurde. Die Digitalen sollen mit ihrer Ausstattung an den Erfolg der analogen  $\mu$ [mju:]-Kameras anknüpfen. Vor der Präsentation der Neuheiten wies Martin Hubert, Leiter des Bereichs Consumer Products Deutschland bei der Olympus Optical Co. (Europa) GmbH, auf ein paar Marktzahlen hin. **Seite 40**



### Zehn neue Camcorder von Sony

Mit sechs neuen MiniDV-Camcordern, zwei davon mit einer Zwei-Megapixel-Auflösung, startet Sony ins neue Camcorder-Jahr. Darüber hinaus präsentiert das Unternehmen mit vier neuen Modellen die fünfte Generation der Digital8-Camcorder, die in Deutschland über einen Formatanteil von über 17 Prozent verfügen. Handycam und Digitalkamera in einem sind die laut Sony weltersten Zwei-Millionen-Pixel MiniDV-Camcorder DCR-TRV60 und DCR-TRV80. Mit den Modellen DCR-TRV14, DCR-TRV19, DCR-TRV22 und DCR-TRV33 stellt Sony vier weitere MiniDV-Camcorder vor. Sie konnten im Vergleich zur Vorgängergeneration um zirka 30 Prozent kompakter gebaut werden. **Seite 38**



Weiterbildung beim Photo+Medienforum ..... **57**

H. D. Lehmann: Geschenke ..... **65**

**Nachrichten** ..... **6, 26**

Kursbetrug bei PixelNet? ..... **27**

### Digital Imaging

Pentax stellt Digitalkamera OptioS vor ..... **28**

Flotte Foto- und Textdrucker von Canon ..... **32**

Neuheiten Digital Imaging ..... **33, 47**

Zehn neue Camcorder von Sony ..... **38**

Olympus Bestseller  $\mu$ [mju:] jetzt auch digital .... **40**

Casio stellt dritte Exilim-Generation vor ..... **42**

Minoltas neue Dimage F-300 ..... **44**

Sanyos Vier-Megapixel-Kamera VPC-AZ3EX ..... **46**

Neue Features bei MacOS X v10.2 ..... **48**

Jobs Bilder-Software für den Fotohandel ..... **54**

### Foto + Telekommunikation

debitel liefert alle Tk-Produkte aus einer Hand ... **50**

Neue Fotohandys von Samsung und Motorola ... **52**

### Video

U. Vielmuth: Phänomen Casablanca ..... **58**

**Neuheiten** ..... **59**

**Nachträge grosser foto-katalog** ..... **61**

**Leserbrief** ..... **45**

**Rechtstips** ..... **60**

**Literatur** ..... **66**

**Inserenten-Verzeichnis** ..... **71**

**Klein- und Personalanzeigen** ..... **67**

**Impressum** ..... **71**

„Ein Schlachten war's, nicht eine Schlacht zu nennen“

# Preistreiber Fotohandel?

Zunächst die gute Nachricht: Die positiven Aussichten für den Fotohandel im Jahr 2003 finden Sie auf Seite 8 ff in dieser Ausgabe. Dieser Leitartikel hat ein anderes Thema: den ganz normalen Wahnsinn nämlich, der sich in den Wochen vor und nach Weihnachten in unserer Branche abgespielt hat.

Eigentlich sollte man mit dem Weihnachtsgeschäft ja zufrieden sein. Denn besonders Digitalkameras gehörten nach einhelliger Meinung der Konsumforscher zu den absoluten Rennern der Saison. Keine andere Produktkategorie in unserer Branche ist jemals so schnell gewachsen. Wenn es mit rechten Dingen zuginge, müßte man überall zufriedene Fotohändler, schmunzelnde Großhändler und fröhliche Verkaufsleiter der Industrie treffen – und natürlich Kunden, die vor Freude an den digitalen Bildern völlig aus dem Häuschen sind.

Die Wirklichkeit sieht leider anders aus. Während die Industrie rechtzeitig zur Weihnachtssaison mit emotional geprägten Werbekampagnen – besonders positiv fielen z. B. die Fernseh-Spots von Nikon auf – für die digitale Fotografie zu begeistern suchte, schwang der Fotohandel den Preishammer. Und das gilt keinesfalls nur für die Fachmärkte. Während Saturn der Nation den unsäglichen Slogan „Geiz ist geil“ bis zum Erbrechen ins Ohr plärren ließ, priesen zahlreiche Fotohändler in ihren Zeitungsbeilagen die High-Tech-Produkte der internationalen Markenindustrie wie Schweinebauch an.

Freude am Bild? Fehlanzeige! Lust an der Technik? Doch nicht mit uns! Wir haben andere Argumente: „Preise zum Abfahren“, „Klein? Billig? – will ich!“, „Der Preis ruft!“, „Sie sparen jetzt bis zu 35%!“, „Der Gipfel für Sparer!“ – die Liste könnte endlos fortgesetzt werden. Man konnte den Eindruck gewinnen, nicht etwa Getränkedosen, sondern Kameras seien vom 1. Januar an mit dem Zwangspfand belegt worden und müßten daher dringend ausverkauft werden.

In diesem kakophonem Sparkonzert erwies sich häufig nicht nur die Fachmärkte, sondern auch die Fachhändler als Preistreiber und zogen dabei sogar Produkte nach unten, die nun wirklich nicht im Mittelpunkt des Preisinteresses stehen, zum Beispiel die Ricoh Caplio RR 30 (UVP 399,- Euro). Saturn lag mit 369,- Euro noch recht gemäßigt unter dem Richtpreis. Der rheinische Fachhändler A. setzte mit 349,- Euro noch einen drauf, der nordwestdeutsche Fachhändler B. machte gleich Nägel mit Köpfen: 299,- Euro, 100,- Euro unter dem Richtpreis. Prost Mahlzeit!

Der letztgenannte (der Name sei vornehm verschwiegen, es handelt sich um keinen der Großen) blieb mit 679,- Euro für die Canon EOS 300V mit Tamron 28/300 Objektiv noch 20,- Euro unter dem Saturn-Sonderangebot, und er hat sich – hier zeigt sich das Gespür für die Nische – mit dem Tamron AF 19-35 mm einen echten Hingucker zur Preisprofilierung ausgesucht und bot

das Objektiv statt für 299,- Euro (UVP), wie Saturn, für 269,- Euro an. Wäre der Mann auf der Hauptstraße seiner Heimatstadt von Gulli zu Gulli gelaufen und hätte Euro-Scheine darin versenkt, hätte man ihn zu seinem eigenen Schutz vermutlich eingeliefert.

Bei der Industrie reagierte man auf die Amokläufe zahlreicher Fotofachhändler nur noch mit Kopfschütteln. „Bei uns haben in der Vorweihnachtszeit die Einkäufer großer Fachmarktketten angerufen, um sich über die Preispolitik des Fachhandels zu beschweren“, so ein gestandener Vertriebsleiter eines großen Fotoherstellers am imaging+foto-contact Redaktionstelefon. „Das ist nun wirklich verkehrte Welt.“

Daß in vielen „Schweinebauch-Beilagen“ ausgerechnet des Fachhandels nicht ein einziges Wort von digitalen Foto-finishing-Dienstleistungen zu lesen war, paßt perfekt zur Logik dieses vorweihnachtlichen Trauerspiels. Warum sollte man auch in einer Saison, in der die meisten Digitalkameras verkauft werden, über das Bildergeschäft reden? Zumal es in diesem Segment bekanntlich keine unverbindlichen Preisempfehlungen gibt, die man durchstreichen kann.

Bitte verzeihen Sie den Sarkasmus dieser Zeilen. Eins steht fest: Wer die zunehmende „Aldisierung“ Deutschlands beklagt, sollte nicht das Verhalten der Discounter zum Maßstab der eigenen Geschäftspolitik machen. Eine Allianz der Vernunft aus Industrie und Handel ist nicht nur wünschenswert, sondern lebenswichtig, und zwar für die gesamte Branche. Wer flächendeckend den Preis zum wichtigsten Verkaufsargument erklärt, muß sich nicht wundern, wenn davon am Ende die Discounter und Billigproduzenten profitieren. Das muß zu Beginn des neuen Jahres einmal deutlich gesagt werden, denn Geiz ist nicht geil. Geiz ist doof!

Th. Blömer



## Canon gewinnt Patentstreit gegen Pelikan Hardcopy

Die Canon Inc., Tokio, hat sich vor dem Düsseldorfer Landgericht in einer Patentrechtsverletzungsklage gegen die Pelikan Hardcopy Deutschland GmbH und die Pelikan Hardcopy European Logistics & Services GmbH durchgesetzt. Das Unternehmen hatte mit dem Ziel geklagt, Pelikan Hardcopy jede weitere Verbreitung und den Verkauf von patentverletzenden Patronen für Tintenstrahldrucker dauerhaft zu untersagen. Die Klage schloß auch die Forderung nach einer Vernichtung der Lagerbestände und nach Schadensersatz ein. Wie Canon in einer Pressemitteilung betonte, sei das Gericht dem Antrag von Canon vollständig gefolgt. Pelikan Hardcopy darf ab sofort keine Patronen mehr verkaufen, die die Rechte von Canon verletzen. Die Höhe des zu zahlenden Schadensersatzes muß noch ermittelt werden.

## CeWe Color verarbeitet immer mehr digitale Bilder

Einen Boom bei digitalen Fotofinishing-Dienstleistungen meldet CeWe Color. Im Dezember konnte das Unternehmen nach eigenen Angaben bereits 8,3 Prozent seines Umsatzes mit digi-

talenen Produkten und Dienstleistungen erzielen. Noch im Dezember ging der CeWe Color Vorstand für das Jahresende von einem Umsatzanteil von 5,0 Prozent aus. Insgesamt lieferten die Großlabors der Gruppe im Dezember 5,6 Millionen Digitalfotos in Europa aus. Das entspricht einer Wachstumsrate von über 370 Prozent zum Vorjahresmonat und liegt sogar um 1,1 Millionen Stück über dem Wert der Saisonspitze im August.

Die Anzahl der Digitalfoto-Bestellungen über das Internet (Online Photo Service) stieg im Dezember bei CeWe Color um 380 Prozent auf 2,6 Millionen Fotos. Die Bestellungen an den Ladentheken der von CeWe Color belieferten Händler nahmen gegenüber dem Vorjahresmonat um 370 Prozent zu und erreichten die Menge von 3,0 Millionen Stück.

Auch herkömmliche Filmentwicklungen werden in immer stärkerem Maße bei CeWe Color durch digitale Produkte ergänzt. So stellte das Unternehmen im Jahr 2002 2,6 Millionen Image-CDs her (77 Prozent mehr als im Vorjahr). Damit werden 3,2 Prozent aller Filmentwicklungs-Aufträge mit CD ausgeliefert.

Den höchsten Umsatzanteil mit digitalen Produkten und Dienstleistungen erzielte CeWe Color im Dezember in der

Schweiz (17,1 Prozent), vor Dänemark (14,6 Prozent), Deutschland (9,0 Prozent) und den Niederlanden (8,6 Prozent). Aber auch mitteleuropäische Länder wie Tschechien (5,3 Prozent) liegen bereits über dem von der Geschäftsleitung für das Jahresende geplanten Umsatzanteil. In Polen erreichten digitale Produkte einen Anteil von 3,5 Prozent.

Im Gesamtjahr 2002 konnte CeWe Color die Zahl der belichteten Digitalfotos von 8,4 Millionen Stück im Vorjahr auf 39,2 Millionen Stück steigern. Das entspricht einer Wachstumsrate von 364 Prozent.

## Fujifilm zieht positive Bilanz für das Jahr 2002

Fujifilm hat sich mit der Geschäftsentwicklung des vergangenen Jahres zufrieden gezeigt. Vor Wirtschaftsjournalisten zog Geschäftsleiter Helmut Rupsch ein optimistisches Resümee. Die digitale Fotografie habe in der Branche einen Boom ausgelöst, von dem viele andere nur träumen könnten. Zwar gäbe es einen Rückgang im konventionellen Bereich, wie Film und analoge Kameras, der allerdings durch rasantes Wachstum bei digitalen Produkten aufgefangen würde. Das Wachstum im Fotomarkt beträgt gegenüber dem Vorjahr acht Prozent, der Wachstumszuwachs bei Fujifilm in Deutschland liegt darüber.

Der Weltumsatz von 21,6 Milliarden Euro wird in drei Produktbereichen erzielt: Imaging (Filme, analoge und digitale Kameras, Color-Papier, Minilabs), Information (grafische und medizinische Systeme, Speichermedien) und Dokumentation (Farbkopierer, On-Demand-Printing, Laserdrucker). Für das laufende Finanzjahr wird ein Zuwachs beim Weltumsatz um 6,6 Prozent auf 23 Milliarden Euro prognostiziert.

In Deutschland werden Produkte aus den Segmenten Consumer Imaging, Medical Imaging und grafische Systeme vertrieben. Hiermit wurde im Finanzjahr 2002 (31.3.2002) ein Umsatz von 318 Millionen Euro erzielt, ein Anstieg um fünf Prozent zum Vorjahr. „Für das laufende Finanzjahr ist ein Anstieg um rund acht Prozent eine realistische Erwartung“, so Helmut Rupsch.

## Agfa verkauft Zerstörungsfreie Materialprüfung

Die Agfa-Gevaert NV wird ihren Geschäftsbereich Non-Destructive Testing (Zerstörungsfreie Materialprüfung) für 400 Millionen Euro an die General Electric Aircraft Engines verkaufen. Agfa gehört zu den führenden Anbietern in diesem Segment und erwirtschaftete in diesem Bereich im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund 220 Millionen Euro (4,5 Prozent des Konzernumsatzes). Zum Geschäftsbereich Zerstörungsfreie Materialprüfung gehören analoge und digitale Röntgen- und Ultraschall-Systeme, mit deren Hilfe die Strukturen und Toleranzen von Materialien geprüft werden, ohne sie zu zerstören oder zu verformen. Die wichtigsten Kunden sind die Luftfahrt, die Autoindustrie, der Eisenbahnbau, die Energiewirtschaft und die petrochemische Industrie.

Die Vereinbarung über den Verkauf des Geschäftsbereichs an General Electric Aircraft Engines betrifft alle Aktivitäten von Agfa im Bereich der Zerstörungs-

freien Materialprüfung mit Ausnahme der Produktion von NDT-Röntgenfilmen, die weiter von Agfa produziert werden. Hierfür haben Agfa und General Electric eine langfristige Vereinbarung getroffen, nach der General Electric den weltweiten Vertrieb für Agfas industriellen Röntgenfilm übernimmt. Ungefähr 1.050 Agfa-Mitarbeiter werden zu General Electric übergehen.

Nach Aussage des Agfa-Vorstandsvorsitzenden, Dr. Ludo Verhoeven, hat das Unternehmen nicht danach gestrebt, den Geschäftsbereich zu verkaufen. Durch den systematischen Ausbau des Segmentes sei dieses allerdings für Interessenten besonders attraktiv geworden, da die wichtigsten Technologien verfügbar seien. „Agfa wird damit ein stärker fokussiertes Portfolio haben. Wir werden im Stande sein, den Erlös für die Fortsetzung unserer Wachstumsstrategie und für einen eventuellen Aktienrückkauf einzusetzen“, erklärte Verhoeven.

## LOOK INTO THE FUTURE



### CAMELIA C-720 Ultra Zoom

#### Neue Maßstäbe im Ultrazoom-Bereich

- 3,0 Mio. Pixel CCD
- lichtstarkes 8fach Zoomobjektiv und 3fach Digital-Zoom
- vielfältige Belichtungsprogramme und Aufnahmemodi

### CAMELIA C-4000 Zoom

#### Innovative Fototechnik – überraschend günstig

- 4,0 Mio. Pixel CCD
- 3fach Zoom und 3,5fach Digital-Zoom
- attraktiv in Ausstattung und extrem bedienerfreundlich



### µ[mju:] -V

#### Das neue High-Light der erfolgreichsten Kamera-Serie der Welt

- ultrakompakt und stylish
- 3fach Zoomobjektiv
- vielfältige Belichtungsprogramme
- wetterfest

### µ[mju:] -III Wide 100

#### Bedienerfreundliche Kamera und innovative Ausstattung

- hochwertiges 28-100 mm 3,6fach Zoomobjektiv
- kompakt und elegant
- wetterfest



Make a difference

**OLYMPUS**

THE VISIBLE DIFFERENCE

# Der Fotomarkt im Jahre 2003

# Das Prinzip Hoffnung



**Was bringt das Jahr 2003 für die Fotobranche in Deutschland? Die Ausgangslage ist bekanntlich nicht einfach: Die Technologie wandelt sich rasant, die wirtschaftlichen Aussichten sind trübe, und das Vertrauen der Verbraucher ist seit der Bundestagswahl drastisch gesunken. Dennoch hat die Fotobranche keinen Anlaß für allzu viel Pessimismus: Sie gehört zu den ganz wenigen Sektoren mit echtem Wachstum. imaging+foto-contact stellt die wichtigsten Trends für das Jahr 2003 vor.**

Während sich der Markt für technische Konsumgüter im vergangenen Jahr in Deutschland fast durchweg negativ entwickelte, entwickelte sich die Fotobranche gegen den negativen Trend. Allein zwischen Februar und November letzten Jahres wuchs der Umsatz um 8,2 Prozent – damit lag die Fotografie an der Spitze der Gunst der Verbraucher. Nach Angaben der GfK weisen im Bereich Technische Konsumgüter nur noch die Telekommunikation (plus 6,2 Prozent) und kleine Haushaltsgeräte (plus 0,9

Prozent) Wachstumsraten auf. In letzterem Bereich haben übrigens die keineswegs billigen neuartigen Kaffeemaschinen einen beachtlichen Akzent gesetzt.

## Wachstumsmotor 1: Digitalkameras

Die positiven Impulse für den deutschen Fotomarkt sind fast ausschließlich der steigenden Popularität von Digitalkameras zu verdanken. Zwischen

Februar und November 2002 legte die Kategorie gegenüber derselben Periode des Vorjahres laut GfK nach Stückzahlen um 104 Prozent zu. Wertmäßig betrug das Wachstum immer noch 61 Prozent. Das Weihnachtsgeschäft, für das noch keine endgültigen Zahlen vorliegen, dürfte diesen Trend mit Sicherheit noch verstärkt haben – in der verkaufsstärksten Saison des Jahres gehörten Digitalkameras nach einhelliger Meinung der Konsumforscher zu den absoluten Rennern. Wenn nicht alles täuscht, hat sich der Digitalkamera-Markt damit in Deutschland im Jahre 2002 erneut verdoppelt: 2,4 bis 2,5 Millionen Stück, so schätzt Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, dürften es gewesen sein – Handys mit eingebauter Kamera und entsprechende Module nicht eingerechnet.

Am populärsten sind dabei Kameras der 2-Millionen-Pixelklasse; die stärksten Wachstumsraten weisen allerdings Modelle mit höherer Auflösung auf. Für dieses Frühjahr sind zudem weitere wichtige Neuheiten zu erwarten: Allein in dieser Ausgabe stellen wir mehr als eine Handvoll höchst



Die Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) hat im Jahre 2002 nur für wenige Segmente im Bereich Technische Konsumgüter Wachstumsraten ermittelt. Die Fotobranche lag dabei an der Spitze.







*Digitale Minilabs – ob mit Fotopapier wie das Fujifilm Frontier 340 (links) oder mit Inkjet-Technologie wie das Phogenix DFX-System (rechts) – bieten die Möglichkeit für mehr Wertschöpfung im Bildergeschäft.*

nen Jahr gemeinsam durchführten, beteiligten sich über 3.000 Fotohändler. Wie berichtet, hat der BGL auf seiner Mitgliederversammlung Ende vergangenen Jahres bereits seine Bereitschaft bekundet, sich auch an einer

5,6 Millionen Digitalfotos in Europa aus – die meisten davon über die Bildertaken der Partner im Fotohandel. Bei anderen Finishern dürfte die Situation ähnlich sein. CeWe Color erzielte jedenfalls im Dezember bereits 8,3 Prozent seines Umsatzes mit digitalen Produkten und Dienstleistungen und lag damit deutlich über dem selbstgesteckten Ziel von 5 Prozent. In Deutschland betrug der Umsatzanteil 9 Prozent, in der Schweiz sogar 17,1 Prozent. Erreicht wurde dies nicht nur mit Bildern von Digitalkameras – auch das analoge Segment profitierte durch eine deutlich steigende Nachfrage nach Bilder-CDs von der digitalen Technologie. Allein bei CeWe Color machte der Zuwachs im Jahre 2002 77 Prozent aus.

Damit wurden zumindest bei dem Oldenburger Großfinisher 3,2 Prozent aller Filmentwicklungsaufträge mit CD ausgeliefert – auch hier dürften andere Labors nicht weit entfernt liegen.



*Kiosks wie der Kodak Picture Maker ermöglichen das Angebot schneller Bilder direkt im Geschäft.*

Nachfolge-Aktion in diesem Jahr zu beteiligen. Auch im Photoindustrie-Verband wird bereits über ein Konzept für die nächste Promotion nachgedacht. Die Reaktionen der Verbraucher zeigen, daß ein solcher Einsatz sich lohnt: Allein bei CeWe Color lag die Zahl der Digitalfoto-Bestellungen im Dezember um 370 Prozent über dem Vorjahr: Insgesamt lieferte die Großlabor-Gruppe im letzten Monat des Jahres 2002



*Terminals zur Annahme digitaler Bildaufträge – hier der DigiFilm Maker von CeWe Color – stehen inzwischen in zahlreichen Fotogeschäften.*

## Digitalkameras machen Spaß



*An der Gemeinschaftsaktion „Klasse Photos von Digital“ des Photoindustrie-Verbandes und des Bundesverbandes der Grosslaboratorien (BGL) beteiligten sich im vergangenen Jahr mehr als 3.000 Fotohändler. Insider erwarten ein Nachfolgeprojekt in diesem Jahr.*

Angesichts des bekannten Preisverfalls im traditionellen Bildergeschäft braucht die Wichtigkeit der digitalen Dienstleistungen für den Fotohandel nicht besonders betont zu werden. Die Steigerungsraten zeigen, daß die Verbraucher das Angebot an den Bildertaken für ihre Digitalkameras annehmen – auch wenn noch keine endgültigen Zahlen vorliegen, ist man bei Inkjet-Fotopapieren von Wachstumsraten zwischen 300 und 400 Prozent offensichtlich nicht weit entfernt. Das soll nicht heißen, daß dieses Segment vernachlässigt werden darf: Denn die





# *Die große jährliche Messe für die internationale Fotobranche 2003 in Las Vegas*

**Preisgünstige  
Pauschalreisen:**

**tii events GmbH**  
Motorstr. 56, 80809 München,  
Tel. 089-25007-1010,  
Fax. 089-25007-4601,  
E-Mail: guenther.koch@travel24.com

**ab 799 €**

**ICT Reisen Werner Hofmann,**  
Postfach 14 03, 72004 Tübingen,  
Tel. 07071-9303-0,  
Fax. 07071-37061,  
E-Mail: ICTDMC@aol.com

**Informationen zur Messe:**

**e.scherer@pmai.org**  
Fax: 001-517-788-7809  
**PMA Büro für Europa,**  
Leopoldstr. 236, 80807 München  
Telefon 089-399686  
Fax: 089-2730291  
E-Mail: pmaeurope@pmai.org

*Wir laden Sie ein zur*

**PMA**

*Annual Convention & Trade Show  
2. bis 5. März 2003,  
Las Vegas Convention Center,  
Las Vegas, Nevada, USA*

*DIMA Annual Conference  
28. Februar bis 1. März 2003*

*PSPA Annual Convention  
27. Februar bis 1. März 2003*

*PPFA Annual Convention  
2. bis 5. März 2003*



**Online-Registrierung: [pma2003.pmai.org](http://pma2003.pmai.org)**





*Allein von Oktober bis Ende des Jahres verkaufte Vodafone mehr als 150.000 Fotohandys wie das Nokia 7650.*

steigende Verbreitung von Digitalkameras vergrößert die Zahl der Verbraucher, die Lust bekommen, das eine oder andere Bild selbst auszudrucken. Nicht unerwähnt bleiben sollte auch der Trend zur Eigenproduktion von Bildern im Fotohandel: Das große Angebot digitaler Kiosks und Minilabs auf der photokina illustrierte das deutlich. In diesem Frühjahr sind weitere kompakte Geräte zu erwarten, die die Investitionsschwelle für den Fotohandel voraussichtlich weiter verringern werden. Dabei dürften im Laufe dieses Jahres auch die ersten Inkjet-Minilabs zu erwarten sein – ob sie wirklich eine Alternative darstellen, wird sich zeigen. Auch bei den digitalen Kiosks ist mit wichtigen Innovationen zu rechnen.

## Hoffungsträger: Foto und Mobilfunk

Die starken Marketing-Aktivitäten in der Mobilfunk-Branche zur Popularisierung von Multimedia-Nachrichten über das Handy (MMS) bringen dem Fotohandel zur Zeit zwar noch keine zusätzlichen Umsätze, sollten aber gebührende Aufmerksamkeit finden. Schließlich deutet alles darauf hin, daß diese technische Innovation den negativen Trend bei der Nachfrage nach Mobiltelefonen umgekehrt hat. Viele Fotohändler sind ja bereits in das Geschäft mit Handys und Mobilfunk-Verträgen eingestiegen. Der deutliche Trend zum Bild macht dieses Segment nach dem Boom vor zwei oder drei Jahren wieder interessanter.

Die Wachstumsraten von MMS sind beeindruckend. Allein der Netzbetreiber Vodafone verkaufte vom Start der Kampagne im Oktober bis zum Ende des Jahres 150.000 Vodafone Life Handys. Dazu zählen ausschließlich Modelle mit eingebauter Kamera wie das Nokia 7650, das Panasonic GD87 und das

Sharp GX10. Eine nennenswerte Anzahl weiterer Handys, die mit einem ansteckbaren Kameramodul ausgerüstet werden können, zum Beispiel das Siemens S55, muß noch dazugerechnet werden. „Die Zahl von 150.000 Vodafone Life Handys hat unsere Erwartungen deutlich übertroffen“, erklärte Vodafone Sprecher Heiko Witzke dem imaging+foto-contact. „Denn bis zum Ende des Jahres hatten wir eigentlich nur 100.000 geplant. Und wir konnten in der letzten Dezember-Woche bereits 200.000 Multimedia-Nachrichten verzeichnen. Im Oktober waren es erst 60.000.“

Zwar gehören zu diesen MMS Nachrichten nicht nur Bilder, sondern auch Klingeltöne oder Soundclips. Aber der Foto-Trend zeigt deutlich nach oben. In anderen Ländern kümmert sich die Fotobranche bereits um dieses Segment: Das finnische Großlabor Eiri Oy bietet MMS Kunden des Netzbetreibers Sonera Fotofinishing-Dienstleistungen für die witzigen Handybilder an. Dazu sendet der Mobilfunk-Teilnehmer die digitalen Fotos per MMS an eine Servicenummer und eröffnet damit ein Konto, an das er zwölf Stunden lang weitere Bilder schicken kann. Anschließend wird der Auftrag vom Labor per SMS bestätigt, und die Bilder werden auf Foto-



*Handys wie das Panasonic GD87 und das Sharp GX10 mit eingebauter Kamera kündigten bereits im vergangenen Jahr einen neuen Trend im Mobilfunk an.*

papier im Format 6 x 9 cm (aktuelle Bildgröße 4 x 6 cm) ausgedruckt. Von jeder Aufnahme gibt es standardmäßig zwei Prints zum Preis von 1,50 Euro, der über die Telefonrechnung eingezogen wird.

Solche Dienstleistungen werden mit steigender Bildqualität der Kamerahandys oder Kameramodule noch interessanter. Der Pixel-Boom hat jedenfalls auch bei Mobilfunk-Kameras bereits eingesetzt, und zwar bei Aufnahme und Wiedergabe. So nahm das erste Kamerahandy, das T68i von Sony Ericsson, die Bilder noch mit einem 120 x 180 Pixel-Chip auf und stellte sie auf einem 256-Farben-Display dar. Heute bietet das Nokia 7650 bereits VGA-Auflösung, das Sharp GX10 wartet mit 65.000 Farben auf dem eingebauten Display auf. Man wird nicht lange warten müssen, bis das erste Megapixel-Kamerahandy vorgestellt wird. Die dann entstehenden Datenmengen dürften kein Problem sein: Wer über Fotos und Mobilfunk nachdenkt, sollte die Einführung von UMTS Ende dieses Jahres nicht aus dem Blick verlieren.

## Bilder bleiben populär

Trotz eines schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes und des harten Preiswettbewerbes besteht also nicht nur Anlaß zu Pessimismus für das Jahr 2003. Zwar werden keinem Fotohändler die gebratenen Tauben in den Mund fliegen. Bilder bleiben aber populär – und diese Popularität wird mit den neuen digitalen Technologien noch steigen. Daraus ein Geschäft für die Fotobranche zu entwickeln, ist die Herausforderung des Jahres 2003.



*In Finnland vom Großlabor Eiri Oy bereits erhältlich: Prints von Handyfotos auf Fotopapier – hier in Originalgröße.*

# Mit Kodak Premier- oder First-Aufträgen Kodak Picture CD kostenlos testen

Verbraucher, die im Februar Kodak Premier- oder First-Aufträge bestellen, erhalten die Kodak Picture CD gratis dazu. Diese Aktion wird zu einhundert Prozent von Kodak finanziert. Weitere Unterstützung erhalten Händler durch aufmerksamkeitsstarke Werbematerialien für den Point of Sale, die die Kunden dazu motivieren sollen, den Kodak Premier- oder First-Service zu bestellen und die Picture CD kostenlos zu testen.

Mit diesem Testangebot sollen den Verbrauchern die vielfältigen Möglichkeiten der Kodak Picture CD nähergebracht werden, etwa die digitale Nutzung der Bilder zur nachträglichen Bearbeitung, zur Archivierung in privaten oder Internetarchiven oder der Versand als E-Mail. Händler sollen mit der CD auch vom anhaltenden Boom der DVD Player profitieren, denn auf immer mehr Geräten kann die Kodak Picture CD betrachtet werden. Das Bild wird dabei automatisch in der bestmöglichen Größe auf dem Fernsehschirm angezeigt. Die Kodak Picture CD läßt sich derzeit bereits auf Playern der Hersteller Philips, Denon, Mustek und Pioneer abspielen. Das Werbemittelpaket für diese Aktion steht unter dem Motto „Kodak Picture

CD – jetzt gratis testen“ und umfaßt 100 Flyer in der Größe DIN A6, ein DIN A1 Poster für das Schaufenster oder als Gehwegaufsteller, einen Deckenhänger in der Größe DIN A2, einen Thekenaufsteller sowie eine Schwarzweiß-Vorlage für Zeitungsanzeigen. Aktuelle Kodak-Studien belegen, daß die Kodak Picture CD weiter auf Erfolgskurs ist. Bisherige Marketing- und Testaktionen mit dem Speichermedium sowie die erfolgreiche Fernsehwerbung im Sommer des vergangenen Jahres mit über 170 Millionen Kontakten führten dazu, daß sich die Anzahl der bestellten Kodak Picture CDs in Deutschland im Jahr 2002 verdreifacht hat. Die aktuelle Aktion soll dem Handel nicht nur eine erhöhte Kundenfrequenz hinsichtlich eines wachsenden

RAHMEN, ALBEN,  
ORDNUNGSSYSTEME  
FÜR FOTOS UND NEGATIVE,  
SCHRÄGSCHNITT-PASSEPARTOUTS,  
PORTRAIT-TASCHEN,  
ENDLOS-LEPORELLOS

HAGEE-Goltdammer GmbH  
83230 Bernau/Chiemsee · Postfach 1146  
Telefon 0 80 51/80 48-0 · Telefax 0 80 51/73 12  
www.hagee.de · E-Mail: info@hagee.de

Anteils von Laboraufträgen für die Kodak Picture CD bringen, sondern auch eine steigende Nachfrage nach Kodak Bildaufträgen im First- oder Premier-Service.

## Kunden können den Bearbeitungsstatus ihrer Bildaufträge abfragen

Ab Februar startet Kodak eine neue Kommunikationsplattform zur Abfrage des Auftragsstatus für Kunden der Kodak Labors. Unter der Angabe der Auftrags- und Kundennummer hat der Kodak Kunde dann die Möglichkeit, den aktuellen Bearbeitungsstand seiner analogen Bildaufträge über das Telefon, online über die Kodak Webpage oder ein WAP- oder i-mode-fähiges Mobiltelefon abzufragen. Außerdem kann sich der Kunde eine SMS mit dem Zeitpunkt der Fertigstellung auf sein Handy schicken lassen.

Zur telefonischen Auftragsabfrage wählt der Kunde über die Rufnummer 01805/782887 (0,12 Cent pro Minute) einen computerbasierten Telefondienst an und gibt über die Tastatur des Telefons seine Kundennummer und seine Auftragsnummer ein, die sich im Abholausweis befinden. Er erhält die Auskunft, ob seine Bilder noch in Bearbeitung sind oder bei seinem Fotohändler zur Abholung bereit liegen. Kunden, die lieber das Internet benutzen, gelangen über die Kodak Homepage [www.kodak.de](http://www.kodak.de) zur Statusabfrage. Und Kodak Laborkunden mit einem WAP- oder i-mode-Handy können die Informationen über <http://imode.meine-kodak-bilder.de> bzw. <http://wap.meine-kodak-bilder.de> abrufen.



# Konica und Minolta kündigen Fusion an

## Vernunftfehe

**Die japanischen Unternehmen Konica Corporation, Tokyo, und Minolta Co. Ltd., Osaka, haben am 7. Januar ihre Absicht bekanntgegeben, sich zu einem neuen Konzern zusammenzuschließen. Das neue Unternehmen, Konica Minolta Holding Inc., wird seinen Stammsitz in Tokyo haben und ein Umsatzvolumen von mehr als 1 Billion Yen oder rund 8,5 Milliarden US-\$ erzielen.**

Für das operative Geschäft in Deutschland ergeben sich zur Zeit nach Aussage der deutschen Tochtergesellschaften noch keine sichtbaren Auswirkungen. Der Zusammenschluß der beiden global operierenden Unternehmen wird einige Zeit in Anspruch nehmen.

Bereits im Herbst des vergangenen Jahres hatte Konica bekanntgegeben, den Konzern zum 1. April 2003 in eine Holding umzuwandeln, der die unterschiedlichen Geschäftsbereiche Office Document Systems (Kopierer), Consumer Imaging (Filme, Fotopapier, Kameras und Minilabs) sowie Medizinische und Grafische Systeme als selbständige Tochtergesellschaften angegliedert sein sollen. Dieser Schritt wird wie geplant durchgeführt. Anfang August soll dann die bisherige Minolta Co. Ltd. ebenfalls dieser Holding angegliedert werden. Danach folgt die Zusammenführung der Geschäftsbereiche.

Minolta setzte im vergangenen Geschäftsjahr rund 511 Milliarden Yen (ca. 4 Milliarden US-\$) um. Dabei wurden mehr als drei Viertel des Umsatzes mit Kopier- und Drucksystemen erzielt. Das Unternehmensergebnis war zwar mit einem Nettoverlust von 34,35 Milliarden Yen negativ. Doch kehrte Minolta in der ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres in die schwarzen Zahlen zurück.

Bei der Konica Corporation, die im vergangenen Geschäftsjahr mit einem Umsatz von rund 540 Milliarden Yen (4,05 Milliarden US-\$) einen Gewinn von gut 11 Milliarden Yen (rund 83 Millionen US-\$) erwirtschaftete, ist das Segment Consumer Imaging mit einem Umsatz von gut 191 Milliarden Yen der größte Geschäftsbereich und liegt knapp vor dem Kopierergeschäft mit 186 Milliarden Yen. Mit Medizinischen und Grafischen Systemen setzte Konica im vergangenen Geschäftsjahr rund 119 Milliarden Yen um.

### „Gleichstellung beider Unternehmen“

In einer Pressemitteilung betonten Konica und Minolta die Gleichstellung beider Unternehmen im Rahmen der Fusion. Der Zusammenschluß wird durch einen Aktientausch erfolgen, indem jeder Aktionär von Minolta 0,621 Aktien der Konica Corporation pro Minolta-Aktie erhalten wird. Die Vereinbarung soll Mitte Mai dieses Jahres förmlich unterzeichnet und den Ende Juni stattfindenden Aktionärsversammlungen beider Unternehmen zur Genehmigung vorgelegt werden.

### Einsparungen und bessere Marktposition

Nachdem beide Unternehmen in ihren Kerngeschäften nicht zu den größten Anbietern auf dem Weltmarkt gehören, versprechen sich die Verantwortlichen von der Fusion mehr als nur Kosteneinsparungen durch die Streichung von weltweit rund 4.000 Arbeitsplätzen bis zum Jahre 2005. Derzeit beschäftigen beide Unternehmen zusammen rund 38.500 Mitarbeiter. Wichtiger indessen erscheint eine deutliche Steigerung des „Kampfgewichts“ im harten weltweiten



Wettbewerb. Bereits seit April 2000 arbeiten Konica und Minolta im Kopierergeschäft bei Forschung und Entwicklung eng zusammen und gründeten im Dezember 2000 ein Joint-venture zur Entwicklung und Herstellung spezieller Tonerprodukte.

Im Fotobereich entsteht durch die Fusion sozusagen ein Vollsortimenter mit einer breiten Produktpalette von digitalen und analogen Kameras, Verbrauchsmaterialien (Filme, Fotopapier und Inkjet-Medien) bis hin zu digitalen Minilabs. Die jeweiligen Stärken beider Partner sollen in einem gemeinsamen Technologie-Center für Grundlagenforschung und Fertigungstechnologie kombiniert werden. Zudem sollen spezielle Entwicklungsgruppen für Optik und Mechanik, Material und Verarbeitung sowie Software und Elektronik dafür Sorge tragen, daß die technologischen Potentiale optimal genutzt werden. Auf die digitale Zukunft des Bildes im Fotomarkt will sich Konica Minolta mit einem „Forschungszentrum für allgegenwärtige Bildinformation“ einstellen, das neue Konzepte und Geschäftsmodelle für die digitale Bilderwelt der Zukunft entwickeln soll.

Grundsätzlich sollen die Produkte des neuen Unternehmens den Markennamen „Konica Minolta“ tragen. In den Pressemeldungen der japanischen Muttergesellschaft wurde zudem angekündigt, Filme weiterhin unter der Marke „Konica“ und Kameras unter dem Namen „Minolta“ zu vermarkten. Diese Formulierung findet sich in einer Pressemitteilung der Konica Europe GmbH, Hohenbrunn, allerdings nicht



wieder, so daß man davon ausgehen kann, daß über die Zukunft der traditionellen Fotomarken Konica und Minolta noch nicht das letzte Wort gesprochen worden ist.

Die Konica Minolta Holding Inc. wird von dem derzeitigen Präsident/CEO der Konica Corporation, Fumio Iwai, als Präsident und Representative Executive Officer geführt werden. Er soll auch die Leitung der Image Information Product Company übernehmen, in der mit dem Kopierergeschäft der größte Bereich des Konzerns angesiedelt sein

wird. Der derzeitige Minolta Chef Yoshikatsu Ota wird Vice President und Representative Executive Officer der Konica Minolta Holding Inc. Der Vorstand des neuen Unternehmens wird sich aus bisherigen Geschäftsleitungsmitgliedern von Konica und Minolta in gleicher Anzahl zusammensetzen und durch Mitglieder von außerhalb beider Unternehmen ergänzt werden. Bis zum Jahre 2005 soll die neue Konica Minolta Holding Inc. ein Umsatzvolumen von 1,3 Billionen Yen oder fast 11 Milliarden US-\$ realisieren und einen Gewinn von 150 Milliarden Yen erzielen.



**JOBO FOR YOUR BEST IMAGE**

**APACER PHOTO STENO PRO**  
die schnellste CF Karte\*)

\*) c't wörtlich: „...Steno Pro legt die höchsten bei c't gemessenen Datenraten für CF vor.“ Stand Sept.02

**Apacer Speicher Karten**  
CF Karten von 32-512MB, Zuverlässig + schnell

Standard	1,2MB/sec S ( 8X)
Steno	2,4MB/sec S (16X)
Steno Pro	4,0MB/sec S (26X)

S= Schreibgeschwindigkeit

**WWW.JOBO.COM**

JOBO TEL. 02281/545-0

## Geschäft auf drei Säulen

Unter dem Dach der neuen Konica Minolta Holding Inc., die die Strategien des neuen Unternehmens festlegen wird, werden drei operative Gesellschaften für die unterschiedlichen Geschäftsbereiche angesiedelt sein:

### Bürokommunikation

Das Kerngeschäft des größten Konica Minolta Betriebsunternehmens wird bei Eingabe- und Ausgabegeräten für Firmennetzwerke mit Schwerpunkt auf multifunktionalen Peripheriegeräten und Druckern liegen. Dabei soll der wachsende Markt für Farbdrucker und digitale Hochgeschwindigkeitskopierer besonderes Gewicht erhalten. Auch die Vermarktung des seit dem Jahr 2000 gemeinsam entwickelten und produzierten polymerisierten Toners wird ein strategisches Geschäftsfeld.

### Optische Produkte

In dieser Gesellschaft sollen Technologien aus den Bereichen Optik, Bildbearbeitung und Verarbeitung verbunden werden. Dabei soll die Wettbewerbsfähigkeit in den Bereichen optische Komponenten, wie zum Beispiel Linsen, Mikrokameraeinheiten für Mobiltelefone usw. gestärkt werden. Dafür kann das Unternehmen auf Technologien für die Herstellung von Kunststofflinsen bei Konica und von Glaslinsen bei Minolta zurückgreifen. Zusätzlich soll das Geschäft mit Displaymaterialien ausgebaut werden.

### Kamera und Consumer Imaging

In diesem Geschäftsbereich wird sich die bekannte Fotokompetenz von Minolta und Konica wiederfinden. Dabei setzt das Unternehmen in den entwickelten Märkten wie Europa, USA und Japan in Zukunft noch stärker auf digitale Fotografie und andere neue Segmente. Aber auch im Filmgeschäft sieht man noch Potential – hier vor allem in aufstrebenden Ländern, wo die Nachfrage nach Farbfilmen nach wie vor steigt. Das breite Produktsortiment von Kameras, Verbrauchsmaterialien und digitalen Minilabs soll die Marktposition im Fotobereich wesentlich stärken. Hinzu kommen weitere Bildinformationsprodukte für medizinische und grafische Anwendungen sowie Meßinstrumente.

# Agfa führt neue Vista-Filmgeneration ein

# Bilder und Emotionen

rund 4 Millionen digital. Das bedeutet, daß der Löwenanteil aller Bilder nach wie vor auf Film aufgenommen wird.“ Mit den neuen Vista-Filmen setzt Agfa darum auf die ungebrochene Freude der Verbraucher am Bild. „Das emotionale Erlebnis ‘Bild’ steht nach wie vor im Mittelpunkt aller Foto-

**Mit umfassender Verkaufsunterstützung für den Fotohandel führt Agfa jetzt die bereits auf der photokina angekündigte neue Generation der Vista-Filme ein. Neben sichtbar besserer Qualität soll ein neuer emotionaler Marktauftritt, bei dem das Bilderlebnis im Mittelpunkt steht, den Filmumsatz beleben. Dabei setzt Agfa auf den Slogan „Bilder, die glücklich machen“.**

Nach Ansicht von Carsten Berk, Leiter des Bereichs Consumer Imaging der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft, kommt dem Filmgeschäft weiterhin eine wichtige Rolle als Umsatzbringer im Fotohandel zu. „Bei aller berechtigten Begeisterung für

Digitalkameras darf nicht übersehen werden, daß es sich bei diesem Segment immer noch um einen Innovatorienmarkt handelt. Von den rund 54 Millionen Kameras, die sich nach unseren Marktforschungen in deutschen Haushalten befinden, sind zur Zeit nur



grafie“, betonte Berk. „Dieses Erlebnis haben wir in der völlig neugestalteten, hochwertig anmutenden und displaystarken Verpackung aufgenommen, indem wir die Kunden mit sympathischen Bildmotiven unmittelbar ansprechen und gleichzeitig einfach und klar alle wichtigen Informationen vermitteln.“

## Carsten Berk, Leiter des Bereichs Consumer Imaging von Agfa Deutschland

# „Neues Bildergeschäft mit starker Marke“

**Anlässlich der Markteinführung der neuen Vista-Filmgeneration hat imaging+foto-contact mit Carsten Berk, Leiter des Bereichs Consumer Imaging bei Agfa Deutschland, über das Filmgeschäft im Fotohandel gesprochen.**

**imaging+foto-contact:** Herr Berk, die Digitalfotografie boomt, und Agfa bringt eine neue Filmgeneration auf den Markt. Ist dieses Segment wirklich noch so viel Aufmerksamkeit wert?

Carsten Berk: Unbedingt. Natürlich sind Digitalkameras wichtige Wachstumsträger für den Fotohandel – aber das Filmgeschäft wird dadurch nicht



weniger wichtig, denn der Löwenanteil aller Bilder wird nach wie vor auf Film aufgenommen. Insgesamt werden welt-



Die neuen impulsstarken Packungen für die Agfa Vista-Filme unterstreichen den emotionalen Anspruch „Bilder, die glücklich machen“.



### Sichtbare Qualitätsverbesserung

Die durch den technologischen Fortschritt erreichte Qualitätsverbesserung der neuen Agfa Vista-Filme soll die Freude der Konsu-



menten am Bilderlebnis noch steigern. Dazu hat Agfa die bereits in der ersten Vista-Generation eingesetzte Eye Vision-Technologie weiterentwickelt: So kommen jetzt nicht nur in der rot-empfindlichen Schicht, sondern auch in der Blau- und Grünsicht SXM-Kristalle zum Einsatz. Sie zeichnen sich gegenüber den bisherigen SEM-Kristallen durch besondere Homogenität aus und ermöglichen durch ihre flache Struktur gleichzeitig noch dünnere Filmschichten. Je nach Empfindlichkeit werden bis zu 18 Schichten auf einer „Dicke“ von 18/1000 mm untergebracht. Das gewährleistet nicht nur feineres Korn, sondern durch die größere Oberfläche der Kristalle auch eine höhere Lichteffizienz. „Die Licht-

ausbeute von SXM-Kristallen ist bis zu 50 Prozent höher als bei SEM-Kristallen“, erläuterte Michael Weyer, Marketing Film bei Agfa Deutschland, diesen Fortschritt. Zusätzlich bewirken die Kristalle in allen Farbbereichen besonders naturgetreue präzise Farben, die dem Empfinden des menschlichen Auges noch stärker entsprechen. So wird der bekannte Grünstich bei Aufnahmen in fluoreszierendem Licht weitestgehend vermieden. Zudem sorgt ein neuer Blaugrün-Kuppler bei den neuen Vista-Filmen für eine besonders saubere Farbtrennung im gesamten Rot-spektrum von gelb-orange bis violett. „Durch diese Verbesserung wirken die Bilder der neuen Vista-Filme durch eine sichtbar gesteigerte Plastizität

weit rund 3 Milliarden Colornegativ-Filme verkauft und davon über 100 Milliarden Colorbilder geprintet. Das klassische Bildergeschäft ist für den Fotohandel nach wie vor ein wichtiger Ertragsfaktor – und es bringt die Kunden ins Geschäft.

**imaging+foto-contact: Sie haben die deutlich verbesserte Qualität der neuen Vista-Filme betont. Ist nicht gerade im Filmgeschäft inzwischen der Preis das Maß aller Dinge?**

Carsten Berk: Leider steht der Preis im Filmgeschäft viel zu sehr im Mittelpunkt, obwohl der Markt eigentlich gute Voraussetzungen bietet, Qualität zu verkaufen. Die Kunden kaufen einen Film ja nicht um seiner selbst willen, sondern weil das Bild als hoch emotionales Produkt nach wie vor im Mittelpunkt aller Fotografie steht. Dabei haben unabhängige Marktfor-

*Unabhängige Markt-forschungs-institute haben festgestellt, daß für die Mehrheit der Konsumenten die Film-qualität wichtiger ist als der Preis.*

#### Internationale Marktforschungsstudie Foto

Normalerweise lohnt es sich nicht, die Preise zu vergleichen, weil die Preisunterschiede nur gering sind.

21 %

Wenn andere Filmmarken billiger sind, kaufe ich anstelle meines gewohnten Films eine andere Marke.

22 %

Meine Filme kaufe ich normalerweise dort, wo sie am billigsten sind.

34 %

Ich weiß, dass es Preisunterschiede zwischen den einzelnen Filmmarken gibt, aber für mich ist die Filmqualität wichtiger als der Preis.

58 %

Quelle: unabhängiges Mafo-Institut, 2001

schungsinstitute festgestellt, daß für 58 Prozent der Konsumenten die Filmqualität wichtiger ist als der Preis. Das ist die Zielgruppe für den Fotohandel. Natürlich gibt es auch Schnäppchenjäger – aber sie sind nicht in der Mehrheit.

**imaging+foto-contact: Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Verkaufsargumente für die neuen Vista-Filme?**

Carsten Berk: Das wichtigste Verkaufs-

argument heißt: noch bessere Bilder. Der Einsatz von SXM-Kristallen in allen Schichten und unsere neue Kuppler-Technologie gewährleisten eine exzellente Farbwiedergabe und einen geradezu plastischen Bildeindruck. Das ist sozusagen die sichtbare Umsetzung des Slogans „Bilder, die glücklich machen“, mit dem wir die neue Vista-Filmgeneration positionieren. Zudem macht unser neues Designkonzept für





Die neue Emulsionstechnologie der Agfa Vista-Filme ermöglicht eine sichtbar gesteigerte Plastizität des Bildeindrucks.

sehr lebensnah“, erklärte Weyer. „Wir sprechen in diesem Zusammenhang von einem verbesserten 3D-Effekt.“

Auch in der Verarbeitung bieten die Agfa Vista-Filme Vorteile: Als einziger Filmhersteller verwendet Agfa in industriellem Maßstab ein leitendes organisches Polymer als Antistatikum. Der Vorteil dieses von Agfa patentierten Verfahrens liegt darin, daß die antistatische Wirkung auch nach der Filmentwicklung erhalten bleibt.

So werden Beeinträchtigungen durch Staub vermieden, und zwar unabhängig davon, ob der Film analog oder digital weiterverarbeitet wird.

### Emotionales Packungsdesign

Für die neue Vista-Generation hat Agfa neue, impulsstarke Packungen entwickelt, die den emotionalen Anspruch

„Bilder, die glücklich machen“ unterstreichen. Dazu gehören Abbildungen von fröhlichen, sympathischen Menschen ebenso wie kräftige Farben und übersichtliche Kundeninformationen

	SXM**	SEM
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Große Oberfläche für hohe Empfindlichkeit</li> <li>▶ Sehr dünn für Feinkörnigkeit</li> </ul>		
Filmschichten	Neuer Vista 200*	Aktueller Vista 200
● Blau →	NEU! SXM	SEM
● Grün →	NEU! SXM	SEM
● Rot →	SXM	SXM

\*\* Elektronenmikroskop-Aufnahme 10.000fach vergrößert.

Bei den neuen Agfa Vista-Filmen kommen in allen Schichten die von Agfa entwickelten SXM-Kristalle zum Einsatz.

die Filmpackungen dem Fotohandel das Verkaufen besonders leicht.

#### imaging+foto-contact: Wo liegen die Vorteile der neuen Packungen?

Carsten Berk: Durch die Integration emotionaler Fotos sehen sie nicht nur gut aus, sondern signalisieren auf den ersten Blick das Bilderlebnis. Klare Aussagen für den Verwendungszweck der unterschiedlichen Empfindlichkeiten machen es dem Kunden leicht, sich zu orientieren, und da es keine häßliche Packungsrückseite gibt, sind die neuen Vista-Filme im Regal oder in der Schüttele gleichermaßen attraktiv. Bei umfangreichen Tests vor der Markteinführung hat dieses neue Agfa Vista-Packungsdesign ausgezeichnete Ergebnisse erzielt.

#### imaging+foto-contact: Können Sie dazu Einzelheiten nennen?

Carsten Berk: Das neue Agfa Vista-Packungsdesign schnitt in einer von einem unabhängigen Institut durchgeführten Marktforschungsstudie deutlich besser ab als Wettbewerbsprodukte. 70 Prozent der Konsumenten gaben dabei der neuen Vista-Packung Bestnoten. Für den Fotohandel ist dabei besonders wichtig, daß die neuen Agfa-Vista-Packungen besonders bei der Kaufbereitschaft der Kunden überzeugen. Auch hier liegen wir deutlich über einschlägigen Wettbewerbsprodukten.

Durch unser umfassendes PoS-Material, das die Emotionalität des Bilderlebnisses mit dem Slogan „Bilder, die glücklich machen“ in den Mittelpunkt stellt, geben wir dem Fotohandel wirksame Instrumente an die Hand, um die hohe Kaufbereitschaft der Kunden in bare Münze umzusetzen.

#### imaging+foto-contact: Agfa setzt also weiterhin aufs Filmgeschäft?

Carsten Berk: Agfa setzt aufs Bild und damit natürlich auf den Film als das nach wie vor wichtigste Aufnahmemedium. Bereits im vergangenen Herbst haben wir mit dem durchschlagenden Erfolg unserer Ultra-Filme gezeigt, daß wir den Film-Markt durch Innovationen beleben können. Die Einführung der neuen Vista-Filme ist jetzt ein zweiter wichtiger Schritt für das umsatzstarke Massensegment. Mit dem neuen Markenauftritt „Bilder, die glücklich machen“ und verstärkter Marketingunterstützung werden wir die Marke Agfa als Synonym für ein emotionales Bilderlebnis sowohl beim Fotohandel als auch bei den Konsumenten in den Mittelpunkt stellen.

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

Die neue Vista-Filmgeneration stellten auf einer Pressekonferenz in Köln (von rechts) Carsten Berk, Leiter des Bereichs Consumer Imaging der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft, Michael Weyer, Produktmanager Film/Kamera, und Wolfgang Göddertz, Leitung Trade Marketing, vor.



Einsatz im Geschäft oder draußen geeignet. Für den schnellen Abverkauf der alten Vista-Filme gibt es zudem eine spezielle Angebotsschütte.

### Neues Bonus-System

Mit der neuen Generation der Agfa Vista-Filme führt das Unternehmen ein neues Bonus-System ein, mit dem es für den Fotohandel besonders lohnend werden soll, sich für den Verkauf von Agfa Filmen einzusetzen.

„Auch hier liegt der Schwerpunkt nicht allein auf dem Einzelprodukt Film, sondern auf dem gesamten Bild-

über Filmempfindlichkeit und Länge. Leichtverständliche Piktogramme veranschaulichen die Einsatzbereiche der verschiedenen Vista-Filme. Da Vorder- und Rückseite der neuen Vista-Boxen identisch sind, sehen die Filme auch bei der Platzierung in Schütten gut aus. Das gilt auch für Mehrfach-Packs: Dabei entspricht die Zahl der auf der Packung abgebildeten Personen der Anzahl der im Pack befindlichen Filme. Auch die Brücke zur digitalen Welt wurde auf den neuen Agfa Vista-Packungen nicht vergessen: Das Logo „Free Software Download“ weist auf die Möglichkeit hin, Software zur Bildbearbeitung und Archivierung sowie den AGFAnet Printservice kostenlos aus dem Internet herunterzuladen.

### Umfassende Verkaufsunterstützung

Für die Präsentation der neuen Vista-Filme im Fotohandel bietet Agfa ein umfassendes Paket von Displays, Verkaufsunterlagen, Broschüren



Auch bei den Mehrfach-Packs wird das neue emotionale Design eingesetzt. Dabei entspricht die Zahl der auf der Packung abgebildeten Personen der Anzahl der darin befindlichen Filme.

Zur Präsentation der neuen Agfa Vista-Filme gibt es zahlreiche Gestaltungselemente für den PoS und das Schaufenster. Dabei steht die zentrale Markenbotschaft „Bilder, die glücklich machen“ stets im Rampenlicht.



und PoS-Gestaltungselementen an. Dabei steht die zentrale Markenbotschaft „Bilder, die glücklich machen“ auf allen Elementen im Rampenlicht. Für aufmerksamkeitsstarke Warenpräsentation stehen dem Fotohandel zudem flexible, frei kombinierbare PoS-Elemente zur Verfügung: vom Thekendispenser bis zum modularen Schütten-system, in dem die Ware jahreszeiten-gerecht präsentiert werden kann, da die Werbemotive leicht austauschbar sind. Die verschiedenen Filmschütten sind dank Spritzwasser-schutz für den

erlebnis“, erklärte Carsten Berk. „Deshalb werden alle jährlich kumulierten Umsätze mit Agfa Filmen und Verbrauchsmaterialien ebenso für die Bonus-Ermittlung angerechnet wie Minilabgeräte-Umsätze. Die Bonus-Staffel ist besonders in den unteren Segmenten so dynamisch angelegt, daß auch kleinere Fotohändler schnell und leistungsbezogen in höhere Bonus-Stufen aufsteigen können“, betonte Carsten Berk. „Der Fachhandel sollte sich jetzt für 2003 bei unserem Außendienst informieren. Schon ein kleiner Schritt vorwärts kann dabei bares Geld wert sein. Es lohnt sich also für den Fotohandel, sich für Agfa einzusetzen. Mit einem durchdachten Konzept von neuer Qualität, emotionalem Markenauftritt, verkaufsstarkem Verpackungsdesign und erfolgsorientiertem Bonus-System setzen wir einen deutlichen Akzent für ein erfolgreiches Filmgeschäft im Jahr 2003.“



Am 23. Dezember 2002 gab die Gretag Imaging AG, Regensdorf, Schweiz, den Konkurs des Unternehmens bekannt. Damit sind die intensiven Bemühungen zur Rettung des Unternehmens vorerst gescheitert.

Während in der Schweiz nach Lösungen zur Weiterführung des Unternehmens oder einzelner Teile gesucht wird, führt die deutsche Tochtergesellschaft ihre Geschäfte vorerst fort.

Noch Anfang Dezember hatte die Gretag Geschäftsführung unter Leitung von Dr. Patrick Jung einen neuen Plan zur Rettung des traditionsreichen Herstellers von Großlabor-Geräten und Minilabs vorgelegt. Der Verkauf des im italienischen San Marco ansässigen Minilab-Geschäftes an das Management der italienischen Tochtergesellschaft San Marco Imaging Srl, die Reduzierung des Nennwertes der rund 13,7 Millionen ausstehenden Namensaktien von 10 SFR auf 1 SFR und eine Kapitalerhöhung durch Plazierung von 15 Millionen neuen Aktien sollten dem überschuldeten Unternehmen neue Liquidität verschaffen. Dabei stand der Plan, der am 23. Dezember der Aktionärsversammlung zur Genehmi-

## Gretag Imaging meldet Konkurs an

# Kredit verspielt



gung vorgelegt werden sollte, unter dem Vorbehalt eines weiteren Forderungsverzichtes der großen Gläubiger. Daraus wurde leider nichts. Nachdem sich herausgestellt hatte, daß Gretag Imaging trotz eines teilweisen Forderungsverzichtes italienischer Banken und der Eastman Kodak Company weitere 45 Millionen SFR zur Bedienung fälliger Schulden benötigt hätte, fiel am 22. Dezember um 15.00 Uhr die Entscheidung, das Handtuch zu werfen – eine böse Weihnachtsüberraschung für

rund 1.000 Mitarbeiter, die ihre Kündigungen erhielten.

Am 30. Dezember eröffnete das zuständige Konkursamt Hönegg-Zürich das Verfahren und beauftragte das Beratungsunternehmen Ernst & Young mit der vorläufigen Abwicklung. Am 7. Januar wurde den Mitarbeitern dann auf einer Versammlung mitgeteilt, daß der Betrieb in der Schweiz vorerst weitgehend eingestellt werde, da die Firma, so Verena Fontana vom Beratungsunternehmen Ernst & Young, „klinisch tot“ sei. Zwar waren für die Überweisung der Dezember-Gehälter noch Mittel vorhanden, für einen Sozialplan steht allerdings offensichtlich kein Geld zur Verfügung.

## Deutsche Tochter macht weiter

Die Geschäftstätigkeit der Gretag Imaging GmbH, Wiesbaden, wird bis auf weiteres fortgeführt. Das erklärte Geschäftsführer Rainer Bauer gegenüber dem *imaging+foto-contact*. Das Unternehmen sei zur Zeit nicht in Liquiditätsschwierigkeiten und leiste wie gewohnt den Service für Gretag Minilabs und Großlabor-Geräte. Angesichts der unsicheren Lage bei der Muttergesellschaft könne man zwar zur Zeit noch keine Zukunftsprognosen abgeben, so Bauer, man bemühe sich aber um eine Erhaltung des Wiesbadener Unternehmens. Dabei sei auch der Einstieg in Dienstleistungen für Geräte anderer Hersteller und die Übernahme neuer Distributionsfelder denkbar.

### Lösung gesucht

Vom Konkurs der Gretag Imaging Holding sind nicht nur drei Schweizer Gesellschaften betroffen. Inzwischen haben auch die Tochtergesellschaften in den USA, Frankreich und Großbritannien Konkurs angemeldet, weitere Auslandsgesellschaften befinden sich in einer außerordentlich schwierigen Situation. Bei den zur Gretag Imaging Gruppe gehörenden italienischen Betrieben Systel (Verpackungssysteme für



Großlabors) und San Marco (Minilab) läuft der Betrieb zwar zunächst weiter, die Zukunft steht aber in den Sternen. So schätzen Experten, daß allein die San Marco Imaging Srl rund 34 Millionen SFR aus Lieferung an Gretag Imaging komplett abschreiben muß. Inzwischen verhandeln die Konkursverwalter intensiv mit möglichen Investoren über eine eventuelle Fortführung des Gesamtunternehmens oder einzelner Teile. In einem Gespräch mit imaging+foto-contact wollte Dr. Thomas Bauer von Ernst & Young allerdings keine Stellungnahme zu den Erfolgsaussichten oder den Namen möglicher Interessenten abgeben. Aus gut informierten Kreisen war zu erfahren, daß Teile des bisherigen Managements und des Verwaltungsrates zumindest an der Übernahme der Cyra Produktionslinie für Großlaborgeräte interessiert sind. Auch das Management der italienischen Tochtergesellschaft San Marco dürfte die Pläne zur Übernahme des Minilab-Geschäfts noch nicht zu den Akten gelegt haben. Für die Übernahme des Verpackungsspezialisten Systel könnte sich nach Ansicht von Experten auch die Agfa-Gevaert Gruppe interessieren. Nicht vergessen sollte man auch die Eastman Kodak Company, die zu den Gläubigern der Gretag Imaging Gruppe gehört und sich bereits einige Patente des Unternehmens gesichert hat.

Dr. Thomas Bauer erklärte gegenüber imaging+foto-contact, der Betrieb sei zwar weitgehend heruntergefahren, könne bei erfolgreichen Verhandlungen allerdings auch kurzfristig wieder gestartet werden. Das SAP-System werde weiter betreut, und Bestellungen würden gegen Vorkasse ausgeliefert, soweit die Produkte am Lager seien oder mit vertretbarem Aufwand fertiggestellt werden könnten. Bis Mitte März, schätzt Dr. Bauer, sei eine Lösung im guten oder schlechten zu erwarten.

### Wachstum ohne Augenmaß

Der Konkurs der Gretag Imaging Gruppe ist der vorläufige Schlußpunkt einer dramatischen Entwicklung, die das Unternehmen zunächst in ungeahnte Höhen schießen und dann in den Abgrund fallen ließ. Ende der 90iger Jahre hatte Gretag Imaging unter Führung des damaligen Vorstandsvorsitzenden Peter Fitzgerald einen rasanten Wachs-

tumskurs eingeschlagen. Mit dem Rückenwind von Großaufträgen aus den USA (die Kodak Labor Tochter Qualex allein orderte mehr als 1.500 Gretag Minilabs) wurde die Belegschaft deutlich aufgestockt und das Portfolio erweitert. War in den 90iger Jahren die Integration des amerikanischen Verpackungsunternehmens Standard Manufacturing und des deutschen Entwicklungsmaschinen-Herstellers Hostert noch relativ problemlos verlaufen, so führte die Akquisition weiterer Unternehmen wie San Marco Imaging und Systel (beide Italien), Sienna Imaging in den USA und des kanadischen Internet-Spezialisten Telepix zu operativen und organisatorischen Reibungsverlusten. Zudem kratzten technische Probleme mit den Gretag Masterflex Minilabs nicht nur am Image, sondern führten auch zu Garantieforderungen von Qualex in dreistelliger US-\$ Millionenhöhe. Als der Aufsichtsrat am Ende des Jahres 2000 erkannte, daß dem rasanten Umsatzwachstum auf 890 Millionen SFR ein Verlust von fast 46 Millionen SFR gegenüber stand, war es im Grunde schon zu spät. Zwar wurde mit dem Rauswurf des Vorstandsvorsitzenden Peter Fitzgerald die Notbremse gezogen und ein erster Restrukturierungsplan aufgelegt, das Ausmaß des Gretag Desasters zeigte sich indessen erst im folgenden Jahr: Nicht nur, daß sich der Umsatz 2001 auf 460,7 Millionen SFR fast halbierte, die auf ein viel größeres Volumen angelegte Kostenstruktur der Gruppe führte zu einem Reinverlust von 285,7 Millionen SFR. Die Einstellung des Geschäfts mit professionellen Geräten und eine deutliche Verringerung der Mitarbeiterzahl konnte da nicht mehr helfen. Im ersten Halbjahr 2002 stand einem Umsatz von 162,1 Millionen SFR immer noch ein operativer Verlust von 40,3 Millionen SFR gegenüber. Trotz eines beeindruckenden Forderungsverzichtes der Gläubigerbanken in Höhe von 170 Millionen SFR war am Ende offensichtlich nichts mehr zu retten – trotz der erfolgreichen Einführung der digitalen Cyra Großlabor-Geräte, eines durchaus soliden Minilab-Geschäfts und hoffnungsvoller Zukunftsprojekte, zu denen zuletzt auf der photokina noch der in Zusammenarbeit mit Polaroid entwickelte Kiosk zum schnellen Ausdruck digitaler Bilder gehörte.

## Gretag-Macbeth und Hostert nicht betroffen

Die ebenfalls im schweizerischen Regensdorf ansässige GretagMacbeth AG – ein Hersteller von Farbmanagement-Systemen und Meßgeräten – ist nach eigenen Angaben vom Konkurs der Gretag Imaging AG nicht betroffen. Das Unternehmen habe im ersten Halbjahr ein positives Ergebnis erzielt, habe keine ausstehenden Schulden und verfüge über substantielle Bargeldreserven. GretagMacbeth ist seit 1997 rechtlich unabhängig und an der Börse notiert und wurde in der heutigen Form von den früheren Gretag Imaging Besitzern Eduard M. Brunner, Hans-Rudolf Zulliger und Bill Recker gegründet. Trotz der bekannten Flaute in der Druckindustrie erfreue sich das Unternehmen reger Nachfrage und erwarte für das Jahr 2002 eine deutliche Ergebnisverbesserung, wurde in einer Pressemitteilung betont. Nicht betroffen vom Gretag Konkurs ist auch die Hostert Pro GmbH in Bad Marienberg. Der Spezialist für Fachlabor-Entwicklungsmaschinen wurde von ehemaligen Hostert Mitarbeitern gegründet, nachdem Gretag Imaging dieses Geschäftsfeld eingestellt hatte.

# Zusätzlicher Absatzkanal für den Fotohandel

## Bei eBay werden Restposten zu Schnelldrehern

**In Krisenzeiten reagieren viele Handelsunternehmen mit Rabattschlachten, um Kunden in die Geschäfte und an die Kassen zu locken. Doch was bei den Branchenriesen noch soeben gutgehen mag, ist für kleine und mittelständische Händler keine Lösung. Doch auch für sie gibt es clevere Ideen zur schnellen und dauerhaften Umsatzsteigerung – ohne großen finanziellen und zeitlichen Aufwand. Eine davon ist die Nutzung der Online-Plattform eBay, die Händlern eine transparente Plattform für ihren Handel im Internet und damit einen zusätzlichen, lukrativen Vertriebskanal bietet.**

Aufgrund der hohen Besucherzahlen – allein zwölf Millionen unterschiedliche Besucher wurden beispielsweise laut Nielsen/Netratings im November 2002 gezählt – und der intensiven Nutzung ist eBay ein hervorragender Platz für den Kauf und Verkauf von Artikeln des Bereiches Foto und Optik. Allein in Deutschland sind nach Unternehmensangaben aktuell mehr als 50.000 Artikel in dieser Kategorie gelistet. Ein großer

Anteil davon werde in weniger als zehn Tagen verkauft, hieß es.

Was als Börse für private Nutzer begann, hat sich längst auch zum Marktplatz für Profis entwickelt, die bei eBay online Neuheiten, Restposten, Retouren, gebrauchte und neue Waren einstellen; also alles, was im stationären Handel Regal- und Lagerfläche beansprucht und Kosten verursacht. eBay ist als Vertriebskanal besonders attraktiv

zu Beginn (begehrte Neuheiten oder Trendprodukte) und am Ende (Restposten und Rückläufer) eines Produktlebenszyklus. Während der Einführungs- und Wachstumsphase eines Produkts kann eBay als paralleler Vertriebskanal zu gängigen Vertriebskanälen genutzt werden. Während der Sättigungs- und Nachzüglerphase ist eBay als bevorzugter Vertriebskanal gegenüber alternativen Liquidationskanälen nutzbar.

eBay ist ein schneller und dynamischer Marktplatz. Das nützt Verkäufern und Käufern gleichermaßen. Innerhalb von weniger als zehn Tagen erneuert sich das komplette eBay-Sortiment. Anders gesagt: Weltweit wechselt zum Beispiel alle 30 Sekunden ein Notebook, alle 20 Sekunden eine Kamera, alle acht Sekunden ein Videospiel und alle zwei Sekunden ein Kleidungsstück den Besitzer. Allein in Deutschland wurden im vierten Quartal 2002 Waren im Wert von mehr als einer Milliarde Euro bei eBay gehandelt.

### Der Anbieter kann zwischen zwei Angebotsformaten wählen

Bei eBay stehen zwei Angebotsformate zur Auswahl: Verkauf zum Festpreis oder per Online-Auktion an den Höchstbietenden. Immer wieder berichten laut eBay kleine und mittelständische Händler, sie hätten eBay „zum Spaß“ getestet. Heute seien die

### Die weltgrößte Online-Handelsgemeinschaft bietet täglich etwa zehn Mio. Artikel an

eBay ist nach eigenen Angaben die größte Online-Handelsgemeinschaft der Welt. Das Unternehmen bietet die Möglichkeit, Artikel in Tausenden von Kategorien zum Verkauf anzubieten. Dazu zählen unter anderem Computer, Bücher, Handys, Fotografie oder Elektronik. Ständig finden sich bei eBay über zehn Millionen Artikel weltweit im Angebot. Allein eBay Deutschland bietet zu jedem Zeitpunkt Zugriff auf über eine Million Artikel. eBay wurde im Glauben an die Ehrlichkeit und Vertrauenswürdigkeit seiner Mitglieder gegründet. Laut Unternehmensphilosophie verdient jeder eBay-Kunde es, mit Respekt behandelt zu werden – sei er Käufer oder Verkäufer.

eBay setzt alles daran, den Online-Handel für die Mitglieder zu einem optimalen Erlebnis werden zu lassen, unabhängig davon, ob es sich dabei um Sammler, Hobby-, Klein- oder professionelle Händler, Schatzsucher, Schnäppchenjäger, Gelegenheitskäufer oder „Zuschauer“ handelt. eBay tut alles, um die Erwartungen dieser speziellen Mitgliedergruppen zu erfüllen, oder sogar zu übertreffen. Dies wird als einer der Gründe für unsere ständig steigende Mitgliederzahl genannt.

Die Idee, die der Gründung von eBay zugrunde liegt, beruht auf einer Unterhaltung zwischen Pierre Omidyar und seiner Ehefrau, einer leidenschaftlichen „Pez“-Sammlerin (im Moment umfaßt ihre Sammlung

über 400 Pez-Spender). Sie sprach mit Pierre darüber, wie toll es wäre, wenn sie ihre Sammlung über das Internet erweitern könnte und so die Möglichkeit hätte, mit anderen Sammlern in Kontakt zu kommen.

Als Internet-Enthusiast der ersten Stunde erkannte Omidyar bald, daß unter den Käufern und Verkäufern Bedarf für einen zentralen Treffpunkt und Handelsplatz bestand, ein Ort, an dem sie ihre Sammlerstücke untereinander austauschen können, und wo sie vor allem auch andere Sammler mit ähnlichen Interessen kennenlernen können. Um diesen Bedarf zu decken, gründete er eBay in den USA im September 1995.





Das ist oftmals bei hochpreisigen und unhandlichen Objekten von Interesse. Käufer können dann entscheiden, ob sie die Ware vor Ort abholen möchten.)

- Informationen zu Zahlung und Versand.

Nach Angebotsende werden Verkäufer und Käufer durch eBay über die erfolgreiche Transaktion informiert. Innerhalb von drei Werktagen sollen die Handelspartner Kontakt miteinander aufnehmen. Der Versand der Ware erfolgt nach Zahlungsingang.

Alle Schritte werden bei eBay ausführlich erklärt und sind über die „Hilfe“-Funktion immer wieder einsehbar. Auf diese Weise werden auch Neulinge mühelos durch die eBay-Seiten geführt.

### Einfache Handhabung des Bereichs „Foto & Optik“

Die Handhabung des Bereiches „Foto & Optik“ ist durch eine übersichtliche Struktur und logische Unterteilung der Geräte nach Markennamen und Gerätetypen einfach. Durch das hohe Maß an Preistransparenz findet der Kauf-

interessent eine große Auswahl an neuen und gebrauchten Geräten sowie Zubehör. Die zusätzliche Suchfunktion („Merkmalfinder“) ermöglicht eine gezielte Suche nach Produktattributen.

### Angebote müssen nicht selbst bearbeitet werden

Wer – beispielsweise aus Zeit- oder Personalmangel – nicht direkt bei eBay als Verkäufer auftreten will, kann den Vertrieb durch einen externen Dienstleister durchführen lassen. Je nach Bedarf können der gesamte Vertriebsprozeß oder einzelne Teile an externe Anbieter ausgelagert werden, zum Beispiel Lagerung, Kleinkommissionierung, Auktionsmanagement, Inkasso, Logistik oder Customer Relation Management.

### Treuhandkonto sichert bei Bedarf den Geschäftsablauf

Als Marktplatzbetreiber bietet eBay lediglich die Plattform, auf der Verkäufer und Käufer miteinander handeln können. Mitglieder verkaufen die Artikel, die sie bei eBay anbieten, selbst. Daher übernimmt eBay keine Haftung für die korrekte Abwicklung und gibt auch keine Garantie dafür, daß alle angebotenen Artikel korrekt beschrieben sind und tatsächlich existieren. Es besteht jedoch ein Käuferschutzprogramm. Dabei handelt es sich um eine Kulanzleistung, die eBay seinen Mitgliedern kostenlos anbietet: Wenn ein Käufer nachweislich Opfer eines Betrugs geworden ist, zahlt eBay einen Ausgleich bis zu einem Höchstbetrag von 300,00 Euro, abzüglich einer Selbstbeteiligung von 25,00 Euro.

Der überwiegende Teil aller Transaktionen auf der eBay Handelsplattform ist den Angaben des Unternehmens und verschiedenen neutralen Untersuchungen zufolge sicher und verläuft ohne Zwischenfälle. Dennoch sollten Anbieter versuchen, sich durch einfache und alltägliche Verhaltensweisen vor Betrugsfällen zu schützen. Wie diese aussehen können, ist detailliert auf den eBay-Seiten nachzulesen.

Wer darüber hinaus Bedenken bei der Abwicklung eines Geschäfts hat, beispielsweise weil der Artikel im oberen Preisbereich angesiedelt ist, kann den eBay Treuhandservice „iloxx Safetrade“ beauftragen, der einen reibungslosen Ablauf der Transaktion gewährleistet.



Foto-Waiser aus dem süddeutschen Burgheim (Adresse der oben abgebildeten Seite: <http://members.ebay.de/aboutme/nikke.1>) gehört zu den Fotohandelsunternehmen, die die Chancen von eBay schon frühzeitig erkannt haben. Dutzende von Artikeln von Foto-Waiser sind bei eBay zu finden (unten nur die ersten Angebote einer langen Liste).

Artikel	Preis	Quantität	Verkaufsoptionen
Objektiv Canon EF 28-135 mm F/3.5-5.6 IS II	EUR 100,00	42	1 Versand, 4 Abholung
Objektiv Canon EF 28-135 mm F/3.5-5.6 IS II	EUR 140,00	01	1 Versand, 10 Abholung
Objektiv Canon EF 28-135 mm F/3.5-5.6 IS II	EUR 150,00	22	2 Versand, 24 Abholung
Objektiv Canon EF 28-135 mm F/3.5-5.6 IS II	EUR 150,00	31	2 Versand, 24 Abholung
Objektiv Canon EF 28-135 mm F/3.5-5.6 IS II	EUR 150,00	30	4 Versand, 7 Abholung
Objektiv Canon EF 28-135 mm F/3.5-5.6 IS II	EUR 150,00	35	4 Versand, 24 Abholung
Objektiv Canon EF 28-135 mm F/3.5-5.6 IS II	EUR 100,00	34	5 Versand, 7 Abholung



## debitel treibt es mit der ersten Quartalsaktion bunt

„Buntes Treiben bei debitel“ ist das Motto der ersten Quartalsaktion von debitel. Die aktuelle Kampagne greift die neuesten Trends und Dienste wie Java und MMS auf und stellt insbesondere das Versenden von Fotos per Handy in den Mittelpunkt. Mit dem MMS-fähigen Siemens S55 wurde ein Handy in die Aktion integriert, das mit Kamera und Blitz ausgestattet ist. Alternativ steht das ebenfalls MMS-taugliche Farbhandy Nokia 3510i zur Auswahl. Für Kunden, die möglichst wenig „Ballast“ mit sich herumtragen möchten, ist das designstarke Leichtgewicht Siemens CL50 gedacht. Wie schon in den vorangegangenen Quartalsaktionen offeriert debitel bei Abschluß eines Vertrages das Start-Geschenk: Der Kunde kann wählen zwischen drei Monaten Grundpreisbefreiung, 15 Euro Startguthaben,



100 freien SMS oder 100 WAP-Freiminuten. Zusätzlich zum debitel Startgeschenk gibt es erstmals 50 freie MMS für die beiden MMS-fähigen Aktionsangebote in den D-Netzen. Auch an Prepaid-Kunden wurde gedacht: Teil des „Bunten Treibens“ ist das javafähige Siemens MT50 als Callya- (Vodafone) und X-tra Pac (T-Mobil) mit verschiedenen Spielen zum Downloaden.

Dem „bunten“ Motto angepaßt ist die Abverkaufsunterstützung für die Handelspartner. Die PoS-Materialien zeichnet Farbenpracht aus: Ein bunter Konfetti-Regen findet sich durchgängig auf den Werbemitteln wie Postern, Vitrinenaufsteller, Boxenaufsteller, Flyer und Anzeigenvorlagen wieder. Inhaltlicher Blickpunkt der Aktionsdeko-Materialien ist das Foto-Messaging. Die PoS-Kampagne im Zeichen der närrischen Zeit beginnt am 15. Februar und läuft bis zum 12. März. Die Aktionsangebote sind gültig vom 3. Februar bis zum 29. März.

## Woerner stellt neuen Dekokatalog vor

„Pustebblume“ und „Ein Tag am Meer“ sind die beiden Schwerpunktthemen des neuen Dekokatalogs Frühjahr/Sommer 2003 der Heinrich Woerner GmbH, Leingarten. Auf 484 Seiten zeigt der Katalog außerdem interessante Effekte mit Themen wie „World of Plastics“, „Cinema“, „Technik“ und „Disko“ für viele Branchen und Sortimente. Hier stehen auch Bayernmotive, südliche Landschaften oder fernöstliches Flair in Dekoartikeln bereit. Licht- und Wasserspiele, Prospektständer in transparentem Design und neue Mannequettens-Figuren mit abnehmbaren Köpfen zeigen darüber hinaus neue Trends in der Schaufenster- und Ladengestaltung. Der Katalog ist kostenlos zu haben bei: Heinrich Woerner GmbH, Postfach 1254, 74208 Leingarten.

## Designsäule zeigt 400 Nielsen-Musterwinkel

Die kompakte Designsäule Quadro von Nielsen Bainbridge, Rheda-Wiedenbrück, wurde vor allem für eine ästhetische und optimale Warenpräsentation in kleinen Verkaufsräumen konzipiert. Der zirka 220 cm hohe, rollbare Präsen-

tationsständer bietet auf einer Fläche von 58 x 58 cm Platz für mehr als 400 Nielsen-Musterwinkel von Aluminium-Rahmenleisten. Er besteht aus vier jeweils dreieckigen, leicht drehbaren Einzelsäulen. Das einfache Handling gestattet einen schnellen Überblick über das aktuelle Angebot an Rahmen-



leisten. Das ansprechende Design der Säule soll einen Blickfang für den Point of Sale und eine Bereicherung bei der Kundenberatung darstellen. Die große Musterauswahl soll dazu beitragen, das Geschäft mit den umsatz- und renditestarken Bilderrahmen wesentlich stärker zu forcieren, die Beratungskompetenz zu steigern und eine stärkere Kundenbindung zu erreichen. Quadro ist aus stabiler beschichteter Feinspanplatte gefertigt und kostet 580 Euro.



# Matthias Sawatzky nach sechswöchiger Haft wieder auf freiem Fuß

## Kursbetrug bei PixelNet?



**Nach sechswöchiger Untersuchungshaft befindet sich der PixelNet Gründer und ehemalige Vorstandsvorsitzende des Unternehmens, Matthias Sawatzky, seit dem 17. Januar wieder auf freiem Fuß. Nach Ansicht der Staatsanwaltschaft Landshut steht der 58jährige Unternehmer, der in den 80er und 90er Jahren mit dem Großhandelsunternehmen Batavia in der Fotobranche erfolgreich war, unter dem Verdacht, die Bilanzen der PixelNet AG im Vorfeld des Börsenganges manipuliert zu haben.**

Sawatzky war am 6. Dezember 2002 im Rahmen einer Großrazzia verhaftet worden. Dabei wurden über 40 Wohn- und Geschäftsräume in sechs Bundesländern durchsucht – nicht nur in Sawatzkys Privat- und Geschäftsräumen im Raum Passau und dem PixelNet Sitz in Wolfen, sondern auch in Sachsen, Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein und Berlin. Außer für Sawatzky interessiert sich die Staatsanwaltschaft noch für 20 weitere Personen im Umfeld der PixelNet AG, denen unter anderem Kapitalanlagebetrug, Kursbetrug und Steuerhinterziehung vorgeworfen wird. Nach Ansicht der Dienststelle zur Bekämpfung der „Organisierten Kriminalität“ des Polizeipräsidiums Niederbayern/Oberpfalz und der Steuerfahndung des

Finanzamtes Landshut stehen sie im Verdacht, als Vorstände, Geschäftsführer und Prokuristen diverser Gesellschaften den nach eigenen Angaben „first Mover“ im Bereich digitaler Bilddienstleistungen mit unlauteren Mitteln auf den Börsengang im Jahre 2000 vorbereitet zu haben. Die Namen dieser weiteren Beschuldigten wollte Oberstaatsanwalt Alfons Obermeier von der Staatsanwaltschaft Landshut auf Anfrage von imaging+foto-contact „aus ermittlungstaktischen Gründen“ nicht nennen.

Die treibende Kraft unter ihnen soll der Vorstandsvorsitzende Matthias Sawatzky selbst gewesen sein. Nach Angaben einer Pressemitteilung des Polizeipräsidiums Niederbayern/Oberpfalz unterhielt er rege Geschäftsbeziehungen zu vier anderen Firmen mit Sitz in Niederbayern und einer in Sachsen-Anhalt registrierten GmbH. Alle Firmen zusammen hatten demnach sogenannte Rechenkreisläufe gebildet, wobei sie sich gegenseitig Rechnungen – zum Teil in zweistelliger Millionenhöhe – stellten. Dies führte zu dem Verdacht, daß den beim Börsengang genannten Geschäftszahlen und Zukunftsprognosen für die PixelNet AG keine echten wirtschaftlichen Umsätze zugrunde lagen, sondern die Operationen im wesentlichen nur auf dem Papier existierten. Durch die Veröffentlichung dieser mutmaßlich fingierten Umsatzzahlen und die damit zusammenhängende positive Darstellung des Unternehmens seien gutgläubige Aktionäre zum Kauf der PixelNet-Aktien zum Einführungskurs von 14 Euro verleitet worden, so die Staatsanwaltschaft. Der dadurch erzielte Kapitalzufluß in Höhe von 46 Millionen Euro reichte bekanntlich nicht lange: Im Sommer des vergangenen Jahres mußte die PixelNet AG nach der Insolvenz der zwischenzeitlich übernommenen Photo

Porst AG ebenfalls ihre Zahlungsunfähigkeit anzeigen.

Presseberichten zufolge wird Sawatzky von seinen ehemaligen Geschäftsfreunden und PixelNet-Partnern inzwischen mehr und mehr allein gelassen. Nachdem der Vorstandsvorsitzende der früheren Batavia und PixelNet Muttergesellschaft, Lintec AG, Hans Dieter Lindemeyer, sich bereits Ende 2001 aus dem PixelNet Aufsichtsrat zurückgezogen hatte, prüft das Unternehmen zur Zeit mögliche Auswirkungen der mutmaßlichen Scheingeschäfte auf den seinerzeitigen Verkaufspreis der Batavia Anteile durch Sawatzky an Lintec. Auch die HypoVereinsbank, Konsortialführer des PixelNet Börsenganges, ging inzwischen zu ihrem ehemaligen Vorzeigunternehmer auf Distanz. Die Jahresabschlüsse von PixelNet seien von Wirtschaftsprüfern testiert gewesen, erklärte ein Sprecher. Wenn der Verdacht zutrefte, zeige das, daß gegen kriminelle Energie niemand gefeit sei.

Am 17. Januar hob das zuständige Landgericht – offensichtlich sehr zum Ärger der Staatsanwaltschaft – den Haftbefehl gegen Sawatzky wieder auf, weil es fraglich sei, ob der PixelNet Kurs wegen der mutmaßlich geschönten Berichte des Unternehmens tatsächlich beeinflusst worden sei. Zudem bestehe aufgrund der sozialen Bindungen Sawatzkys keine Fluchtgefahr.

Sawatzky, der wegen einer angeblichen Beteiligung von Batavia an Scheingeschäften zur Hinterziehung von Umsatzsteuer in dreistelliger Millionenhöhe schon einmal kurzfristig festgenommen worden war, wird sich mit den Vorwürfen rund um die PixelNet AG noch länger auseinandersetzen müssen. Die Staatsanwaltschaft rechnet mit einem Abschluß der Ermittlungen nicht vor Herbst dieses Jahres.



# Pentax stellt Digitalkamera OptioS vor



## Die Kleinste mit 3fach-Zoom

**Ausgereifte Kameratechnik auf kleinstem Raum bietet Pentax mit der neuen Digitalkamera OptioS. Dank einer innovativen Objektiv- und Chiptechnologie ist es den Entwicklern gelungen, eine Drei-Megapixel-Digitalkamera mit 3fach-Zoomobjektiv in ein nur 2 cm tiefes Kameragehäuse zu integrieren.**

Das edle Aluminium-Gehäuse der Pentax OptioS mißt lediglich 8,3 cm (B) x 5,2 cm (H) x 2 cm (T). Darin stecken ein CCD mit einer effektiven Auflösung von 3,2 Millionen Pixeln und ein leistungsstarkes 3fach-Zoomobjektiv. Letzteres bietet verglichen mit dem Kleinbildformat eine Brennweite von 35 bis 105 mm und setzt sich zusammen aus sechs Elementen in fünf Gruppen (mit zwei beidseitig asphärischen Elementen).

Pentax hat es mit Hilfe des exklusiven Sliding Lens Systems möglich gemacht, ein 3fach-Zoomobjektiv in ein dermaßen kleines Kameragehäuse zu integrieren. Im Gegensatz zur üblichen Verfahrensweise, bei der sich die Objektiv Elemente in der optischen Achse mit einem bestimmten Mindestabstand ineinanderschieben, wird in der OptioS die zentrale Linsengruppe zunächst vertikal auf eine zweite Ebene verlagert. Erst danach fahren die übrigen Elemente auf der horizontalen Achse in das Kameragehäuse ein. Diese Lösung hat eine um 55 Prozent verringerte Kamertiefe für diesen Zoomfaktor zur Folge gehabt.

Ein weiterer Miniaturisierungsfaktor (nämlich um 57 Prozent gegenüber dem Pentax-Modell Optio 330RS) konnte durch die Verwendung eines neu entwickelten MCM (Multi-Chip-Modul) geschaffen werden.

Darüber hinaus ist die OptioS die erste Pentax Optio-Kamera, mit der nicht nur eine bis zu 30 Sekunden lange Video-

sequenz, sondern auch der dazugehörige Ton bzw. der Kommentar des Fotografen aufgezeichnet werden kann.

Für eine laut Pentax beeindruckende Bildqualität sorgen neben der hohen Auflösung der Kamera innovative Bildbearbeitungstechnologien und verschiedene PrimärfarbfILTER. Durch sie wird eine naturgetreue Wiedergabe feinsten Farbtöne, wie z. B. bei Blüten oder Details von Landschaftsaufnahmen, möglich.

### Einfach bedienbar

Funktionen wie die Bildwiedergabe über eine eigene Taste, eine unabhängig vom gewählten Modus ständige Aufnahmebereitschaft sowie eigene Tasten für die am häufigsten gewählten Aufnahme- und Wiedergabefunktionen tragen zu einer schnellen und einfachen Bedienbarkeit der Kamera bei. Darüber hinaus glänzt sie mit einer Auslöseverzögerung von lediglich 0,01 Sekunden. Die OptioS stellt acht verschiedene Aufnahmeprogramme zur Verfügung. Neben der „Programmsteuerung“ zur gezielten Beeinflussung bestimmter Funktionen gibt es beispielsweise die Möglichkeit der „Motivgestaltung“. Sie stellt mit Landschaft, Blumen, Portrait, Selbstauslöser, Surf & Schnee, Herbstfarben und Sonnenuntergang sieben praktische Bildprogramme zur Verfügung. Der Anwender braucht nur noch die entsprechende Auswahl zu treffen, die Kamera steuert automatisch Belichtung, Scharfstellung

und Weißabgleich. Für die Aufnahme von Motiven am Abend oder nachts steht eine „Nachtaufnahmefunktion“ zur Verfügung. In der „Moviefunktion“ können bis zu 30 Sekunden Film mit Ton bei 12 Bildern pro Sekunde und in einer Auflösung von 320 x 420 Pixeln aufgezeichnet werden. Der „Panorama-Modus“ bietet sich an, um mit Hilfe von Kameravorgaben und der mitgelieferten Software durch eine vertikale und horizontale Kombination mehrere Bilder am Computer zu Panoramen zusammenzufügen. Mit der „3D-Funktion“ lassen sich Bilder mit echter Tiefe und Perspektive generieren und mittels des im Lieferumfang enthaltenen 3D-Sichtgerätes betrachten. Im „Digitalfilterprogramm“ können Effekte wie mit herkömmlichen Filtern erzielt werden. Hier kann zwischen den Farben Rot, Rosa, Gelb, Grün, Blau und Violett gewählt werden, um bestimmte Bildstimmungen zu betonen.

In der Funktion „Individuelle Einstellung“ werden die bevorzugten Einstellungen des Anwenders gespeichert und bieten so einen leichteren und schnelleren Zugriff.

Die OptioS kann nicht nur für die Aufnahme von Fotos und Videosequenzen genutzt werden, sondern bietet auch eine Sprachaufzeichnungsfunktion, mit der sie wie ein Diktiergerät genutzt werden kann. Darüber hinaus besteht auch die Möglichkeit, Fotos um gesprochene Kommentare in einer Länge von maximal 30 Sekunden zu ergänzen. Bei schwachem Umgebungslicht löst der

integrierte Blitz der Kamera automatisch aus. Er bietet darüber hinaus Modi für die Reduktion der roten Augen, für die Nachtaufnahme und für eine Langzeitsynchronisation.

Für die Bildaufnahme und -betrachtung stehen sowohl ein optischer Realbild-Zoomsucher als auch ein 1,6-Zoll-LC-Display mit hundertprozentiger Motivabbildung zur Verfügung.

Die OptioS bietet eine Reihe von speziellen Aufnahmemodi. So lassen sich mit der Daueraufnahmefunktion kontinuierlich Bildersequenzen aufnehmen, solange der Auslöser gedrückt gehalten bleibt. Im Zeitraffer-Modus können nacheinander aufgenommene Bilder

als bewegte Sequenz wiedergegeben werden. Im Supermakro-Modus besteht die Möglichkeit, Nahaufnahmen bereits aus 6 cm Entfernung zu machen.

Weitere Ausstattungsmerkmale der Kamera sind Autofokus, Digitalzoom (2fach), eine manuelle Fokussierungsoption, verschiedene Weißabgleichsfunktionen, ein Speicherkartenslot für SD- und MM Cards und ein zusätzlicher interner Speicher von 11 MB.

Neben der Auswahl verschiedener Belichtungsmeßmöglichkeiten (Mehrfeld, Mittenbetont, Spot) besteht die Option, Belichtungswerte auf dem LC-Monitor als Histogramm anzeigen zu lassen.

Die Lichtempfindlichkeit wird wahlweise automatisch zwischen Werten von ISO 50 bis ISO 200 oder individuell bestimmt.

Bildbestimmende Faktoren wie Schärfe, Farbsättigung und Kontrast können in jeweils fünf Stufen individuell beeinflusst werden.

Die OptioS unterstützt sowohl DPOF-Funktionen als auch das Exif Print-Format, ist mit einer USB-Schnittstelle ausgestattet und wird ab März dieses Jahres ausgeliefert.

Die nur 98 Gramm leichte Kamera hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 499 Euro. höl

## Interview zur Einführung der Pentax OptioS

# Bestseller-Potential

Mit der OptioS stellt Pentax eine außergewöhnlich kompakt gebaute Digitalkamera vor, die dennoch mit einer Auflösung von drei Megapixeln und einem Dreifach-Zoomobjektiv aufwarten kann. **imaging+foto-contact** sprach mit dem Vertriebsleiter der Pentax GmbH, Stefan Thode, darüber, wie die Kamera in der Optio-Produktrange positioniert ist und mit welcher Unterstützung der Fotohandel beim Abverkauf rechnen kann.

**imaging+foto-contact:** Mit der OptioS stellt Pentax ein besonders kompaktes und elegantes Digitalkamera-Modell in hochwertigem Design vor. Welche Erwartungen haben Sie an dieses Produkt?

Stefan Thode: Wir sehen in der OptioS sowohl einen entscheidenden Image- als auch Umsatzträger für die Marke Pentax. Als derzeit kleinste und leichteste Kamera im Segment 3 Megapixel/3fach-Zoom besitzt sie alle Attribute für einen Bestseller in diesem digitalen Kernmarkt. Dem Handel bietet sie überzeugende Verkaufsargumente: technologisch einzigartig, superschick und preislich hervorragend positioniert. Von der OptioS versprechen wir uns auch einen deutlichen Impact für die Marke Pentax.

**imaging+foto-contact:** Wie ist die OptioS in der Pentax Digitalkamera-Palette positioniert?

Stefan Thode: Die OptioS ist für uns in zweierlei Hinsicht ein Highlight in



## imaging+foto-contact sprach mit Stefan Thode, Vertriebsleiter der Pentax GmbH

unserer Produktrange. Zum einen dokumentiert sie mit dem innovativen Pentax Sliding Lens System sowie dem neuartigen MCM (MultiChip-Modul)-Konzept unser hohes Technologiepotential. Pentax kann sich mit

diesem Modell erneut als ein Kamera-innovator präsentieren. Zum anderen besticht sie durch eine exklusive Kombination aus Design, Kompaktheit und Verarbeitung – extrem klein und extrem leistungsstark.





*Das Sliding Lens System und das neu entwickelte Multi-Chip-Modul der OptioS zeigen das hohe Technologie-Potential von Pentax.*

den Fotohandel zu konzentrieren und die Marktgegebenheiten zu ignorieren. So haben wir bereits im Herbst letzten Jahres vier Account Manager bestimmt, die sich ausschließlich um die Bereiche Media Markt und CE-Fachhandel kümmern. Wir werden diese Politik konsequent fortsetzen und gegebenenfalls auch ausweiten – als parallele Aktivität zum Engagement im klassischen Fotohandel.

**imaging+foto-contact:** Zur Zeit werden die konjunkturellen Aussichten für das Jahr 2003 sowohl in der Gesamtwirtschaft als auch in der Fotobranche eher zurückhaltend beurteilt. Welche Erwartungen haben Sie für Pentax? Wird sich der Boom bei den Digitalkameras im Tempo der letzten Monate fortsetzen?

Stefan Thode: Was die Erwartungen unseres Hauses angeht, sind wir überaus optimistisch. Mit der auf der CeBIT vorgestellten Produktrange präsentieren wir uns dem Handel wie auch dem Konsumenten gegenüber als eine attraktive, vielseitige und innovative Marke. Wir gehen davon aus, daß wir im Jahr 2003 unser Markenbild im Digitalkameramarkt deutlich schärfen und uns entsprechend profilieren können. Unser Ziel ist es, unseren Marktanteil auf ein signifikant höheres Niveau zu schrauben.

Ein wichtiges Erfolgskriterium für die Fotobranche insgesamt wird sein, wie vernünftig sich Hersteller und Handel in Fragen der Preispolitik verhalten. Wir bemühen uns von unserer Seite, sehr gute Preispositionierungen zu finden, die dem Konsumenten attraktiv erscheinen und unseren Handelspartnern lukrative Margen einräumen. Es bleibt die Forderung an den Fachhandel, diese Spannen auch tatsächlich zu realisieren. Denn ein gutes Preis-Leistungsverhältnis wird vom Endverbraucher nach wie vor honoriert, speziell bei Markenprodukten. Ich gehe davon aus, daß der Digitalkameramarkt trotz der gesamtwirtschaftlich schwierigen Lage noch über sehr große Potentiale verfügt. Das beweisen Zahlen aus Japan und letztlich auch das deutsche Geschäftsjahr 2002, das bei ähnlichen konjunkturellen Voraussetzungen wie für 2003 prognostiziert überproportional erfolgreich war.

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

**imaging+foto-contact:** Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Verkaufsargumente für die Pentax OptioS?

Stefan Thode: Eindeutig die Verbindung aus kompaktesten Abmessungen, einem edlen, grazilen Design und den überzeugenden Leistungsdaten. Diese Kombination ist derzeit unübertroffen. Dazu dürfte der Preis von 499 Euro ebenfalls ein hervorragendes Verkaufsargument sein.

**imaging+foto-contact:** Mit welcher Unterstützung kann der Fotohandel beim Verkauf dieser Kamera rechnen?

Stefan Thode: Erstens haben wir bei der Positionierung der OptioS einen wirklich attraktiven Preispunkt gefunden, der dem Handel interessante Spannen ermöglicht. Zweitens werden wir die Kamera im Rahmen einer neuen und wesentlich umfassenderen Kampagne bewerben, als wir dies in der jüngsten Vergangenheit getan haben. Beispielsweise schalten wir Anzeigen auch in wenigen ausgesuchten, höchst zielgruppenaffinen Publikums- und Lifestylemedien. Drittens schließlich bereiten wir neue PoS-Lösungen vor, die die Präsentation im Handel aufmerksamkeitsstark stützen werden.

**imaging+foto-contact:** Sie haben im vergangenen Jahr eine Reihe von Maßnahmen durchgeführt, um die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel zu verbessern. Sind Sie mit den Resultaten zufrieden?

Stefan Thode: Uneingeschränkt ja. Sowohl unser neues Preis- und Konditionensystem als auch die Umstrukturierung unseres Vertriebskonzepts sowie das P3 (Pentax Platin Partner)-

Programm wurden sehr positiv aufgenommen. Die Akzeptanz des Pentax Call Centers bei den kleineren Kunden übertrifft unsere Erwartungen sogar. Natürlich war es sehr hilfreich, daß wir mit unserer Produktpalette, speziell der Optio-Serie, den Bedürfnissen der Handelspartner im digitalen Geschäft voll entsprechen konnten. Ebenfalls begrüßt wurde auch, daß wir die Kommunikation mit unseren Handelspartnern mit dem Newsletter P-Mail auch über das Internet signifikant gesteigert haben.

**imaging+foto-contact:** Pentax stellt in diesem Jahr erstmals auf der CeBIT in Hannover aus. Kann man daraus auf eine Veränderung der bislang vorwiegend auf den Fotohandel konzentrierten Vertriebspolitik schließen?

Stefan Thode: Die Teilnahme an der CeBIT muß man unter verschiedenen Gesichtspunkten betrachten. Erstens ist die Messe das wichtigste Event für den Digitalkameramarkt in einem Jahr ohne photokina. Als ambitionierter Hersteller können wir daher auf eine Präsenz ohnehin nicht mehr verzichten. Zweitens werden wir zum Frühjahr 2003 eine komplett neue und lückenlose Produktrange vorstellen, und die CeBIT bietet für die Erstvorstellung die ideale Plattform. Drittens schließlich erwarten wir uns natürlich von der Messe einen wichtigen Schub für das Geschäft in zusätzlichen Vertriebskanälen.

Grundsätzlich jedoch haben wir uns schon in 2002 auf die Erweiterung der Vertriebspolitik eingestellt. Es wäre unverantwortlich, sich ausschließlich auf

# Alles in einem Heft!

**DIGITAL +++ PROFESSIONELLE BILDBEARBEITUNG +++ DIGITAL**

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



## **NEU: 4. komplett überarbeitete Auflage!**

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



Für Photoshop bis Version 7.0

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

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

**Unterschrift**  
-----

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

**Name/Firma:**  
-----

**Straße/Nr.:**  
-----

**Plz/Ort:**  
-----

**Telefon/Fax:**  
-----

**Fax: 0 21 02 / 20 27 90**



# Flotte Foto- und Textdrucker

Canon  
i950  
und  
i850



**Canon stellt mit dem i950 einen Tintenstrahldrucker vor, der sich mit sechs Farben, einer hohen Auflösung und sehr kleinen Tintentröpfchen perfekt als Fotodrucker einsetzen lässt. Ebenfalls für den Ausdruck von Fotos, aber in erster Linie als schneller Drucker in Arbeitsumgebungen, bietet sich der i850 an.**

Der Sechsfarbdruk, eine Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi und eine Tröpfchengröße von nur zwei Picolitern prädestinieren den Canon i950 für den Fotodruck. Die geringe Tröpfchengröße wurde durch eine Optimierung der Canon Advanced MicroFine Droplet Technology, zu der ein neues Druckkopf-Design mit kleinsten Microdüsen zählt, erreicht. Zum Vergleich: Beim S900 waren es noch 4 Picoliter Tröpfchengröße. Hinzu kommt die präzise Platzierung der Tintentröpfchen

30 Sekunden, ein vollflächiges A4-Foto liegt schon nach zirka einer Minute in der Hand. Bis zu sieben Schwarzweißseiten druckt er pro Minute.

Durch einzeln austauschbare Farbtintentanks ist das Sechsfarbdrucksystem besonders wirtschaftlich. Der i950 ist Windows- und Mac-kompatibel und verfügt über eine USB-Schnittstelle. Er wird zusammen mit einem umfangreichen Softwarepaket ausgeliefert. Dazu zählt das Programm Easy-PhotoPrint, das die Druckqualität von Exif 2.2 kompatiblen Bildern digitaler Kameras optimiert, oder Easy-WebPrint, das den Ausdruck von Internetseiten durch automatische Seitenanpassung vereinfacht. Der Canon i950 hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 399 Euro.

## Flinker Foto- und Bürodrucker

Durch sein Leistungsprofil eignet sich der i850 sowohl für den Fotodruck als auch für den Einsatz im Büro. Er bietet eine Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi. Canon hat den i850 mit einem neuen Druckkopfdesign ausgestattet. Die bereits bei Vorgängermodellen eingesetzte Advanced Precision Color Distribution Technology wurde weiter verfeinert. Bei diesem Verfahren wird zunächst die Schwarztinte auf das Papier gebracht,

diese ist bereits trocken, wenn die anderen Farben gedruckt werden. Somit kann ein Verlaufen der Farben unterbunden werden, was zu gestochen scharfen Ausdrucken beiträgt. Darüber hinaus verfügt der Drucker über Microdüsen mit nur 10 Mikron feinen Öffnungen. Damit produziert er feinste, nur 2 Picoliter kleine Tintentröpfchen.

Wie auch der i950 hat der i850 einen Druckkopf, der eine physikalische Auflösung von 1.200 dpi ermöglicht. Während andere Drucker sich x-mal über ein und dieselbe Druckzeile hin- und herbewegen müssen, schreibt er die Druckzeile mit 1.200 dpi in einem einzigen Durchgang. Auf diese Weise bietet er eine Geschwindigkeit von 22 Schwarzweißseiten pro Minute. Im selben Zeitraum schafft er 14 Seiten in Farbe. Ein randloser Foto-Ausdruck im Postkartenformat dauert nur zirka 32 Sekunden. Ein vollflächiges A4-Bild liegt schon nach zirka 100 Sekunden in der Hand.

Damit auch in Umgebungen, wo viel gedruckt wird, genügend Papierreserven zur Verfügung stehen, faßt die Papierzufuhr 150 Blatt. Der i850 ist sowohl mit USB- als auch Parallel-Schnittstelle ausgestattet und in Macintosh- und in allen gängigen Windows-Umgebungen nutzbar. Per optionalem Pricom Print Server kann der Drucker auch einer ganzen Abteilung im Windows-Netzwerk zur Verfügung gestellt werden.

Der Vierfarbdrucker mit auswechselbaren Tintentanks hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 249 Euro. Beide Drucker sind ab diesem Monat lieferbar. höl



*Mit seinem flotten Tempo von 22 Schwarzweißseiten eignet sich der i850 perfekt fürs Büro.*

– die von Canon hergestellten Druckköpfe realisieren eine physikalische Auflösung von 1.200 dpi. Der i950 schreibt die Druckzeile mit dieser Auflösung in einem einzigen Durchgang. Somit legt der Drucker ein hohes Tempo vor: Ein randloser Ausdruck im Postkartenformat dauert zirka

### Microtek-Scanner mit Weltneuheit

Mit der Digital ICE-Technologie von Applied Science Fiction möchte Microtek neue Maßstäbe im Digital Imaging Markt setzen. Das Unternehmen verspricht sich von dieser Technologie einen solchen Erfolg, daß es sich mit seinem neuen ScanMaker 6800 bereits für den „Taiwan National Award of Excellence 2003“ beworben hat. Digital ICE wurde konzipiert, um Staub und Fussel sowie Kratzer, Risse oder Falten, die häufig auf der Oberfläche vieler Ausdrucke und Fotos zu finden sind, während des Digitalisierens zu entfernen. Darüber hinaus verfügt der Scanmaker 6800 über eine optische Auflösung von 2.400 x 4.800 dpi und eine Farbtiefe von 48 Bit. Weitere Highlights sind ein Digital ROC Plug-in, daß bei farblich ausgebleichten Fotos automatisch die ursprüngliche Farbqualität wieder herstellt und das Digital SHO Plug-in. Es bringt Details in sehr dunklen Bereichen zum Vorschein und optimiert automatisch Kontrast und Belichtung. Die integrierte Durchlichteinheit spart Zeit, da mehrere Dias oder Filmstreifen bis zu einem Format von 102 x 127 mm gleichzeitig verarbeitet werden kön-

nen. Der ScanMaker 6800 von Microtek ist ab Februar lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 449 Euro.

### Erste DVD Handycams von Sony

Im Herbst dieses Jahres wird Sony die ersten DVD Handycams auf den Markt bringen. Mit den Modellen DCR-DVD100 und DCR-DVD200 verbindet Sony die



hohe Bildqualität und die vielfältigen Möglichkeiten eines Camcorders mit den Vorteilen, die die DVD-Technologie bringt. So können beispielsweise Urlaubsfilme von derselben DVD direkt auf einem DVD-Player, dem Computer oder auch auf einer der neueren PlayStation 2-Konsolen abgespielt werden. Die Camcorder speichern bis zu 60 Minuten auf 8 cm DVD-R/-RW, dem offiziellen Format des DVD-Forums. Für eine hohe Bildqualität sorgt bei den Camcordern ein Carl Zeiss-Objektiv mit 10fach

optischem und 120fach digitalem Zoom. Die Motive können über das Display mit einer Bilddiagonale von 6,35 Zentimetern und einer Auflösung von 123.200 Pixeln verfolgt werden. Während die DCR-DVD100 mit einem 800.000 Pixel-CCD ausgestattet ist, verfügt die DCR-DVD200 über einen Ein-Megapixel-Bildwandler mit einer Fotoauflösung von 1.152 x 864 Pixeln. Für Anwender, die nicht über einen Computer mit DVD-Laufwerk verfügen, bieten beide Modelle auch eine USB 2.0-Schnittstelle für die Bildübertragung.

### 256 MB xD-Picture Card von Fujifilm

Eine gesteigerte Leistungsfähigkeit bietet die neue Generation der xD-Picture Card von Fujifilm. Ab Mitte Februar wird die 256 MB xD-Picture Card lieferbar sein. Die unverbindliche Preisempfehlung für die neue Karte beträgt 165 Euro. Als nächste Aufbaustufen sind die Kapazitäten 512 Megabyte und 1 Gigabyte geplant. Laut Aussage von Fujifilm ist sogar eine xD-Picture Card mit 8 Gigabyte technisch möglich.

### Digitalkamera mit 2 MP von Umax

Umax erweitert das Digitalkamerasortiment um eine Zwei-Megapixelkamera. Die AstraPix 540 verfügt über eine Auflösung von 1.600 x 1.200 Pixeln sowie über einen CompactFlash Kartenslot. Die Verbindung zum Rechner erfolgt über die USB 1.1 Schnittstelle. Zusätzlich verfügt die Kamera über einen integrierten Blitz, einen TV-Ausgang sowie ein 1,6 Zoll großes TFT-Display. Die AstraPix 540 ist nicht nur eine klassische Digitalkamera, denn neben der Aufnahme von Videosequenzen mit Ton läßt sich die Kamera auch als Webcam und als MP3-Player nutzen.

### Fotodrucker von Lexmark

Lexmark präsentiert mit dem Z65p Photo Jetprinter einen Drucker mit einer Auflösung von 4.800 dpi und Slots für alle gängigen Speichermedien. Über den integrierten Multiformat-Kartenleser können Bilder direkt von der Speicherkarte der Digitalkamera auf den Computer übertragen werden. Über die vier



Slots können sechs unterschiedliche Speicherkartentypen – CompactFlash I & II, Secure Digital, SmartMedia, Memory Stick und IBM Multimedia- und Microdrive-Festplatten – aufgenommen werden. Die zum Lieferumfang des Druckers gehörende FotoSlate-Software sorgt für eine schnelle Übertragung der Bilddaten auf den Computer, hilft bei der Optimierung der Fotos für den Ausdruck

und gibt Vorschläge zur Bildgestaltung sowie zum richtigen Druckformat. Durch die neue PrecisionSense-Technologie erkennt der Drucker automatisch die eingelegte Papiersorte und wählt die dafür idealen Druckeinstellungen aus. Zwei Papierschächte bieten dem Anwender die Möglichkeit, zwischen verschiedenen Papiermedien zu wählen, ohne daß zuvor erst das passende Papier in den Drucker eingelegt werden müßte. Die hohe Druckqualität des Z65p wird durch die PrecisionPhoto-Technologie erreicht. Insgesamt sorgen 5,76 Millionen Druckpunkte pro Quadrat Zoll und variable Tintentropfen mit nur 3 Picolitern für eine hohe Präzision. Der Lexmark Z65p ist seit Januar 2003 lieferbar und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 199 Euro.

# Welche Digitalkamera für welchen Kunden?



Canon Digital Ixus V3



Fujifilm  
FinePix M603



Olympus C-50 Zoom



Sony DSC-U20



Minolta Dimage F300

## Fragen, beraten, verkaufen

**Welche Digitalkamera für einen Kunden die beste Wahl ist, hängt von einer ganzen Reihe Faktoren ab. *imaging+foto-contact* hat die wichtigsten Elemente für erfolgreiche Verkaufsgespräche zusammengestellt.**

In Zeiten, wo eine schier unübersehbare Menge an Digitalkamera-Modellen am Markt existiert, besteht eines der wichtigsten Verkaufsargumente aus dem Verwendungszweck, der einem Kunden für seine Kamera vorschwebt.

So setzt auch Ringfoto-Mitarbeiter Martin Wagner die klassische Bedarfsermittlung an die erste Stelle der Verkaufsberatung. Für jugendliche Anwendergruppen etwa, die eine hohe Affinität zum Internet haben oder die auf Party Schnappschüsse ihrer Freunde aufnehmen wollen, bieten sich Modelle wie die kultigen Kameras des U-Konzeptes von Sony an. Neben der DSC-U10 mit einer Auflösung von 1,3 Megapixeln ist in-

zwischen auch das Zwei-Megapixel-Modell DSC-U20 zu haben.

Anwender, die nach einer Kamera suchen, die ihnen beispielsweise in den Ferien passable Urlaubsbilder beschert, haben eine große Auswahl an Kompaktkameras. Leicht und klein genug, um auch mal in der Hemdentasche zu verschwinden, sind beispielsweise Modelle wie Minoltas Dimage Xi, der digitale Canon-Klassiker Ixus V2 oder das mit drehbarem Objektiv ausgestattete Nikon-Modell Coolpix 2500. Für versiertere Anwender bieten sich die vielen Modelle wie die im Porsche-Design gestylte F601 von Fujifilm oder das Vier-Megapixel-Modell S45 von Canon an, die neben einer einfachen Bedienbarkeit auch viele individuelle Einstellmöglichkeiten bieten. Abzüge auch in größeren Formaten können problemlos mit den aktuellen Vier- und Fünf-Megapixel-Modellen, z. B. der Canon G3 mit vier Megapixeln und Vierfach-Zoom oder der Nikon Coolpix 5000, die nicht nur individuelle Einstellmöglichkeiten, sondern zusätzlich einen großen Brennweitenbereich zu bieten hat, realisiert werden.

Eine ganze Reihe von Digitalkameras gibt es inzwischen für Anwender, denen sowohl das Design als auch eine gehobene technische Ausstattung wichtig sind. So glänzen beispielsweise die Konica Digital Revio KD-500Z und die Kyocera Finecam S5 mit einem eleganten Gehäuse und verfügen gleichzeitig über eine Auflösung von fünf Megapixeln. Für semiprofessionelle Anwender, die Wert auf eine hohe Auflösung und einen großen Brennweitenbereich legen, gibt es eine Reihe von Digitalkameras im klassischen Spiegelreflexkamera-Design. Dazu zählt beispielsweise die Coolpix 5700 von Nikon, das zweite 5-Megapixel-Modell des Unternehmens. Die Kamera wendet sich an Fotografen, die einen größtmöglichen Zoombereich benötigen und darüber hinaus einen elektronischen TTL-Sucher zu schätzen wissen. Ihr Achtfach-Zoom-Nikkor-Objektiv stellt einen Zoombereich von 35–280 mm (analog zum Kleinbild) zur Verfügung. Ebenfalls in dieser Klasse spielt das Nachfolgemodell der Sony Cyber-shot DSC-F707, die auf der photokina vorgestellte Cyber-shot DSC-F717.



Mit einem Super HAD CCD mit effektiven 5,2 Megapixeln und 14-Bit Analog/Digital Wandler bietet die Kamera die besten Voraussetzungen, die hervorragende Bildqualität des Carl Zeiss Vario-Sonnar mit 5fach optischem Zoom und einer Brennweite von 38–190 mm (äquivalent Kleinbild) in anspruchsvolle Bilder umzusetzen. Minolta bietet mit der 7Hi eine weitere Digitalkamera im Spiegelreflexdesign an. Die Kamera verfügt neben zahlreichen hochwertigen fotografischen Features über einen Aufnahmechip mit 5,24 Megapixeln und über ein Siebenfach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite, verglichen zum Kleinbildformat, von 28–200 mm.

Noch nie waren Kameras so klein, wie die heute am Markt erhältlichen Digitalkamera-Modelle. Modernste Technik und immer kleiner werdende Speichermedien haben zu einem Boom der Kompakten geführt. Kunden, die ein solches Modell suchen, können Händler beispielsweise die gerade erschienenen digitalen  $\mu$ [mju:]-Modelle von Olympus mit drei und vier Megapixeln, die ausgesprochen kompakte Drei-Megapixel-Kamera Exilim EX-Z3 von Casio oder die Pentax OptioS, ebenfalls mit drei Megapixeln Auflösung und Dreifach-Zoomobjektiv, empfehlen. Und auch Minolta stellt mit der Dimage F300 eine der kleinsten und leichtesten Fünf-Megapixel-Digitalkamera mit Zoomobjektiv vor (ausführliche Beschreibungen dieser Kameras finden sich in dieser Ausgabe).

Neben der Wahl des richtigen Modells je nach Bedarf des Kunden gibt es aber noch eine Reihe genereller Qualitätsmerkmale von Digitalkameras, die den Kunden vermittelt werden sollten.

### Auflösung

Für die Bildqualität einer Digitalkamera spielt die Auflösung eine wichtige, wenn auch nicht die einzige Rolle. Digitale Bilder setzen sich wie das klassische Mosaik aus vielen kleinen Bildelementen zusammen. Die Auflösung einer Kamera wird mit dem Begriff Pixel, der sich aus den englischen Begriffen „picture“ und „element“ zusammensetzt, angegeben. Wie hoch ein Kunde die Auflösung für seine Digitalkamera wählen sollte, hängt wiederum stark vom Verwendungszweck ab. So sind Ein- bis Zwei-Megapixel-Kameras für Bilder im Internet oder für den Versand per E-Mail

mehr als ausreichend. Auflösungen, die darüber liegen, würden nur zu einer unnötigen Verlangsamung des Datentransports führen. Zweimegapixel-Digitalkameras reichen für gute Fotos im Format 10 x 15 cm. Kunden, die qualitativ hochwertige Fotos auch in größeren Formaten oder gar von Bildausschnitten ausgeben möchten, kann man zu Kameras mit drei, vier oder fünf Megapixeln raten.

Martin Wagner empfiehlt in jedem Fall, den Kunden die Digitalkameras, die für ihn in Frage kommen, ausprobieren zu lassen: „Lassen Sie die Kunden fotografieren. Zeigen Sie Ihnen das Bildergebnis am Monitor. Wenn Sie über ein Minilab verfügen, demonstrieren Sie dem Kunden direkt, daß inzwischen auch mit Digitalkameras Aufnahmen in echter Fotoqualität gemacht werden können.“

### Objektiv

Eine Digitalkamera kann eine noch so hohe Auflösung haben, ohne ein Objektiv, das diese Leistung auch umsetzt, kann es trotzdem zu schlechten Bildergebnissen kommen. Die Qualität eines Objektivs ist nicht nur wichtig für die Schärfe oder Lichtempfindlichkeit, sondern auch für die Wiedergabe der Farben. Bei digitalen Kameras ist eine hohe Auflösung (gemeint ist hier mit Auflösung die Fähigkeit des Objektivs, sogenannte Linienpaare aus schwarzen und weißen Linien optisch noch trennen zu können) des Objektivs durch die gegenüber dem Kleinbildfilm geringere Aufnahme­fläche des Sensorchips erforderlich. Viele der führenden Kamerahersteller produzieren auch gleich die optimal zu ihren Digitalkameras passenden Objektivs. Die Bedeutung eines guten Objektivs für die Kameraleistung läßt sich auch daran ablesen, daß Hersteller aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik wie Sony oder Panasonic ihre Objektivs zum Teil von traditionellen Objektivherstellern wie Leica oder Carl Zeiss entwickeln lassen. Neben der generellen Empfehlung einer Kamera mit einem Qualitätsobjektiv, sollte im Rahmen der Bedarfsermittlung auch herausgefunden werden, welche Motive der Kunde vorrangig fotografieren möchte. Will er in erster Linie Portraits aufnehmen, braucht er eine Kamera mit einem Objektiv mit einer langen Brennweite, für Nahaufnahmen eines mit Makrofunktion etc. In diesem

Zusammenhang bietet es sich auch an, Zubehör wie Weitwinkel- und Telekonverter sowie Filter vorzustellen, die von einigen Herstellern zu den Kameras angeboten werden.

### Leichte Bedienung

Die Frage, wie das für einen Kunden passende Kameragehäuse aussehen sollte, läßt sich während der Bedarfsermittlung leicht klären. So sollte eine Kamera, die bei Outdoor-Sportarten eingesetzt wird, über ein robustes und wasserfestes Gehäuse verfügen, eine Kamera, die überallhin mitgenommen werden soll, dagegen möglichst klein sein. Für Profifotografen wird die Frage nach der Kameragröße nicht so eine hohe Relevanz haben, wie beispielsweise die Frage danach, ob Wechselobjektive verwendet werden können. Wichtig ist es auch zu klären, ob ein Kunde mit der Anordnung der Bedienelemente zu-



Martin Wagner, Ringfoto, kennt die Do's und Don'ts beim Digitalkameraverkauf.

rechtkommt und ob er das Kameramenu bedienen kann. Auch werden sich Kunden, die sich mit der Fotografie auskennen, vielfältigere Einstelloptionen (z. B. für Belichtung, Schärfe, Weißabgleich etc.) wünschen als Kunden, die möglichst schnell und ohne viel eigenes Zutun Schnappschußfotos machen möchten.

### Zubehör

Hat ein Kunde das zu seinen Bedürfnissen passende Kameramodell gefunden, sollten auch Zubehörprodukte angeboten werden. Welche Zubehörprodukte in Frage kommen, hängt ebenfalls vom Bedarf des Kunden ab. Will er häufig und viel fotografieren? Dann benötigt er ein Speichermedium mit höherer Kapazität und Ersatzakkus. Die meisten Fotos



*Kodaks Easy Share System macht den Umgang mit Digitalkameras auch für technisch unbegabte Anwender kinderleicht.*

werden – egal ob analog oder digital – im Urlaub aufgenommen. Martin Wagner empfiehlt Händlern als Serviceleistung das Angebot eines Speicherkartenverleihs für den Urlaub. Wenn die Kunden diese anschließend in den Laden zurückbringen, ergibt sich darüber hinaus die Gelegenheit, ihnen Bilder von digitalen Bilddaten auf echtem Fotopapier anzubieten. Zum Thema Zubehörverkauf gilt für Wagner generell: „Kein Kunde, der eine Digitalkamera gekauft hat, sollte das Geschäft ohne die dazugehörige Erstausrüstung wie Speicher, Akkus und Tasche verlassen.“

Kunden, die nach einer einfach zu bedienenden Kamera suchen, freuen sich auch über die einfache Möglichkeit der Bildübertragung zum Computer und des Aufladen der Kamerabatterien. Hier ist eine Docking Station die ideale Lösung. Hinzu kommt, daß diese häufig in Ergänzung einer einfach zu bedienenden Bildbearbeitungssoftware (z. B. Kodaks Easy Share Software oder Hewlett-Packards Photo- und Imaging Software) ausgeliefert wird. Da viele Kamerahersteller ihre Docking Stations mittlerweile separat anbieten, eröffnen sie dem Handel zudem zusätzliche Einnahmequellen. Kunden, die bei der Bedarfsanalyse erwähnen, daß zu ihren Hobbys der Tauchsport oder das Schnorcheln im Urlaub gehören, sollten in jedem Fall ein Unterwassergehäuse zur Kamera angeboten bekommen.

### Umgang mit Internetkunden

Einige Händler klagen darüber, daß viele Kunden mit völlig falschen Preisvorstellungen von Digitalkameras, die sie aus dem Internet haben, zu ihnen

kommen. Martin Wagner rät dazu, in solchen Fällen Ruhe zu bewahren: „Eine völlig falsche Reaktion wäre es, einen Kunden nach Nennung eines Internetpreises zu beschimpfen. Machen Sie sich klar, daß laut Untersuchungsergebnissen der GfK tatsächlich nur vier bis fünf Prozent aller Kunden ihre Digitalkameras über Internetanbieter kaufen. Die meisten nennen die Internetpreise nur, weil sie handeln möchten.“ Gute Gegenargumente zu diesen Billigangeboten kann man dadurch schaffen, indem man den Kunden das Serviceangebot eines Geschäftes darlegt. So sollte auf Leistungen des Fotohandels, wie z. B. Speicherkartenverleih, digitale Bilddienstleistungen aller Art oder ein Service zur Datenrettung bei beschädigten Karten, aufmerksam gemacht werden. Dazu zählt auch das Angebot, Bilddaten auf CD's, VCD's oder DVD's zu speichern.

### Was man vermeiden sollte!

Neben den Dingen, die unbedingt Bestandteil eines Verkaufsgesprächs sein sollten, gibt es auch eine Reihe von Verhaltensweisen, von denen dringend abzuraten ist. So hält es Wagner beispielsweise für einen Fehler, einem Kunden wirklich jedes technische Detail einer Digitalkamera zu erklären. „Wer ein Auto fährt, muß schließlich auch nicht verstehen, wie ein Motor funktioniert und aufgebaut ist.“ Der Kunde muß wissen, wie ein Kameramodell zu bedienen ist, und nicht aus welchen Bestandteilen sich ein CCD-Element zusammensetzt. Weder eine Vertiefung von technischen Details noch Streitigkeiten mit dem Kunden darüber sind einem Verkaufsgespräch besonders förderlich.

Ein weiterer Fehler ist es, dem Kunden im Verkaufsgespräch zu erzählen, wie toll die Bilder sind, die eine Kamera macht, ohne ihm tatsächlich auch nur ein Bild dieser Kamera am Kameramonitor, auf dem Computer-Bildschirm oder nach der Ausgabe an einer Direct Print Station zu zeigen. Auch auf die Frage des Kunden, welche Vorteile ihm denn eine Digitalkamera bringe, sollte man als Fotohändler ein paar Antworten parat haben. Zunächst bietet eine Digitalkamera eine Reihe von Features, die sie einer analogen Kamera voraus hat. Dazu zählen bei-

spielsweise die Möglichkeit, Videosequenzen aufzuzeichnen, der Einsatz der Kamera als Diktiergerät oder das Hinzufügen von Sprachnotizen zu Bildern. Des weiteren bieten viele Kameras die Möglichkeit, Bilder mit digitalen Effekten, zum Beispiel Sepia, Negativ, Solarisation oder Schwarzweiß, zu verfremden. Viele Kameras bieten auch die Option, mit Hilfe von Softwareprogrammen Panorama-Aufnahmen oder „2in1-Bilder“ zu generieren. Ein weiterer Vorteil von Digitalkameras ist, daß ihr eingebauter Farbmonitor den gewählten Bildausschnitt genau wiedergibt. Darüber hinaus können am LCD Änderungen der Belichtungswerte oder die Auswahl des passenden Weißabgleichs überprüft werden. Zudem erlaubt der Monitor die direkte Kontrolle des Bildes nach der Aufnahme. Bilder, die nichts geworden



*Ein Unterwassergehäuse bietet sich für Kunden an, die Wassersportarten lieben.*

sind, können sofort gelöscht werden. Die meisten am Markt erhältlichen Digitalkameras verfügen zudem über einen Videoausgang, so daß für die Vorführung der Urlaubsbilder kein Diaprojektor mehr benötigt wird. Die Kamera wird einfach an den Fernseher angeschlossen.

Viele Digitalkameras bieten Makrofunktionen an, mit denen Nahaufnahmen aus Entfernungen gemacht werden, die sonst nur mit einem speziellen Makroobjektiv möglich sind. Und schließlich hat das digitale Bild zu einer noch nie dagewesenen Auswahl an Ausgabemöglichkeiten – wie der Ausdruck einzelner Bilder am heimischen Drucker, die Ausgabe digitaler Urlaubsbilder auf echtem Fotopapier oder die Speicherung und der Versand von Aufnahmen über das Internet – für die Verbraucher geführt. höl

# „Schritt für Schritt“

imaging+foto-contact sprach mit Michael Nagel, Dozent am Photo+Medienforum Kiel, über die richtige Kundenberatung beim Digitalkamera-Verkauf.

**imaging+foto-contact: Womit beginnt Ihrer Meinung nach eine optimale Verkaufsberatung?**

Michael Nagel: Fotohändlern und ihren Mitarbeitern, die an meinen Verkaufstrainings teilnehmen, rate ich generell dazu, sich zu Beginn des Verkaufsgesprächs nicht ausschließlich auf die analoge oder digitale Schiene festzulegen. Vielmehr soll der Verkäufer durch gezielte Fragen im Rahmen der Bedarfsanalyse ermitteln, welche Vorstellung der Kunde von seiner (Wunsch-) Kamera hat. Stellt der Verkäufer fest, daß der Kunde aufgrund seiner spezifischen Wünsche mit einer analogen Kamera besser beraten ist, sollte er ihn keinesfalls zu einem Digitalkamera-Modell drängen. Der Fotohandel muß im Grunde genommen von beiden Formen der Fotografie profitieren können.

**imaging+foto-contact: Wenn ein Kunde sich für eine Digitalkamera entschieden hat, wie berate ich ihn dann weiter?**

Michael Nagel: Ich stelle leider häufig fest, daß einigen Mitarbeitern des Fotohandels die nötige Sensibilität in der Bedarfsermittlung fehlt, um ihre Kunden richtig beraten zu können. Der Verkäufer muß durch gezieltes Hinterfragen zunächst herausfinden, wofür der Kunde seine zukünftige Kamera überhaupt einsetzen möchte. Hat der Kunde vielleicht Hobbys wie Skifahren oder Segeln und benötigt ein robustes und spritzwassergeschütztes Modell? Oder möchte er in erster Linie Portraitaufnahmen, z. B. von Kindern, machen und sollte daher auf eine Kamera mit einer langen Brennweite zurückgreifen? Wo liegt der Nutzen einer ultrakompakten Kamera mit winzigen Bedienelementen, wenn der Anwender aufgrund der Größe seiner Finger bzw. seiner Fingerfertigkeit die Kamera kaum bedienen kann?

Welchen Sinn hat ein englischsprachiges Bediener-Menü, wenn der Kunde diese Sprache nicht versteht?

Bei all diesen Fragen geht es doch immer wieder darum, Schritt für Schritt das ideale Digitalkamera-Modell für den jeweiligen Kundentyp herauszufinden.

Priorität hat das, was gewünscht wird und nicht das, was (aus welchen Gründen auch immer) verkauft werden muß. Die negativen Auswirkungen auf den Ruf eines Fachgeschäftes seitens der Kunden, denen etwas „aufgeschwatzt“ wurde, sind ja hinreichend bekannt ...

**imaging+foto-contact: Wie nehme ich den Kunden die Angst vor der digitalen Kamertechnik?**

Michael Nagel: Indem der Verkäufer dem Kunden vorweg praktisch veranschaulicht, daß sich eine Digitalkamera im Vergleich zu einem analogen Modell nur in wenigen Punkten wirklich unterscheidet. Hierzu zählt natürlich die sofortige Bildverfügbarkeit, der Aufnahme- und Wiedergabemodus, der neue (digitale) Film und die Art der Bildaufzeichnung und Speicherung. Im Anschluß gilt es, nur die grundlegenden Bedienelemente einer Digitalkamera zu erklären, um die Einfachheit der Bedienung in den Vordergrund zu stellen.

Über das Verkaufsgespräch hinaus eignet sich z. B. ein digitaler Infotag, mit einem kurzen, einleitenden Vortrag und kostenlosen Kameraverleih, innerhalb der eigenen Geschäftsräume.

**imaging+foto-contact: Wo können Fotohändler und ihre Mitarbeiter die Kompetenz erwerben, um digitale Kameras angemessen verkaufen zu können?**



Michael Nagel: Das Photo+Medienforum Kiel bietet umfassende und individuell zugeschnittene Weiterbildungsmaßnahmen für den Fotohandel an, die wir auf Wunsch auch direkt vor Ort veranstalten.

Dazu zählen beispielsweise unsere Verkaufstrainings (Verkaufstraining I: 9.-10.3. in Hamburg, 30.3.-31.3. in Stuttgart, 11.5.-12.5. in Köln und 29.6.-30.6., Hamburg; Preise: 310 Euro für Mitglieder des Fördervereins, 360 Euro für Nichtmitglieder), Fach-Seminare wie „Fit in nur 8 Tagen! Wie verkaufe ich analog und digital?“ (7.9.-14.9. in Kiel; Preis: 790 Euro für Mitglieder des Fördervereins, 890 Euro für Nichtmitglieder) oder „Einstieg in die Fotobranche“ (24.3.-28.3. und 21.10.-31.10. in Kiel; Preise: 560 Euro für Mitglieder des Fördervereins, 610 Euro für Nichtmitglieder).

In diesen Seminaren werden sowohl das technische Grundwissen vermittelt als auch Verkaufsargumente und -Techniken entwickelt und einstudiert, die anschließend in der Verkaufspraxis angewendet werden können.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website unter: [www.photo-medienforum.de](http://www.photo-medienforum.de) oder direkt beim Photo+Medienforum Kiel, Feldstraße 9 - 11, 24105 Kiel, Telefon: 0431/57 97 00, Telefax: 0431 / 56 25 68.

**imaging+foto-contact: Herr Nagel, wir danken Ihnen für diese Tips!**



# Zehn neue Camcorder von Sony



Die neuen MiniDV-Camcorder DCR-TRV60 und DCR-TRV80 sind mit einem Zwei-Megapixel HAD CCD ausgestattet.

**Mit sechs neuen MiniDV-Camcordern, zwei davon mit einer Zwei-Megapixel-Auflösung, startet Sony ins neue Camcorder-Jahr. Darüber hinaus präsentiert das Unternehmen mit vier neuen Modellen die fünfte Generation der Digital8-Camcorder, die in Deutschland über einen Formatanteil von über 17 Prozent verfügen.**

Handycam und Digitalkamera in einem sind die laut Sony weltersten Zwei-Millionen-Pixel MiniDV-Camcorder DCR-TRV60 und DCR-TRV80. Ihr HAD CCD ermöglicht die Aufnahme von Fotos in einer Auflösung von 1.600x1.200 Pixeln (UXGA). Darüber hinaus sorgt das Carl Zeiss T-Objektiv für eine hohe Bildqualität. Der 14 Bit Analog/Digital-Wandler und der zehnfach optische (120fach digitale) Zoom ermöglichen scharfe und kontrastreiche Bilder. Zusätzlich kann über einen manuellen Fokusring ein anvisiertes Motiv herangezoomt werden. Die beiden MiniDV-Camcorder bieten aber noch weitere Fotofeatures. So können über die Serienbildfunktion wahlweise vier Bilder in einer Auflösung von 1.600 x 1.200 oder 32 Bilder mit 640 x 480 Pixeln aufgenommen werden. Über den Belichtungsreihenmodus lassen sich drei Aufnahmen desselben Motivs mit einer jeweils unterschiedlichen Belichtung fotografieren. Ein intelligenter Blitz und der Laserautofokus runden die Fotofeatures ab. Im MPEG EX-Modus können Filmauf-

nahmen mit einer Länge von bis zu 90 Minuten samt Ton auf einem Memory Stick abgespeichert werden. Für die Kontrolle der Fotos und der Videoaufnahmen ist der DCR-TRV80 mit einem 3,5 Zoll, der DCR-TRV60 mit einem 2,5 Zoll großen LC-Monitor ausgestattet. Über das berührungssensitive Touch Panel der LCDs lassen sich die Camcorder bequem bedienen. So kann beispielsweise mit Hilfe der Spot Focus Funktion durch die Berührung des scharfzustellenden Objektes auf dem Display fokussiert werden. Zu den neuen Technologien, die die Camcorder bieten, zählt ein verbesserter 16:9 Modus mit einem vierzehn Prozent größeren Weitwinkel und noch besserer Bildqualität. Damit verfügt der Videofilm über eine um 30 Prozent erhöhte Pixelanzahl. Während herkömmliche Bildwandler das Bild bei Videoaufnahmen halbbildweise abtasten, erfasst der CCD des DCR-TRV80 die Bilder progressiv, also als Vollbild. Im Ergebnis macht sich das in einer höheren Vertikalauflösung und



Im Vergleich zu den Vorgängermodellen konnte die neue Generation der MiniDV-Camcorder von Sony, zu der auch der DCR-TRV14 gehört, um zirka 30 Prozent kompakter gebaut werden.

Standbildqualität bemerkbar. Das sind Eigenschaften, die sich beispielsweise bei der Analyse von Bewegungsabläufen bewährt haben. Die DCR-TRV80 und ihr kleines Schwestermodell DCR-TRV60 können über die USB-Webcam/Streaming-Funktion auch als Webcam eingesetzt werden. Die DCR-TRV80 ist mit einer Bluetooth-Schnittstelle ausgerüstet. Dank des Basic Imaging Profile (BIP Profile) lassen sich über diese Bilddaten auf mit BIP

ausgestattete Geräte, wie z. B. Notebooks, Organizer, Mobiltelefone oder Digitalkameras, senden. Zusätzlich unterstützt der Camcorder das „Dial-up Networking Profile“, mit dessen Hilfe Anwender im Internet surfen oder E-Mails versenden können. Neben der Bluetooth-Schnittstelle verfügen beide Camcorder über eine i.Link-Schnittstelle und einen analogen Ein- und Ausgang sowie einen Memory Stick Slot.

Der DCR-TRV60 ist ab April lieferbar und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 1.560 Euro, der DCR-TRV80 wird ab Mai ausgeliefert und hat einen UVP von 1.680 Euro.

Mit den Modellen DCR-TRV14, DCR-TRV19, DCR-TRV22 und DCR-TRV33 stellt Sony vier weitere MiniDV-Camcorder vor. Sie konnten im Vergleich zur Vorgängergeneration um zirka 30 Prozent kompakter gebaut werden.

Der DCR-TRV33 kann Fotos in einer Auflösung von 1.152 x 864 Pixeln aufnehmen. Zur Qualität der Bilder tragen das Vario Sonnar Objektiv von Carl Zeiss, der 14 Bit Analog/Digital Wandler und das Progressive Shutter System bei. Diese MiniDV-Handycam und auch die DCR-TRV 22 speichern die Fotos separat auf dem zum Lieferumfang gehörenden Memory Stick, die beiden anderen Modelle speichern die Bilder direkt auf die Videokassette. Während die DCR-TRV33 mit einem HAD CCD mit 1.070.000 Pixeln ausgestattet ist, bieten die übrigen Camcorder eine Auflösung von 800.000 Pixeln. Allen gemeinsam ist das 10fach optische (120fach digitale) Zoom und der 2,5 Zoll große Farb-LCD. Auch dieser ist berührungssensitiv und bietet dank Spot Focus-Funktion die Möglichkeit der Scharfstellung von Motiven durch ihre Berührung am Bildschirm. Auf diesem Wege können mit der Spot Meter-Funktion auch zu dunkle Motive aufgehellt werden.

Wie alle aktuellen Camcorder-Modelle von Sony sind auch diese Produkte mit der neuen weiterentwickelten Image-Mixer Software ausgestattet. Mit ihr lassen sich Videofilme über die USB-Schnittstelle ganz einfach als Video-CD auf CD-R oder CD-RW brennen. Außerdem können die vier MiniDV-Camcorder auch als Webcam eingesetzt werden. Der DCR-TRV 14 (UVP: 770 Euro) verfügt über eine i.LINK-Schnittstelle mit DV-Ausgang. Der DCR-TRV19 (UVP: 860 Euro) hat einen DV Ein- und Ausgang.



*Mit der MiniDV-Handycam DCR-TRV33 können Fotos in einer Auflösung von 1.152 x 864 Pixeln aufgenommen und auf dem separaten Memory Stick abgespeichert werden.*

Der DCR-TRV22 (UVP: 960 Euro) und der DCR-TRV33 (UVP: 1.100 Euro) verfügen darüber hinaus zusätzlich noch über einen analogen Ein- und Ausgang. Alle vier Modelle werden ab März ausgeliefert.

### Digital8

Daß sich das Digital8-Format seit seiner Einführung erfolgreich etabliert hat, wird auch daran deutlich, daß es mittlerweile einen Formatanteil von über 17 Prozent am deutschen Camcorder-Markt hat. Sony stellt mit vier neuen Modellen die mittlerweile fünfte Digital8-Camcordergeneration vor. Auch diese ist mit der erweiterten Version der Bild- und Schnittbearbeitungssoftware ImageMixer ausgestattet und bietet so als neue Funktion eine einfache Möglichkeit zum Brennen von Videos auf CD. Dazu wird einfach der Camcorder mitsamt der bespielten Kassette über USB mit einem Computer, der über ein Brenner-Laufwerk verfügt, verbunden. In dieses wird eine CD eingelegt, die Software geöffnet, „easy mode“ angeklickt und der Startbutton gedrückt. Auf diese Weise läßt sich im Handumdrehen eine Video-CD erstellen, die auf den meisten handelsüblichen DVD-Playern abgespielt werden kann.

Ebenfalls neu ist eine verbesserte InfoLithium-Funktionsanzeige im LC-Display. So zeigt die Akku-Restlaufzeit-Anzeige dem Anwender die noch verbleibende Aufnahmezeit an.

Bereits die Einsteiger, Digital8-Handycams, die DCR-TRV245 und die DCR-

TRV250, bieten vielfältige Ausstattungsmerkmale wie einen CCD mit 540.000 Pixeln, ein 20fach optisches und 700fach digitales Zoom sowie einen 2,5 Zoll großen LC-Farbmonitor. Mit eingebauter Leuchte und NightShot sind Filmaufnahmen selbst bei schwierigen Lichtverhältnissen möglich.

Dieselben Ausstattungsmerkmale, aber eine Auflösung von 800.000 Pixeln, liefern die Digital8-Camcorder DCR-TRV345 und DCR-TRV355. Beide Camcorder verfügen über einen Super SteadyShot, der verwackelte Aufnahmen verhindert, sowie über einen Super NightShot, mit dem auch bei schwierigen Lichtverhältnissen gefilmt werden kann. Bei Dunkelheit hilft auch der Einsatz des Colour Slow Shutter. Er verlängert die Belichtungszeit um bis zu einem Drittel pro Sekunde, was Motive besonders hell erstrahlen läßt. Der DCR-TRV 355 ist zusätzlich mit einer Fotofunktion und MemoryStick ausgestattet und ermöglicht so zusätzlich die Aufzeichnung von Videosequenzen im MPEG EX-Modus auf diesem Speichermedium.

Sowohl der DCR-TRV345 und der DCR-TRV355 spielen analoge Hi8- und Video8-Bänder ab, können diese darüber hinaus auch digitalisieren und eignen sich somit auch gut für Anwender, die von der analogen auf die digitale Technologie umsteigen möchten.



*Vier neue Camcorder im bei den Anwendern sehr beliebten Digital8-Format hat Sony vorgestellt.*

Alle Camcorder besitzen eine i.Link- und eine USB-Schnittstelle. Zusätzlich verfügen der DCR-TRV250, der DCR-TRV345 und der DCR-TRV355 über einen digitalen Ein- und Ausgang. Der DCR-TRV345 und der DCR-TRV355 bieten zudem einen analogen Ein- und Ausgang. Die Camcorder werden zwischen Februar und März ausgeliefert. Je nach Ausstattung bewegen sich ihre unverbindlichen Preisempfehlungen zwischen 580 Euro (für den DCR-TRV245) und 820 Euro (für den DCR-TRV355). höl



# Olympus-Bestseller digital neu aufgelegt

Am 9. Januar dieses Jahres begann für die erfolgreichen  $\mu$ [mju:]-Kompaktmodelle von Olympus eine neue Zeitrechnung. An diesem Tag wurden die ersten digitalen Versionen dieser Kamera präsentiert, die seit ihrer Vorstellung 1991 weltweit über 22 Millionen mal verkauft wurde. Die neuen Digital-kameramodelle bringen die Ausstattung mit, um an den Erfolg der analogen  $\mu$ [mju:]-Kameras anknüpfen zu können.



*$\mu$ [mju:] 400 Digital*



*$\mu$ [mju:] 300 Digital*

## $\mu$ [mju:] 300 und 400 Digital

Vor der Präsentation der neuesten Olympus-Digitalkameras wies Martin Hubert, Leiter des Bereichs Consumer Products Deutschland bei der Olympus Optical Co. (Europa) GmbH, zunächst auf ein paar Zahlen für den Kameramarkt im letzten Jahr hin. „Produkten wie Digitalkameras ist es zu verdanken, daß der Fotomarkt im letzten Jahr ausgesprochen positiv dastand“, faßte er die Ergebnisse zusammen. So hätten sich die Stückzahlen verkaufter Digi-

talkameras von 2001 mit 1.200.000 auf 2.400.000 Stück in 2002 nahezu verdoppelt. Im Wert sei dieser Markt von 540 Millionen Euro in 2001 auf eine Milliarde Euro in 2002 gestiegen. Wie Hubert weiter ausführte, haben die Marktuntersuchungen auch eine kontinuierlich steigende Nachfrage nach Digitalkameras mit höheren Auflösungen gezeigt. Besonders der Bereich der Drei- und Viermegapixel-Kameras werde für die Verbraucher zunehmend interessanter.

### Digitale $\mu$ [mju:]

Ulrich Götze, Produkt- und Marketingmanager Digitale Produkte bei Olympus, stellte mit den beiden neuen  $\mu$ [mju:]-Modellen zwei Digitalkameras vor, die genau dieses Marktsegment abdecken.

Wie im Namen bereits angedeutet, bietet die  $\mu$ [mju:] 300 Digital eine Auflösung von 3,2 Millionen Pixeln, die  $\mu$ [mju:] 400 Digital von 4,23 Millionen Pixeln. Darüber hinaus sind beide Kameras mit einem leistungsfähigen Objektiv ausgestattet, das speziell auf die CCDs der neuen  $\mu$ [mju:]-Digitalkameras abgestimmt wurde. Das kompakte, hochpräzise (f3,1/5,2) Dreifach-Zoomobjektiv gewährleistet mit einer Brennweite umgerechnet auf das Kleinbildformat von 35 bis 105 mm eine hohe Flexibilität in allen Aufnahmesituationen. Es setzt sich zusammen aus fünf Elementen in drei Gruppen, darunter auch drei asphärische Linsen. Bei Bedarf kann zusätzlich ein bis zu vierfacher Digitalzoom (fünffach im VGA-Modus) eingesetzt werden. Für die Bildsicht und -kontrolle steht ein 1,5 Zoll Farb-TFT-LCD mit 134.000 Pixeln Auflösung zur Verfügung.



Martin Hubert, Bereichsleiter Consumer Products Deutschland bei Olympus (links), und Ulrich Götze, Produkt- und Marketingmanager Digitale Produkte, wollen den Erfolg der legendären  $\mu$ (mju)-Serie auch in der digitalen Welt fortsetzen.

### Wetterfest

Laut Aussage von Olympus sind die beiden Digitalkameras die weltweit ersten Modelle, die mit einem wetterfesten Metallgehäuse ausgestattet sind. Somit ist die empfindliche Kamertechnik auch gegen Feuchtigkeit geschützt, beispielsweise wenn die digitalen  $\mu$ (mju)-Modelle bei Sportarten wie Skifahren oder Segeln eingesetzt werden.

Hinzu kommt, daß beide Modelle äußerst kompakt gebaut wurden. Mit Maßen von lediglich 56 x 99 x 33,5 mm bei einem Gewicht von 165 Gramm lassen sie sich bequem in Anzug- oder Hemdentasche stecken.



Eine Auflösung von vier Megapixeln bietet die  $\mu$ (mju:) 400 Digital. Äußerlich unterscheidet sich die Kamera durch ihren vergoldeten Schieberiegel von ihrem Schwestermodell.

Ein Grund für diese geringe Baugröße ist die äußerst kleine xD-Picture Card, die die Kameras als Speichermedium nutzen. Darüber hinaus wurden extrem kleine, leistungsstarke Lithium-Ionen-Akkus für die Energieversorgung ausgewählt. Ein Schnell-Ladegerät mit einer maximalen Ladezeit von zwei

Stunden ist im Lieferumfang enthalten.

Für die passende Schärfe der Aufnahmen sorgt ein TTL-Autofokus, für den richtigen Belichtungswert eine EPS-Belichtungsmessung. Darüber hinaus steht eine Spotmessung zur Verfügung.

Die Empfindlichkeitseinstellung erfolgt automatisch mit Werten zwischen ISO 80 und 320.

Olympus setzt auch bei der  $\mu$ (mju:) 300 Digital und bei der

$\mu$ (mju:) 400 Digital die bildverbessernden Verfahren TruePic und Pixel Mapping ein. Ersteres sorgt beispielsweise für fließendere Farbverläufe, mit Hilfe des zweiten Verfahrens werden sogenannte tote Pixel, die keine Bildinformationen aufnehmen können, auf dem CCD erkannt und durch Interpolation (aus den Informationen angrenzender intakter Pixel) ersetzt.

Fünf voreingestellte Modi (Portrait, Selbstportrait, Nachtaufnahme, Landschaft, Landschaft plus Portrait) für typische Aufnahmesituationen stellen die Kameras zur Verfügung.

Der Weißabgleich kann entweder vollautomatisch bestimmt oder über eine der vier voreingestellten Modi: Wolken, Sonnen-, Kunst- und fluoreszierendes Licht ausgewählt werden.

Für Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen bieten die Kameras einen eingebauten Blitz, inklusive einer Funktion zur Reduzierung des „Rote-Augen-Effekts“.

Serienbilder können mit bis zu vier Aufnahmen hintereinander bei einer Aufnahme pro Sekunde realisiert werden.

Spezielle Aufnahmen können über die Makro- oder über die Panoramafunktion realisiert werden. Ein besonderer Effekt läßt sich mit der „2 in 1-Funktion“ herstellen, indem zwei Aufnahmen zu einer neuen zusammengesetzt werden.

Auch die Aufzeichnung kurzer Videosequenzen im QuickTime Motion JPEG-Format ist mit den beiden

Kameras möglich. Im HQ-Format können bis zu 16 Sekunden, im SQ-Modus sogar bis zu 70 Sekunden lange Sequenzen aufgezeichnet werden.

Für kreative Anwender stehen digitale Effekte wie Schwarzweiß oder Sepia zur Verfügung, mit denen Aufnahmen verfremdet werden können.

Die Kameras werden zusammen mit einer 16 MB xD-Picture Card, Trageriemchen, USB- und Videokabel, einem Lithium-Ionen-Akku und Akkuladegerät



Die Olympus  $\mu$ (mju:) 300 Digital verfügt über eine Drei-Megapixel-Auflösung und hat ein durchgehend silberfarbenes Gehäuse.

ausgeliefert. Darüber hinaus gehören die Fernbedienung RM-2 und die Softwareprogramme Camedia Master 4.1 und Photo Impact mit zum ausgelieferten Zubehör.

Die  $\mu$ (mju:) 300 Digital wird im März dieses Jahres lieferbar sein und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von



Zum Vergleich: Die neuen digitalen  $\mu$ (mju:)-Kameras konnten noch kleiner gebaut werden, als ihre analogen Schwestermodelle (im Bild die schwarze Kamera).

499 Euro. Die  $\mu$ (mju:)400 Digital ist ab April dieses Jahres erhältlich und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 599 Euro. höl



# Casio stellt dritte Exilim-Generation vor

## Mit drei Megapixeln und Dreifach-Zoom



Mit der Exilim EX-Z3 stellt Casio das dritte Modell der extrem schlanken Digitalkameraserie des Unternehmens vor. Nach der Präsentation des ersten Modells mit 1,3 Megapixeln und der zweiten Kamera mit einer Auflösung von über zwei Millionen Pixeln stellt Casio nun mit der EX-Z3 eine flache Digitalkamera mit 3,2 Megapixeln Auflösung und einem Dreifach-Zoomobjektiv vor.

Casio ist es bei dem neuesten Exilim-Modell gelungen, sowohl ein CCD-Element mit 3.340.000 Pixeln (total) als auch ein dreifaches Zoomobjektiv in ein Gehäuse zu integrieren, das lediglich 87 x 57 x 22,9 mm (B x H x T) mißt. Dabei wiegt das silber-glänzend gestaltete Aluminium-Gehäuse nur 126 Gramm (ohne Batterie und Speicherkarte).

Das dreifach optische Pentax-Objektiv der Kamera erlaubt mühelos und ohne Stufen Aufnahmen vom Weitwinkel- bis in den Telebereich. Es bietet Lichtstärken zwischen  $F=2.6$  und 4.8 und eine Brennweite umgerechnet aufs Kleinbildformat von 35 bis 105 mm. Zusätzlich zum optischen Zoom kann auch ein vierfach digitales Zoom eingesetzt werden.

Für Aufnahmen bei ungünstigen Lichtverhältnissen steht ein integrierter Blitz mit Red-Eye-Reduction zur Verfügung, der sich bei Bedarf automatisch zuschaltet. Die Blitzreichweite beträgt bis zu 2,3 Meter.

Weitere Ausstattungsmerkmale der Kamera sind ein optischer Sucher, der durch ein zwei Zoll großes TFT-LCD mit einer Auflösung von 84.960 Pixeln ergänzt wird und über die Hälfte der gesamten Rückenfront der Kamera ausfüllt. Das im Verhältnis zur Kamera sehr große Display liefert helle und kontrastreiche Bilder.

Das dreifach optische Pentax-Objektiv der Kamera erlaubt mühelos und ohne Stufen Aufnahmen vom Weitwinkel- bis in den Telebereich. Es bietet Lichtstärken zwischen  $F=2.6$  und 4.8 und eine Brennweite umgerechnet aufs Kleinbildformat von 35 bis 105 mm. Zusätzlich zum optischen Zoom kann auch ein vierfach digitales Zoom eingesetzt werden.

Für Aufnahmen bei ungünstigen Lichtverhältnissen steht ein integrierter Blitz mit Red-Eye-Reduction zur Verfügung, der sich bei Bedarf automatisch zuschaltet. Die Blitzreichweite beträgt bis zu 2,3 Meter. Weitere Ausstattungsmerkmale der Kamera sind ein optischer Sucher, der durch ein zwei Zoll großes TFT-LCD mit einer Auflösung von 84.960 Pixeln ergänzt wird und über die Hälfte der gesamten Rückenfront der Kamera ausfüllt. Das im Verhältnis zur Kamera sehr große Display liefert helle und kontrastreiche Bilder.



Das große LC-Display füllt mehr als die Hälfte der Kamerarückseite der EX-Z3 aus.

### Digitaler Bilderrahmen

Das Display kann auch für die Wiedergabe von zwei innovativen Features genutzt werden, die die Kamera zu bieten hat. So ist die EX-Z3 mit Hilfe der „Digital Photo Stand Function“ zusammen mit der im Lieferumfang enthaltenen Dockingstation sogar als digitaler Bilder-

### Videofunktion

Zu den Aufnahmefunktionen, die die Exilim EX-Z3 bietet, zählt neben der Aufnahme von Einzelfotos auch die Aufzeichnung von Videosequenzen mit Ton. Sie werden in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln mit zwölf Bildern pro Sekunde aufgezeichnet. Insgesamt können sie eine Länge von 30 Sekunden erreichen. Über die Makrofunktion der Kamera lassen sich Nahaufnahmen mit Entfernungen zwischen sechs und fünfzig Zentimetern aufnehmen.

Im Selbstauslöser-Modus hat der Anwender die Auswahl zwischen Zeitintervallen von 10 und 2 Sekunden, bevor die Aufnahme ausgelöst wird.

### Innovative Modi

Zwei Aufnahme-features, die erstmalig in der EX-Z3 zum tragen kommen, sind die Coupling Shot- und die Pre Shot-Funktion. Mit Pre Shot legt der Fotograf einen individuellen Hintergrund fest und läßt sich anschließend vor dieser „eingefrorenen“ Szene fotografieren. „Coupling Shot“ stellt eine witzige Möglichkeit dar, mit der Pärchen Aufnahmen von sich anfertigen können, ohne eine dritte Person bitten zu müssen, sie zu fotografieren. Zunächst wird jeder einzeln fotografiert und dann anschließend mit der Funktion Coupling Shot beide Aufnahmen zu einer neuen zusammengefügt.

lichtung wird dabei durch eine Automatik gesteuert. Die Blende wird automatisch zwischen 2.6 und 4.8 festgelegt. Die Entfernung reicht im Normalbereich von 40 cm bis unendlich. Die Belichtungszeit kann durch den CCD-Verschluß und den mechanischen Verschluß zwischen einer Sekunde und 1/2.000 Sekunde variiert werden.

Die Empfindlichkeitseinstellung erfolgt entweder automatisch (ISO 50/100/200) oder durch manuelle Umschaltung.

Auch der Weißabgleich kann entweder automatisch der Kamera überlassen, aus vier Modi ausgewählt oder manuell bestimmt werden.

Auch zum Thema Geschwindigkeit hat das neue Casio-Modell einiges zu bieten. So ist sie in weniger als zwei Sekunden betriebsbereit, und die Auslöseverzögerung beträgt nach erfolgter

**JOBO FOR YOUR BEST IMAGE**



**1+1=1**  
Nur bei JOBO  
1 Dazzle-Reader gekauft (UVP €28,90)  
+ 1 Dazzle-Software umsonst dazu

Reader erhältlich für CF/SM/SD/MS  
+ 1 Foto-Archivierungs-Software (Einzelpreis €24,99)

- Intuitiv bedienbar • Leichtes ordnen
- Direkt auf CD brennen • Am DVD präsentieren

JOBO TEL. 02261/545-0  
**WWW.JOBO.COM**

Epson vorgestellte USB-Direct-Print, mit dem Fotos direkt von der Kamera, ohne Umweg über den Computer, gedruckt werden können.

Selbstverständlich bietet die Kamera neben einer Menüführung in englischer, spanischer, französischer, italienischer und japanischer Sprache auch Deutsch als Menüsprache.

### Dockingstation

Eine leichte und komfortable Bedienung der Kamera bietet die im Lieferumfang enthaltene USB-Dockingstation. Sie dient gleichzeitig als Verbindung zum PC und zur Übertragung der Bilddaten. Darüber hinaus ist sie auch als Ladestation für die Kamerabatterien einsetzbar. Die Stromversorgung löst Casio mit einem wiederaufladbaren, leistungsstarken Lithium-Ionen-Akku. Die Batterienlebensdauer beträgt bei kontinuierlicher Aufnahme und ausgeschaltetem Blitzlicht zirka 75 Minuten oder auch 450 Aufnahmen. Bei kontinuierlicher Wiedergabe beträgt diese Zeit bis zu 120 Minuten.

### Lieferumfang

Zum Lieferumfang der Casio EX-Z3 zählt neben der Dockingstation mit USB- und Anschlußkabel und dem Lithium-Ionen-Akku ein Handtrageriemen, Netzadapter für die Dockingstation sowie umfangreiche Software auf CD-ROM. Die Exilim wird ab März ausgeliefert. Die unverbindliche Preisempfehlung steht noch nicht fest. höl



*Mit Hilfe der Digital Photo Stand Function und der Dockingstation kann die Casio-Digitalkamera auch wie ein digitaler Bilderrahmen genutzt werden. Eine individuelle Bildershow kann so per Knopfdruck in zuvor festgelegten Zeitintervallen wiedergegeben werden.*

### Bestshot-Funktion

Die neueste Exilim verfügt über die bereits von anderen Casio-Kameras her bekannte „Bestshot-Funktion“. Bedienerfreundlich sorgt sie damit gerade bei schwierigen Aufnahmeverhältnissen für optimale Fotoergebnisse. Mit nur einer Taste stellt sie einundzwanzig voreingestellte Motivprogramme zur Verfügung. Für diese Funktion bietet die Kamera eine neue Kontrollmöglichkeit: Der jeweilige Bestshot-Modus wird im Display in etwa einem Achtel der Größe des Gesamtbildes zum Vergleich für zirka zwei Sekunden eingeblendet.

### Belichtung

Die Belichtungsmessung erfolgt bei der EX-Z3 als Mehrfeld-Messung. Die Be-

fokussierung lediglich 0,01 Sekunden. Gespeichert werden können die Aufnahmen entweder im internen 10 MB-fassenden großen Speicher oder auf Secure Digital (SD) oder MultiMedia Cards (MMC).

### Wiedergabefunktionen

Für die Bildwiedergabe stehen eine Funktion mit Zoom (4fach), eine Funktion zur nachträglichen Größenänderung, ein Trimming-Mode, mit dem Bildausschnitte gesetzt werden können und eine Neun-Bild-Anzeige zur Verfügung. Darüber hinaus kann das Bild gedreht oder eine Kalenderanzeige gewählt werden.

Die Exilim EX-Z3 ist PIM II-kompatibel und unterstützt außerdem das von

# Fünf Megapixel im kleinen und leichten Gehäuse Minolta Dimage F-300 nutzt Technik aus der Dimage 7Hi

**F-300 heißt das neueste Modell in Minoltas Digitalkamera-Serie Dimage. Die Neuheit zeichnet sich insbesondere durch ihren Aufnahmechip mit fünf Megapixeln, ihr kleines, leichtes und edles Gehäuse und eine Reihe von Bildaufnahme- und Verbesserungstechnologien aus, die Minolta bereits in der Dimage 7Hi eingesetzt hat. Dazu zählen beispielsweise das speziell für das Spitzenmodell entwickelte opto-elektronische System zur Maximierung der Bildqualität und Minoltas Bildbearbeitungstechnologie CxProcess.**

Das speziell für die Dimage 7Hi entwickelte opto-elektronische System arbeitet im Kamerainneren mit einem 1/1,8 Zoll-Typ Interline CCD mit Primärfarbfilttern und fünf Megapixeln für hoch aufgelöste Bilder. Die damit erzielte Aufnahmequalität ermöglicht Ausdrucke in einer Größe von 32,5 x 43,3 cm bei 150 dpi.

Das Minolta GT Dreifach-Zoomobjektiv der Dimage F300 besteht aus acht Elementen in sieben Gruppen und mißt im eingefahrenen Zustand 24 mm. Drei dieser Elemente sind mit asphärischen Oberflächen ausgestattet, die scharfe und kontrastreiche Bilder über den gesamten Brennweitenbereich garantieren. Der Brennweitenbereich reicht von 7,8 bis 23,4 mm (entsprechend 38 bis 114 mm bei Kleinbild).

## **CxProcess gewährleistet naturgetreue Wiedergabe**

Minoltas Bildbearbeitungstechnologie CxProcess ist nach Angaben des Herstellers der Garant für eine naturgetreue Wiedergabe der Aufnahmesituation. Der CxProcess kontrolliert die Schärfe, liefert eine exzellente Farbreproduktion, feinste Tonwertabstufungen und minimiertes Bildrauschen, um natürliche und lebendige Aufnahmen zu erzielen. Die 12 Bit A/D-Wandlung erhält alle Feinheiten der Originalaufnahmesituation; das sind bis zu 4.096 Stufen pro RGB-Farbkanal.



Das Farbrauschen, das als körnige Erscheinung im Bild auftritt, wird von der neuen Dimage F300 durch ein spezielles Rauschunterdrückungssystem bekämpft. Dieses sorgt sogar bei höheren Empfindlichkeitsstufen für einen hohen Rauschabstand.

Über den AREA-AF wird das Objekt im dreidimensionalen Raum innerhalb des extra großen AF-Meßfeldes lokalisiert, eine zeitaufwendige Schärfespeicherung entfällt. Der jeweils aktive Sensor wird zur Bestätigung des Fokuspunktes im Sucher angezeigt. Das extra große AF-Meßfeld deckt zirka 50 Prozent des Blickfeldes ab.

## **Belichtungsdaten stammen aus 256 Segmenten**

Die Mehrzonen-Belichtungsmessung bezieht ihre Daten aus 256 Segmenten, die alle zu einer ausgewogenen Wiedergabe des Motivs beitragen. Blende und Verschußzeit werden optimal gesteuert, und der Blitz schaltet sich automatisch in Gegenlichtsituationen oder bei schlechter Beleuchtung zu.

Die F300 verfügt über eine automatische Digital-Motivprogrammwahl, die die Aufnahmebedingungen analysiert und das passende Motivprogramm wählt. Fünf Motivprogramme kann

die Kamera eigenständig anwählen: Portrait, Sport/Action, Landschaft, Sonnenuntergang und Nachtportrait.

Die Digital-Motivprogrammwahl optimiert die Belichtung und die Bildverarbeitung unter speziellen Aufnahmebedingungen.

## **Verbesserungen für Fotos bei schlechten Lichtverhältnissen**

Anders als das hochempfindliche Auge des Menschen, sind fotografische Systeme bei schlechten Lichtverhältnissen eingeschränkt. Zwei neue Ausstattungsmerkmale der F-Serie verbessern die Bedienbarkeit und erhöhen die Vielseitigkeit der Kamera in diesen Situationen: Durch die automatische Monitorbildverstärkung wird dieser so aufgehellert, daß auch bei sehr schlechten Lichtverhältnissen ein Farbbild sichtbar ist. Da diese Problematik ebenso für Filmsequenzen gilt, ist die Dimage F300 außerdem mit der verbesserten Nachtfilmfunktion ausgestattet, die die Aufnahme von Filmsequenzen in Farbe erlaubt. Die Kamera wechselt bei mangelndem Licht automatisch in diesen Modus. Die Dimage F300 bietet dem Benutzer



eine Vielzahl von kreativen Möglichkeiten. Dazu zählen beispielsweise zwei Serienbildfunktionen: Die Ultra High Speed Serienbildfunktion (UHS) schafft elf Bilder pro Sekunde bei einer Auflösung von 1.280 x 960 Pixeln. In der Standard Serienbildfunktion können bis zu 1,5 Bilder pro Sekunde in jeder beliebigen Auflösung aufgenommen werden.

### **Vielfältige Fotofunktionen stehen ebenfalls bereit**

Bei der Dimage F300 stehen dem Fotografen vielfältige Belichtungsfunktionen zur Verfügung: Programmautomatik (P), Zeitautomatik (A), Blendenautomatik (S) sowie manuelle Belichtungseinstellung. In der manuellen Belichtungsfunktion können Langzeitbelichtungen von bis zu 15 Sekunden erreicht werden. Eine optimale Ermittlung der Belichtung garantiert die Mehrfeldmessung mit 256 Segmenten.

Darüber hinaus stehen mittenbetonte Integralmessung und Spotsmessung zur Verfügung. Umgebungslicht und Blitzlicht können unabhängig voneinander um  $\pm 2$  EV in 0,3er Schritten ausgeglichen werden. Die Empfindlichkeit kann bei der F300 automatisch oder manuell (64, 100, 200 und 400 ISO-Äquivalent) gewählt werden. Zusätzlich garantiert die automatische Belichtungsreihe von drei Aufnahmen gelungene Ergebnisse.

## **Neue Minolta Sucherkamera für „Filmfreunde“**

Minolta hat das Portfolio seiner kompakten Sucherkameras für das Kleinbildsystem mit dem Modell Zoom 110 ausgebaut. Im Kunststoff-Gehäuse der neuen Kamera verbirgt sich ein hochwertiges 5,4–10,5/38–100 mm Zoomobjektiv. Zu dessen Konstruktion mit vier Linsen gehören auch zwei beidseitig beschichtete asphärische Linsenelemente. Diese sorgen für eine scharfe und kontrastreiche Bildwiedergabe. Die Minolta Zoom 110 arbeitet mit Programmautomatik, mittenbetonter Belichtungsmessung und Verschlusszeiten zwischen 1/500 Sekunde und vier Sekunden. Die DX-Code-Erkennung erfolgt im Bereich ISO 25 bis ISO 3200. Das integrierte Blitzgerät bietet fünf Funktionen, zur Reduzierung des



Rote-Augen-Effektes steht eine Vorblitz-Lampe bereit. Ein Selbstausröser mit zehn Sekunden Vorlaufzeit rundet die Ausstattung ab. Die Kamera hat die Abmessungen 114 x 62,5 x 46 mm. Sie soll dem Handel ab sofort zur Verfügung stehen. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 110,00 Euro.

Durch zwei Kopierfunktionen wird das Duplizieren von Dateien in der Kamera auf dieselbe oder eine andere Speicherkarte möglich. Die Standard-Kopierfunktion macht eine 1:1 Kopie der Datei inklusive der Audiodaten, die mit dem Bild bzw. der Filmsequenz abgespeichert sind. Die E-Mail Kopierfunktion kopiert Fotos und speichert sie dann in VGA-Auflösung ab.

Die Dimage F300 erweitert durch eine neue Funktion auch die Aufnahmemöglichkeit von Filmsequenzen mit

160 x 120 (bis zu 20 Minuten Länge) und 320 x 240 Pixeln (bis zu drei Minuten). Kommentare können zu jedem Bild gespeichert oder eine bis zu 15 Sekunden lange Sprachnotiz an jede Aufnahme nachträglich angehängt werden. Eine Notizbuchfunktion gestattet darüber hinaus das Aufnehmen reiner Tondateien bis zu drei Stunden Länge. Die Kamera hat die Abmessungen 110 x 52 x 32 mm. Sie wiegt 185 g. Sie ist in den beiden Farbtönen Silber und Indigoblau zu haben.

### **i+fc Leserbrief**

#### **Zu unserem Beitrag „In Sachen Gewährleistung: Hersteller sind sich uneinig“ erreichte uns folgender Leserbrief von Norbert Keller, Minolta Vertriebs- und Marketingdirektor:**

„Leider wurde in der o.g. Ausgabe aufgrund der falschen Wiedergabe eines Zitats im foto-focus (Informationen für die Foto-Branche vom Bundesverband Technik des Einzelhandels) auch in Ihrem Artikel falsch zitiert.

Anbei erhalten Sie das Antwortschreiben an Herrn Fischel vom BVT, das die Zusammenhänge meiner Aussage erläutert. Ich hoffe, Sie finden einen Weg, mein Zitat auf der Basis des beiliegenden Schreibens richtigzustellen.“

Das soll hiermit geschehen. In dem Schreiben von Norbert Keller an den BVT heißt es:

„In Ihrer Information 5/02 werde ich zu diesem Thema von Ihnen absolut falsch zitiert. Es ist mir unverständlich, wie Sie aus unserem Gespräch während der photokina derartige Fomulierungen wählen können. Wie ich Ihnen seinerzeit mitgeteilt habe, wurden wir in keiner Weise von Ihrem Verband offiziell mit entsprechenden Schreiben zu diesem Thema befragt. Wir betrachten die Regreßregelung im Schuldrechtsmodernisierungsgesetz in keiner Weise als gelungen, denn es geht aus unserer Sicht nicht darum, daß, wie Sie schreiben, 'die Industrie mindere Qualität liefert und der Handel dann dafür auch noch die Kosten tragen soll', sondern darum, daß der Handel daran verdient, daß er gute Qualitätsprodukte der Industrie verkaufen kann, deren Reklamationsquote allerdings ohne übermäßige, auch vom Handel nicht gewünschte Produktionskostensteigerungen nicht auf Null gesetzt werden kann. Die gemeinsame Bereitschaft, die nie völlig zu vermeidenden Reklamationen über die

Handelsmarge möglichst einfach und zum gegenseitigen Nutzen zu regeln, hat durch die Verrechnungsbürokratie des neuen Gesetzes einen bedauerlichen und nachhaltigen Schaden erlitten. Trotzdem habe ich Ihnen gegenüber ... geäußert, daß wir uns der gesetzlichen Regelung nicht entziehen werden. Ich hatte Ihnen darüber hinaus klar und deutlich zu verstehen gegeben, daß wir den Anspruch des Handels nicht ablehnen können und auch nicht wollen, sondern daß hier in den letzten Monaten eine Diskussion über die Höhe des anzusetzenden Betrages pro Gewährleistungsfall geführt worden ist. Meine Ausführungen waren so zu verstehen, daß ein nachvollziehbarer Betrag gefunden werden muß. Überzogene Forderungen können und wollen wir nicht akzeptieren. Nur in diesem Zusammenhang ist zu verstehen, daß es nicht sein darf, daß sich der Handel über diesen Weg zusätzliche Einnahmequellen verschafft.“

# Vier-Megapixel-Digitalkamera VPC-AZ3EX von Sanyo

**Eine schnelle Einsatzbereitschaft gehört zu den herausragenden Eigenschaften der neuen Digitalkamera VPC-AZ3EX von Sanyo. Hinzu kommen eine Auflösung von vier Megapixeln und weitere Features, die Sanyos neues Digitalkameramodell sowohl für Anfänger als auch für ambitionierte Fotografen interessant machen.**

Die Kamera ist innerhalb von 1,7 Sekunden startklar und darüber hinaus mit einem Dreifach-Zoomobjektiv ausgestattet, das den extremen Wechsel von der Nahaufnahme zu weit entfernten Objekten in nur einer Sekunde schafft. Das Objektiv bietet einen Brennweitenbereich von 37 bis 111 mm im Vergleich zum Kleinbildformat. In weniger als sieben Sekunden ist die Kamera eingeschaltet, gezoomt, der Auslöser gedrückt und wieder ausgeschaltet. Mit bis zu neun Bildern in höchster Auflösung in Folge nimmt die VPC-AZ3EX selbst schnellste Bewegungen in Serie auf.

Für unerfahrene Anwender stellt die Kamera eine Basic-Einstellung zur Verfügung, die das Menü auf das Wesentliche reduziert, während Profis im Experten-Modus auf diverse Einstellmöglichkeiten zurückgreifen können. Für die Belichtungsmessung stehen mit Mehrfeldmessung, mittigenbetonter Messung und Spotmessung drei verschiedene Modi zur Verfügung. Der Weißabgleich kann entweder automatisch oder über eine der fünf vorgegebenen Einstellungen gewählt werden. Neben der Aufnahme von Fotos können mit der Sanyo VPC-AZ3EX auch Videos in einer Auflösung von bis zu 320 x 240 Pixeln aufgezeichnet werden. Ein in die Kamera integriertes Mikrofon sorgt dabei für die atmosphärische Audio-



*Übersichtlich angeordnete Bedienelemente machen die Kamera auch für Anfänger leicht handhabbar.*

Unter malung. Gespeichert werden können die Aufnahmen auf der im Lieferumfang enthaltenen Compact-Flash-Karte (16 MB). Wer mehr Kapazität benötigt, kann auch den IBM Microdrive einsetzen.

Für die Kontrolle der Aufnahmen steht ein 1,5 Zoll LC-Monitor zur Verfügung. Die Kamera steckt in einem hochwertigen Edelstahlgehäuse und bietet kompakte Abmessungen.

Laut Aussage von Sanyo macht der neu entwickelte CCD-Chip mit 4,13 Millionen Bildpunkten und exzellenten Farbfiltern die Bilder noch farbechter und detailgetreuer als beim Vorgängermodell VPC-AZ1EX. Bei Bedarf kann die Auflösung auf bis zu acht Megapixel interpoliert werden.

Eine Reihe weiterer Funktionen zeichnet die Digitalkamera aus: So erlaubt die Best Shot-Funktion die Aufnahme

von vier Bildern innerhalb einer Sequenz, aus denen das beste Foto ausgewählt werden kann. Belichtungsreihen ermöglichen die Auswahl des passend beleuchteten Motivs aus bis zu sieben Aufnahmen mit unterschiedlichen Werten. Über die Makrofunktion können Motive mit einem Abstand von 10 cm fotografiert werden. Die Kamera ist auch als Diktiergerät verwendbar, bietet die

Möglichkeit, Fotos Sprachnotizen hinzuzufügen und erlaubt es, Bilder um Textbeiträge zu ergänzen.

Die USB-Schnittstelle der Kamera dient zum einen der Übertragung der Bilddaten zum PC, zum anderen der Verbindung der Kamera mit dem Computer als Webcam.

Für die Energieversorgung der Digitalkamera sorgt ein Lithium-Ionen-Akku, der mit einem dazu passenden Ladegerät zum Lieferumfang gehört. Des Weiteren werden ein USB-Kabel, Schutztasche und Handschlaufe sowie die Softwareprogramme Sanyo Utility Software und Ulead Photo Explorer 7.0SE zusammen mit der Kamera ausgeliefert.

Sanyos VPC AZ-3EX hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 649 Euro.

höl

### Concord mit neuem Digitalkamera-Topmodell

Das neue Topmodell unter den Concord-Digitalkameras, die Eye-Q 5330z, liefert mit einem 1/1,8" CCD-Bildsensor beachtliche 5,24 Megapixel bei einer maximalen Bildauflösung von 2560 x 1920

Pixel. Die Speicherung der Bilddaten erfolgt auf austauschbaren Compact-Flash-Cards. Das kompakte 116 x 73 x 62 mm kleine Gehäuse beinhaltet anspruchsvolle Technik. Hierzu



gehören das Autofokus-Zoomobjektiv 3,4–3,6/8–24 mm (entspricht 38–114 mm beim Kleinbild), das 2fache Digitalzoom und das großflächige 1,8" TFT-Color-LC-Display. Die Welt der kleinen Dinge kann mit einer Makro-Funktion eingefangen werden, die Nahaufnahmen bei Abständen zwischen 8 und 40 cm möglich macht. Die Belichtungseinstellung erfolgt automatisch, der elektronische Verschluss realisiert Zeiten von 2–1/500 s. Neben dem vollautomatischen Weißabgleich stehen manuelle Einstellungen für Tages-, Kunst- und Neonlicht zur Auswahl. Zur Reduzierung roter Augen ist das eingebaute Blitzgerät mit einer Strobefunktion ausgestattet. Die Stromversorgung arbeitet mit vier Standard AA-Batterien, optional ist aber auch der Betrieb über ein Netzteil möglich. Neben einer umschaltbaren Video-Schnittstelle für PAL und NTSC verfügt das neue Concord-Spitzenmodell über einen USB-Ausgang zur problemlosen Übermittlung der Bilddaten an PC oder Mac. Die Adobe Bildbearbeitungssoftware PhotoDeluxe gehört mit zum Lieferumfang. Weitere Ausstattungsfeatures der Concord Eye-Q 5330z sind die Möglichkeiten für Video- und Audioaufnahmen, der Selbstauslöser mit Vorlaufzeiten von 10 Sekunden sowie die einstellbare automatische Stromabschaltung. Lieferbar ist die Concord Eye-Q 5330z ab Ende Februar 2003. Die Kamera hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 479 Euro. Zum Lieferumfang gehören eine 32 MB Compact Flash Card, Batterien, Anschlusskabel für Video und USB, eine Trageschleife und eine Kameratasche.

### Adobe Photoshop Album

Adobe Systems kündigt mit Adobe Photoshop Album eine Software für Windows-PCs an, mit der Hobbyfotografen ihre schönsten digitalen Aufnahmen immer griffbereit haben. Mit dem Programm lassen sich im Handumdrehen Bilder sortieren, kategorisieren und zusammenstellen. Darüber hinaus können mit nur wenigen Mausklicks die Schnappschüsse per E-Mail verschickt, auf CD gebrannt oder ins Netz gestellt werden. Neben zahlreichen Archivierungs-, und Suchfunktionen bietet die Software eine Reihe von Werkzeugen für die Bildverbesserung. Mit einem Klick werden „Rote-Augen-Effekte“ behoben oder Farbe, Kontrast und Helligkeit verändert. Die deutschsprachige Version von Photoshop Album wird im Laufe des ersten Quartals 2003 lieferbar sein (UVP: zirka 55 Euro).

## Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

### Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

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

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

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

### Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

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

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

### Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

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

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

### Kleffel + Aye (GmbH & Co.)

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

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

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

### Photo Universal

Kleiber GmbH & Co. KG

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

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

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

### Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

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

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

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

## Ihre Fachberater für den Einkauf in 2003



# Digitales Lebensgefühl mit Mac OS X v10.2

## Neue Foto- und Videofeatures

Mit der Vorstellung des Betriebssystems Mac OS X in der Version 10.2 bietet Apple über 150 neue, verbesserte Features gegenüber den Vorgängerversionen. Darunter mit iPhoto, iMovie und iDVD auch Programme, die die digitale Bildver- und -bearbeitung komfortabel gestalten. Ein von Apple organisierter Digital Lifestyle Day bot die Gelegenheit, an Apples neuem iMac, der mit diesem Betriebssystem ausgestattet ist, die Funktionen auszuprobieren. **imaging+foto-contact** war dabei.

Der aktuelle iMac, ausgerüstet mit einem 17-Zoll-Flachbettbildschirm, ist wie alle neuen Mac-Systeme mit einer Reihe von Features und Softwareprogrammen ausgestattet, die den alltäglichen Umgang mit digitalen Produkten auf einfache und komfortable

wie Digitalkameras, MP3-Player, DV-Camcorder, Drucker oder Lautsprecher bequem angeschlossen werden können. Die meisten dieser Geräte werden sofort vom Betriebssystem erkannt, ohne daß zuvor eine spezielle Software installiert werden müßte. Auch der Zugang zum Internet wurde beschleunigt und der Umgang damit durch Programme wie Mail, QuickTime, Sherlock, Internet Explorer sowie den iTools komfortabler gestaltet.

### iPhoto

Ein Beispiel für die hohe Leistungsfähigkeit des neuen Betriebssystems ist die verbesserte Version der iPhoto-Applikation. iPhoto ermöglicht die Archivierung, Verwaltung und Bearbeitung von digitalem Bildmaterial. Sobald eine Digitalkamera mit dem Rechner verbunden wird, öffnet sich das Programm automatisch. Mit einem

Klick auf den „Import-Button“ werden die Bilder von der Digitalkamera heruntergeladen und am Computerbildschirm in einer daumengroßen Ansicht dargestellt. Wer schnell seine Speicherkarte wieder frei haben möchte, kann noch vor dem Importieren bestimmen, daß die Speicherkarte nach der Übertragung gelöscht werden soll.

Über die Maus können einzelne Bilder vergrößert und wieder verkleinert werden. Durch Scrollen über die Bildansichten können sich Anwender in Sekundenschnelle einen

Überblick über die in der „photo library“ geladenen Bilder verschaffen.

Wird der „Film Roll-Button“ unten rechts an der Bildschirmdarstellung aktiviert, werden alle Thumbnails sortiert nach dem Datum ihres Downloads dargestellt. Nach der Auswahl eines Bildes können am Ende der linken Spalte der Ansicht genaue Informationen wie der Titel des Bildes, das Download-Datum oder die Bildauflösung entnommen werden. Durch Überschreiben des Titelfeldes erhält das Bild einen selbstgewählten Namen. Wer weitere Informationen, etwa eine Notiz darüber, wo oder zu welchem Anlaß ein Foto aufgenommen wurde, hinzufügen möchte, kann den Informations-Button links unten in der Ansicht drücken. In das sich öffnende Feld können dann die gewünschten Notizen hinzugefügt werden. Um mehr Ordnung in die digitale Fotosammlung zu bringen, lassen sich den Bildern Stichworte zuordnen. Apple gibt eine Reihe von Stichwörtern wie beispielsweise Familie, Sport, Beruf oder Ferien, vor. Aber auch die Vergabe eigener Stichwörter ist möglich. Die Bilder, die nach Stichworten auffindbar sein sollen, werden diesen jeweils zugeordnet. Startet man nun das Suchprogramm und wählt anschließend eine Kategorie aus, werden alle zu diesem Unterpunkt gehörenden Aufnahmen im Hauptfenster angezeigt.

Mit Hilfe von Alben können bestimmte Anwendungen, wie das Abspielen einer Diashow, die Online-Bestellung von Abzügen (zur Zeit nur in Amerika möglich) oder die Kreation eines virtuellen



*In der Thumbnail-Darstellung kann bequem über das in der „Foto-Bibliothek“ gespeicherte Bildmaterial gescrollt werden.*

Weise ermöglichen. Das beginnt bereits mit Anschlußmöglichkeiten wie USB und Firewire, so daß digitale Produkte

Fotobuches, besser ausgeführt werden. Um eine Kollektion von Aufnahmen in einem Album zu bündeln, wird der „+“-Button der Hauptmaske gedrückt, und schon wird der Anwender aufgefordert, sein Album zu benennen. Die Bilder können anschließend einfach per Drag-and-Drop in das Album gezogen werden.

Neben den Ordnungsfunktionen bietet iPhoto auch eine Reihe kleinerer Bildbearbeitungsoptionen. So können bestimmte Bildausschnitte ausgeschnitten und an gängige Fotoformate angepaßt werden. Über einen einzelnen Mausklick lassen sich rote Augen auf Bildern retuschieren oder Farbfotos in Schwarzweißaufnahmen umwandeln. Veränderte Fotos können jederzeit wieder in den Originalzustand zurückversetzt werden.

Zu iPhoto gehört mit iBook eine Funktion, die es ermöglicht, Bildbände samt Fotos und Text zusammenzustellen. Dabei können die Bildhintergründe, die Anzahl der Fotos, die auf einer Seite zu sehen sein sollen, und die Menge an Text, die den Bildern hinzugefügt werden soll, frei gewählt werden. An-



*Von der einfachen Bedienbarkeit der Features, die das neue Betriebssystem Mac OS X v10.2 zur Verfügung stellt, waren die Digital Lifestyle Day-Teilnehmer schnell begeistert.*

wender, die über einen Farbdrucker verfügen, können die fertigen Seiten ausgeben und sie binden lassen. In Amerika bietet Apple sogar die Möglichkeit an, das Album direkt an einen Online Store des Unternehmens zu versenden, von wo aus es die Anwender als fertig gebundene Ausgabe auf Hochglanzpapier und mit einem edlen Buchdeckel versehen zurückerhalten. Darüber hinaus können amerikanische User auch über die Stores Bilder auf echtem Fotopapier bestellen, die dann an Kodak für die Entwicklung weitergeleitet werden.

Für den Ausdruck von Fotos stellt iPhoto unter dem Menüpunkt „Print“

eine Reihe von Treiber-Einstellungen für die gängigsten Drucker zur Verfügung. Unter „Print Format“ kann zwischen der Ausgabe als Kontaktabzug, ganzseitiger Ausgabe, einem Postkartenformat und verschiedenen Foto-Standardformaten gewählt werden.

### iMovie

Für Videofilmer bietet Mac OS X v10.2 mit iMovie einfache Möglichkeiten der Archivierung und Bearbeitung von Filmmaterial. Videodatenmaterial der gängigsten digitalen Camcorder am Markt kann mit iMovie bearbeitet werden. Video- und Tonaufzeichnungen können über die schnelle FireWire-Schnittstelle vom Camcorder auf den iMac übertragen werden. Die iMovie-Menüansicht gliedert die Videosequenzen in einzelne Thumbnaildarstellungen. Immer an der Stelle, wo ein Hobbyfilmer mit der Aufnahme gestoppt hat, um beispielsweise eine neue Szene aufzunehmen oder eine andere Einstellung zu wählen, setzt iMovie mit einer neuen Thumbnaildarstellung an. Per Drag-and Drop können diese einzelnen Videosequenzen in einer Leiste im unteren Teil des Hauptmenüs erneut zusammengefügt werden. Features wie Wischer, Auf- und Abblenden können dann genutzt werden, um zwischen den ausgewählten Sequenzen Übergänge zu schaffen. Anschließend läßt sich der Film mit Musik, Soundeffekten oder gesprochenen Texten unterlegen. Weitere digitale Effekte wie Weichzeichner, Sepia- und Schwarzweißeffekte können gewählt werden. Abschließend werden Titel und Abspann hinzugefügt. Durch das Programm lassen sich einfach und effektiv spannende Amateurfilme basteln.

Für die Wiedergabe des Films stehen je nach Ausstattung des Macs verschiedene Optionen zur Verfügung. So kann er in der Vollbilddarstellung auf dem Computer abgespielt werden, auf eine Videokassette übertragen oder übers Internet verschickt werden.

iMacs, die mit einem SuperDrive-Laufwerk ausgestattet sind, verfügen auch über die Software iDVD. Mit Hilfe des



*Importierte Videosequenzen können in iMovie per Drag-and-Drop zu mit vielen digitalen Effekten aufbereiteten Amateurfilmen gestaltet werden.*

Programms können DVDs – mit einem interaktiven Menü und Titeln – hergestellt und gebrannt werden. Diese DVDs können anschließend auf den meisten handelsüblichen DVD-Playern abgespielt werden. Die DVD ist das ideale Medium, um Bilder, Videosequenzen und Musik, die auf dem iMac bearbeitet worden sind, zu vereinen. Darüber hinaus kann den DVDs Datenmaterial aus Programmen wie AppleWorks, Word, PowerPoint, Excel sowie PDF-Dateien hinzugefügt werden. Um eine DVD herzustellen, müssen lediglich fertige iMovies, Quick Time-Datenmaterial oder digitale Bilder in die iDVD-Benutzeroberfläche gezogen werden. Auf einer einzelnen DVD können Videofilme in einer Länge von bis zu 90 Minuten oder Tausende von digitalen Fotos gespeichert werden. Um das Erstellen einer interaktiven Bedieneinfläche zu erleichtern, stellt iDVD diverse Buttons und Hintergründe zur Verfügung. Die Anordnung von Fotos, Videofilmen und Buttons können Anwender durch einfaches Hin- und Herziehen der Elemente mit Hilfe der Maus selber bestimmen. Während des Zusammenstellens einer DVD zeigt das Menü die verbleibende Datenkapazität an. Zu jeder Zeit kann in einer Vorschau kontrolliert werden, ob die Links beispielsweise zu Videofilmen gut gesetzt wurden oder die gewählten Hintergründe zu den Aufnahmen passen.

Wenn die DVD fertig ist, braucht nur noch der Burn-Button gedrückt zu werden und die DVD wird gebrannt. Während des Brennvorgangs kann übrigens weiter mit dem iMac gearbeitet werden. höl



Interviews mit Martin Köhler, Leiter Category Management Telekommunikation bei der Ringfoto-Gruppe, und Reinhard Krause, Vorstandsmitglied der debitel AG

# „Die debitel AG liefert alle Tk-Produkte aus einer Hand“

Mit dem Zusammenwachsen von Fotografie und Telekommunikation entstehen auch für Fotohändler neue Möglichkeiten – sowohl als Nutzer, etwa von schnellen Datenleitungen, als auch als Anbieter. Mit der Fotohändler-Kooperation Ringfoto und dem Tk-Service-Provider debitel AG arbeiten seit einigen Monaten zwei Top-Player der jeweiligen Branchen zusammen. Wir führten Interviews mit Martin Köhler, Leiter Category Management Telekommunikation bei der Ringfoto-Gruppe, und Reinhard Krause, für den Vertrieb verantwortliches Vorstandsmitglied der debitel AG, über die Hintergründe, die Art und die Zukunft der Zusammenarbeit.

**imaging+foto-contact:** Ringfoto ist jetzt seit einigen Monaten Vertriebspartner der debitel AG. Was erwarten Sie von diesem Partner, der zu den Top-Playern in der Telekom-Branche gehört?

Martin Köhler: Von debitel als europaweiter Nummer eins unter den netzunabhängigen Telefongesellschaften erwartet die Ringfoto Gruppe eine umfassende strategische Allianz und Zusammenarbeit bezogen auf den gesamten Telekommunikationsbereich, um die Ringfoto Gruppe als Nummer eins im Fotobereich auch im Telekommunikationsmarkt richtig zu positionieren. Des Weiteren möchten wir zusammen mit debitel für die Fotohändler spezielle



Auf der Ringfoto-Herbstmesse 2002 in Erlangen präsentierte sich die debitel AG erstmals den Kooperationsmitgliedern.

Bundleangebote zwischen Telekommunikations- und Fotoprodukten anbieten, um dementsprechend die Kompetenz von Ringfoto und debitel für beide Bereiche dem Konsumenten am Point of Sale darzustellen.

**imaging+foto-contact:** Wie haben Ihre Mitglieder auf die Möglichkeit reagiert, ihre Angebote um Tk-Leistungen von debitel erweitern zu können?

Martin Köhler: Auf der Ringfoto Herbstmesse 2002, auf der wir zum ersten Mal unseren neuen Kooperationspartner debitel den Händlern präsentiert haben, wurde dies von unseren Mitgliedern mit großem Interesse aufgenommen, und debitel konnte bereits auf der Messe einige Ringfoto-Händler als neue Vertriebspartner gewinnen. Grundsätzlich wurde die Möglichkeit einer künftigen Zusammenarbeit mit debitel sehr

positiv aufgenommen. Einer der wichtigsten Gründe hierfür ist, daß der Händler von debitel alle Tk-Produktbereiche (Mobilfunk im D- und E-Netz, Festnetz und Internet) aus einer Hand bekommt. Für die bisherigen Photo Porst Franchisepartner und Filialen war es sehr wichtig, die mit debitel sehr erfolgreich verlaufene Zusammenarbeit jetzt auch unter Ringfoto weiterführen zu können.

**imaging+foto-contact:** Wie Sie bereits erwähnten ist debitel Full-Service-Anbieter für Festnetz- und Mobilfunkdienste. Aber nutzt Ringfoto bzw. nutzen die Ringfoto-Mitglieder auch das komplette Sortiment oder konzentrieren sie sich auf bestimmte Bereiche/Angebote?

Martin Köhler: Bei der Einführung des neuen Kooperationspartners war die erste Priorität das Kerngeschäft Mobil-



funk, das in den vergangenen Monaten erfolgreich implementiert wurde. Schritt für Schritt werden jetzt die anderen Produktbereiche den Händlern angeboten, so daß zukünftig alle Mitglieder der Ringfoto Gruppe auf das komplette Produktportfolio von debitel zugreifen können. Die Photo Porst Händler, die mit debitel bereits zusammengearbeitet haben, vermarkten wie in der Vergangenheit die komplette Produktpalette aus Mobilfunk, Festnetz und Internet.

**imaging+foto-contact: Wie sieht die Unterstützung der Zentrale für die Mitglieder aus, die debitel vermarkten bzw. in ihrem Portfolio aufnehmen wollen?**

Martin Köhler: Zum einen erhalten die Ringfoto Mitglieder von der Zentrale monatlich ein komplettes Informationspaket mit allen für den Telekommunikationsbereich relevanten Informationen (Provisionen, Kalkulationsbeispiele etc.) und die jeweils gültigen Angebotsprodukte, die zum Teil exklusiv nur für Ringfoto Mitglieder angeboten werden. Zum anderen gibt es für die Händler eine breite Palette an Unterstützungsmaßnahmen im Bereich Marketing/Werbung, wie zum Beispiel die Ringfoto/Photo Porst Beileger mit Angeboten aus dem Tk-Bereich und regionalen sowie überregionalen Werbemaßnahmen (Anzeigen in Tageszeitungen etc.). Bei allen Fragen rund um den



*Martin Köhler, Leiter Category Management Telekommunikation bei der Ringfoto-Gruppe.*

Telekommunikationsbereich können sich die Mitglieder an die Telekommunikationsabteilung in der Ringfoto Zentrale wenden, die Ende letzten Jahres auch nochmals deutlich personell verstärkt wurde, um dem gewachsenen Stellenwert Rechnung zu tragen.



**imaging+foto-contact: Mit zunehmender Verbreitung von Digitalkameras wird die Nachfrage nach schnellen Datenleitungen steigen, und zwar sowohl bei Ihren Mitgliedern, die beispielsweise Bilddaten von einem Server abrufen oder in ein Labor schicken, als auch bei den Endkunden. Wird es bei Ringfoto spezielle DSL-Angebote für das Festnetz bzw. GPRS- und später UMTS-Angebote für den Mobilfunk geben, eventuell in einem Paket mit beispielsweise einer Digitalkamera und/oder einem Fotohandy?**

Martin Köhler: Unsere Mitglieder haben bereits heute die Möglichkeit, ISDN- und DSL-Produkte zu vermarkten; das Angebot wird auch hier durch den Partner debitel nochmals ausgeweitet, denn gerade die Nachfrage nach „schnellen Datenleitungen“ wird einerseits beim Konsumenten zukünftig deutlich ansteigen, wie auch andererseits der Bedarf des einzelnen Fotohändlers zur Übertragung von Bilddateien rapide zunehmen wird. Diesen Marktentwicklungen wird auch Ringfoto Rechnung tragen, indem dieser Produktbereich und die Angebotspalette vergrößert werden.

**imaging+foto-contact: Ringfoto war schon immer im Bereich der Digitalfotografie mit Konzepten zur Vermarktung und der Entwicklung von Angeboten für Verbraucher aktiv. Sind solche Aktivitäten auch für die Vermarktung von Fotos aus Handys zu erwarten? Bieten Sie beispielsweise spezielle Schulungen zu diesem Thema an?**

Martin Köhler: Von debitel werden zum einen allgemeine Schulungen zu allen Themenbereichen der Telekommuni-

kation angeboten, zum anderen sind spezielle Schulungen und Veranstaltungen für die Ringfoto Mitglieder geplant, um diese an den Bereich Telekommunikation heranzuführen. Die ersten Veranstaltungen finden bereits in diesen Tagen statt. Bezogen auf ihre Frage bzgl. Kombi-Angeboten der beiden Produktbereiche Telekommunikation und Foto werden wir in diesem Jahr einige Bundleangebote speziell für die Ringfoto Mitglieder anbieten. Es ist auch geplant, daß man zukünftig nicht nur reine Hardwareangebote, sondern auch spezielle Dienste zum Thema „Mobile Bildkommunikation“ dem Konsumenten anbietet und vermarktet. Bereits im Weihnachtsgeschäft 2002 wurden einige Angebote wie etwa ein Nokia 3510i mit einer Digitalkamera oder diverse Fotohandys bei Ringfoto beworben, unter anderem mit einer Anzeige in der „Bild am Sonntag“. Gerade hier zeigen sich zukünftig die Vorteile der strategischen Partnerschaft, debitel als Top-Player im Tk-Bereich und die Ringfoto-Gruppe als Nummer eins im Fotobereich.

**imaging+foto-contact: Wie wird sich Ihrer Ansicht nach ganz allgemein das Zusammenwachsen von Fotografie und Telekommunikation auf die Fotobranche auswirken?**

## Martin Köhler seit Oktober bei Ringfoto

Martin Köhler, Jahrgang 1974, arbeitet seit Oktober 2002 als Leiter Category Management Telekommunikation bei Ringfoto. Zuvor war der gebürtige Regensburger gut ein Jahr lang in gleicher Position für die Photo Porst AG in Schwabach tätig. In seiner Geburtsstadt hatte Köhler von 1995 bis 1998 eine Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel bei Photo Porst absolviert. Schon damals gehörte es zu seinen Aufgaben, die gerade im Entstehen befindliche Telekommunikationsabteilung marktgerecht auf- und auszubauen. Im März 1999 wechselte Köhler in die Porst Zentrale nach Schwabach, wo er zunächst als Produktmanager Telekommunikation und später Leiter Einkauf Telekommunikation arbeitete.

## Neue Fotohandys von Motorola und Samsung

Samsung hat unter der Bezeichnung Camera Phone SGH-V200 ein Mobiltelefon mit integrierter Digitalkamera vorgestellt. Diese liefert Bilder im CIF-Format mit einer Auflösung von 352 x 288 Pixeln. Fotomotive lassen sich heranzoomen, und dank individueller Kontrasteinstellungen



schafft die Kamera auch bei schwierigeren Lichtverhältnissen noch gute Ergebnisse. Das Kameraobjektiv lässt sich um 180 Grad drehen. Dadurch kann man sogar bei Selbstporträts den Bildausschnitt im 1,8 Zoll großen TFT-Display kontrollieren. Das integrierte Fotoalbum bietet mit einer Speicherkapazität für bis zu 100 Fotos viel Platz für Erinnerungen. Zusätzlich zur integrierten Digitalkamera vereint das SGH-V200 mit einem großen, hochauflösenden TFT-Display mit 65.536 Farben und 40stimmigem Sound die Spitzentechnologien der modernen multimedialen Mobilkommunikation. Das Gerät besitzt zusätzlich ein Außendisplay mit blauer Beleuchtung, das auch bei geschlossener Klappe unter anderem über Datum und Uhrzeit informiert. 96 Gramm schwer und kleiner als eine Computermaus gehört das SGH-V200 auch zu den kleinsten und leichtesten Handys mit integrierter Kamera. Weitere Kennzeichen sind GPRS Class 8-Technologie, Tri-Band-Funktion, MMS und EMS. Umfangreiche Personal Management Features mit Kalender, Memofunktion,

Aufgabenliste, Taschen- und Währungsrechner sowie Alarm- und Weckerfunktion und spannende Spiele gegen Langeweile ergänzen den Handykomfort. Das Samsung Camera Phone SGH-V200 kommt Anfang Februar in den deutschen Handel.

Die integrierte Kamera, MMS-Funktionalität und das Display mit bis zu 64.000 Farben sind die herausragenden Merkmale des neuen Klapphandys V600 von Motorola. Mit dem Gerät können Nutzer einem Namen im Telefonverzeichnis das passende Gesicht zuordnen. Dazu lassen sich Fotos einfach zusammen mit den Verzeichniseinträgen speichern. Mit dem Motorola V600

sind Verbindungen zu Bluetooth-kompatiblen Geräten und Zubehörprodukten herstellbar. Zum Modell V600 gibt es auch Bluetooth-Zubehör wie beispielsweise ein Headset oder ein Car Kit. Dank MMS- und Kamera-Funktion können Nutzer an nahezu jedem Ort der Welt ein Foto mit persönlicher Nachricht versenden. SMS-Chat und das Spielen des Lieblingsspiels – allein, über das Netz oder per Bluetooth-Technologie mit jemandem in der Nähe, sind weitere Anwendungsmöglichkeiten. Dank Quad-Band ist der Konsument mit dem V600 von Motorola weltweit erreichbar. Das Mobiltelefon meldet ankommende Rufe, Sprach- oder Textnachrichten diskret, mit farbigen Lichteffekten und einem individuellen Klingelton. Bevorzugte Kommunikationspartner können mit verschiedenen Lichtfarben gekennzeichnet werden. Der polyphone Lautsprecher des V600 liefert kristallklaren Sound. Lieblingssongs lassen sich als Klingeltöne herunterladen. Die speziellen, eleganten Metallschalen können ausgetauscht und auf die aktuelle Mode abgestimmt werden.



Martin Köhler: Wie man an der Entwicklung des Mobilfunkbereiches gerade in den letzten Monaten sehen konnte, wird es zukünftig eine sehr enge Verknüpfung zwischen der Telekommunikation und der Fotografie geben, kurz gesagt, das Bild wird „mobil“. Zukünftig wird es eine Vielzahl an Anwendungen, Produkten und Dienstleistungen rund um die gesamte „Mobile Bildkommunikation“ geben. Gerade wir als Ringfoto-Gruppe haben hier natürlich den Anspruch, immer am Puls der Zeit zu sein und unseren Händlern gemeinsam mit dem Partner debitel innovative Produkte anbieten zu können. Dies ist natürlich auch eine große Chance für die Fotohändler, sich mit einem neuen Produktbereich in ihrem Shop erfolgreich im Markt zu positionieren und das zum Teil etwas angestaubte Image der Fotofachhändler neu zu beleben. Hierzu benötigt man als Fachhändler einen starken Partner an der Seite, den wir mit der debitel AG gefunden haben.

**imaging+foto-contact: Herr Köhler, vielen Dank für dieses Gespräch.**

**Nahezu identische Fragen stellen wir auch Reinhard Krause, der als Vorstandsmitglied der debitel AG für den Vertrieb verantwortlich zeichnet.**

**imaging+foto-contact: Die debitel AG ist jetzt seit einigen Monaten Vertriebspartner der Ringfoto-Gruppe. Was erwarten Sie von diesem Partner, der zu den Top-Playern in der Fotobranche gehört?**

Reinhard Krause: Zur Kooperation mit Ringfoto kam es im Oktober 2002 über unsere Photo Porst-Vertriebspartner, deshalb erwarten wir uns zum einen von der Ringfoto-Zentrale eine zuverlässige Mitbetreuung der Photo Porst-Händler. Zum anderen haben wir durch diese Zusammenarbeit unserem Vertriebsnetz eine Fachhandelskette hinzugefügt, die es debitel ermöglicht, über die Fotobranche flächendeckend in Deutschland präsent zu sein und die debitel-Produkte und -Dienstleistungen zu vermarkten.

**imaging+foto-contact: debitel ist Full-Service-Anbieter für Festnetz- und Mobilfunkdienste. Bieten Sie Ringfoto bzw. den Ringfoto-Mitgliedern das gleiche Sortiment an wie Ihren übrigen Handelspart-**



nen oder wird es bestimmte Bereiche/ Angebote geben, die auf die besonderen Interessen des Fotohandels zugeschnitten werden?

Reinhard Krause: Beides. Jeder Ringfoto-Händler hat Zugriff auf das komplette debitel-Portfolio und erhält darüber hinaus dieselbe Unterstützung, wie sie all unseren Fachhandels-Partnern zur Verfügung steht. Als ein Beispiel seien hier unsere Quartalsaktio-



Reinhard Krause, Vertriebs-Vorstand der debitel AG.

nen genannt, die auf die verschiedenen Bedürfnisse der jeweiligen Vertriebslinien zugeschnitten sind. Zukünftig werden die Foto-Technologie und die Telekommunikation noch enger zusammenwachsen. Aktuell zeichnet sich bereits ab, daß eine der wichtigsten neueren Anwendungen ja gerade das Foto-Messaging per Handy ist. Diese Entwicklung werden wir aufgreifen und weitere, auf die Fotothematik ausgerichtete Angebote konzipieren.

**imaging+foto-contact:** Wie sieht die Unterstützung der debitel Zentrale für die Ringfoto-Mitglieder aus, die debitel vermarkten bzw. in ihrem Portfolio aufnehmen wollen? Wird es beispielsweise spezielle Werbemittel oder Weiterbildungsmaßnahmen geben? Oder sind die Fotohändler mit allen Rechten und Pflichten vollkommen gleichgestellt? Können Ringfoto-Händler also auch auf alle Angebote der debitel-Zentrale zurückgreifen, etwa das Händler-Extranet?

Reinhard Krause: Auch in diesem Bereich gilt: Ob Händlerseminare, Shop-systeme, spezielle PoS-Werbemittel – die Ringfoto-Händler kommen in den Genuß sämtlicher unterstützender Vertriebsmittel und -maßnahmen, die debitel im Programm hat. Dazu gehört natürlich auch das Extranet „Händler-

forum“, das wir in das Ringfoto-Informationssystem integrieren werden. Mit Hilfe des Händlerforums sind unsere Vertriebspartner immer auf dem aktuellsten Stand, und über die Schulungsakademie Online haben sie die Möglichkeit, sich bezüglich aller den Tk-Bereich betreffender Fragen ortsunabhängig und individuell weiterzubilden.

**imaging+foto-contact:** Mit zunehmender Verbreitung von Digitalkameras wird die Nachfrage nach schnellen Datenleitungen steigen. Wird es für Ringfoto-Händler, die beispielsweise regelmäßig Bilder von einem Server runterladen oder in ein Foto-großlabor schicken müssen, spezielle DSL-Angebote für das Festnetz geben? Und wird es für Ringfoto-Endkunden besondere, möglicherweise exklusive GPRS- und später UMTS-Angebote für den Mobilfunk geben?

Reinhard Krause: debitel hat sich schon immer dadurch ausgezeichnet, Markttrends sofort aufzugreifen. Sollte sich in diesen Bereichen ein in vermark-



Durch die Kooperation mit dem unabhängigen Service-Provider stehen auch den Ringfoto-Mitgliedern ab sofort die verschiedenen Werbe- und Verkaufsförderungs-mittel von debitel zur Verfügung.

tungstechnischer Hinsicht interessanter Bedarf abzeichnen, werden wir reagieren und entsprechende Produktpakete sowohl für Händler als auch für Endkunden schnüren.

**imaging+foto-contact:** Ringfoto war schon immer im Bereich der Digitalfotografie mit Konzepten zur Vermarktung und der Entwicklung von Angeboten für Verbraucher

aktiv. Erwarten Sie solche Aktivitäten auch für die Vermarktung von Fotos aus Handys? Würden Sie sich beispielsweise spezielle Schulungen zu diesem Thema wünschen?

Reinhard Krause: Wir haben das Thema Bildversand per Handy bereits in unserer letzten Quartalsaktion „Wünsch dir was!“ zur Weihnachtszeit 2002 aufgegriffen: Neukunden hatten bei Abschluß eines Vertrages freie Wahl zwischen 150 freien SMS, 25 Euro Startguthaben oder eben 50 freien MMS. Solche Vermarktungskonzepte wird es auch und vermehrt in Zukunft geben. Nebenbei: Eines unserer Haupt-themen auf der CeBIT 2003 wird das Foto-Messaging sein.

**imaging+foto-contact:** Wie wird sich Ihrer Ansicht nach ganz allgemein das Zusammenwachsen von Fotografie und Telekommunikation auf die Fotobranche auswirken?

Reinhard Krause: Das Verschmelzen von Telekommunikation und digitalen Bilderdiensten bietet dem Kunden ein Riesenspektrum an neuen Anwendungsmöglichkeiten. Für die Fotografie im allgemeinen wird das zur Folge haben, daß auch herkömmliche Bilderdienste wieder mehr in Anspruch genommen werden. Für den Fachhändler liegt die große

Herausforderung darin, als kompetenter Berater Fragen zu einer immer komplexer werdenden Produkt-Palette beantworten zu können und dem Endkunden bei seiner Entscheidungsfindung fachlich versiert zur Seite zu stehen.

**imaging+foto-contact:** Herr Krause, vielen Dank für dieses Gespräch.



Auch der Universal 6 in 1 Reader von Dazzle wird zusammen mit der Bildbearbeitungssoftware OnDVD ausgeliefert.

**Schätzungen zufolge wird bereits im kommenden Jahr der Verkauf digitaler Kameras den der analogen um ein Vielfaches übersteigen. Dabei kommt auch dem Zubehörgeschäft für den Handel eine immer wichtigere Rolle zu. Die Jobo AG bietet ein umfangreiches Sortiment an Hard- und Softwareprodukten an, das den Handel bei diesem so wichtigen Zusatzgeschäft unterstützen möchte.**

Nach Ansicht von Johannes Bockemühl-Simon, Marketingleiter der Jobo AG, wird neben den klassischen Segmenten wie Papier, Film oder Speicherkarten der Verkauf zielgruppengerechter Software ein entscheidender Bestandteil des Handelsgeschäftes von morgen sein. Dabei sei dieses keine entfernte Vision, wie er betont: „Der Handel muß in den nächsten sechs bis zwölf Monaten diese Herausforderung annehmen, will er an diesem Geschäft partizipieren. Nur durch eine Erweiterung des Portfolios kann er seine Kompetenz im Imagemarkt erhalten und ausbauen.“ Bockemühl weiß, wovon er spricht. Schließlich hat sich auch Jobo in den

## Jobo erweitert Portfolio

# Bilder-Software für den Fotohandel

letzten beiden Jahren vom reinen Anbieter analoger Produkte hin zum Handelsunternehmen mit digitaler Kompetenz entwickelt. Diese Erfahrungen möchte das Unternehmen dem Handel zugute kommen lassen: „Wir verstehen uns als Partner des Handels und wollen diesen bei allen Fragen rund um die neuen Produkte sowie die Einführung adäquater Softwareprodukte unterstützen“, führt Bockemühl aus. Jobo bietet Softwareprogramme verschiedener Anbieter an und liefert sie separat oder mit einem ergänzenden Hardwareprodukt aus.

### Dazzle

So ist beispielsweise Dazzle seit Ende letzten Jahres Kooperationspartner der Jobo AG. Hierzu erklärt Bockemühl: „Die qualitätsorientierte Produktpalette mit klar definierten Kundennutzen und einem unabhängigen Marketingprogramm macht Dazzle zu einem idealen Partner für Jobo im deutschen Fotohandel. Besonders die Verbindung aus leistungsfähiger Hardware mit der extrem einfach zu bedienenden OnDVD-Software bietet dem Fachhandel den idealen Einstieg in den immer wichtiger werdenden Softwarebereich.“ Die Zusammenarbeit umfaßt alle Foto-produkte inklusive PC-Card-Reader, PC-Card-Adapter, die Produkte der ZIO-Familie und Desktop-Reader sowie Dazzles Universal 6 in 1 Reader. Alle Reader werden zusammen mit der Foto-Archivierungssoftware OnDVD 2.0 ausgeliefert. Mit dieser benutzerfreundlichen Software von Dazzle liefert Jobo ein einfach zu bedienendes Programm zum Präsentieren digitaler Bilder. OnDVD läßt sich intuitiv bedienen und vereint mehrere Funktionen, welche für die Verwaltung digitaler Aufnahmen wichtig sind. Neben einer Archivierungsfunktion lassen sich Fotos



Johannes Bockemühl-Simon, Marketingleiter der Jobo AG, hält Bildbearbeitungs- und -archivierungs-Software für einen entscheidenden Bestandteil des zukünftigen Handelsgeschäfts.

direkt auf CD brennen und als Diashow auf dem Fernseher präsentieren. Die gefürchteten roten Augen bei Aufnahmen mit dem Blitz können per Software korrigiert werden. Die unverbindliche Preisempfehlung für die Software OnDVD, die Jobo im Bundle mit einem Kartenlesegerät anbietet, beträgt 28,90 Euro. Einzeln hat die Software eine unverbindliche Preisempfehlung von 24,90 Euro.

### TV Foto Album

Jobo's TV Foto Album setzt sich hardwareseitig aus einem Speicherkarten-Leser, einer IR-Fernbedienung und einem IR-Keyboard zusammen. Zum Betrachten digitaler Bilder muß die Speicherkarte in den an das Fernsehgerät angeschlossenen Leser eingelegt werden, und schon kann unter Nutzung der mitgelieferten Software die Bildbetrachtung, -archivierung und -wiedergabe gestartet werden. Anschließend können die Aufnahmen zu einem individuellen Fotoalbum zusammen-





Mit dem TV Foto Album lassen sich ohne Umweg über den PC tolle Diashows zusammenstellen, Bilder bearbeiten und diese bei Bedarf auf Videokassetten abspeichern.

gestellt werden. Dabei steht eine Vielzahl kreativer Bildbearbeitungsfunktionen wie die Drehung von Einzelbildern oder Bildausschnitten, das Erstellen neuer Bildhintergründe, dekorative und spaßige Rahmen sowie die Möglichkeit, mehrere Fotos in ein Bild zu montieren, zur Verfügung. Es besteht auch die Möglichkeit, ausge-



Auch für ungeübte Anwender einfach zu bedienen ist die Bildarchivierungs- und -bearbeitungssoftware StudioLine.

wählte Bilder, Bildausschnitte oder Personen mit Sprechblasen zu versehen und individuell zu beschriften. Bildübergänge können mit interessanten Überblendeffekten belebt werden. Darüber hinaus bietet TV Foto Album die Möglichkeit, das selbst erstellte Fotoalbum auf eine Videokassette zu übertragen. Der Speicherkartenleser ist NTSC- und PAL-kompatibel, kann aber auch über USB an einen PC oder Mac angeschlossen werden. Der empfohlene Verkaufspreis für Jobs Foto Album liegt bei 149 Euro.

## StudioLine

Im März wird Jobo mit „StudioLine von Jobo/H&M“ ein weiteres Programm zum Präsentieren digitaler Bilder auf den Markt bringen. Die Software ist so leicht zu bedienen, daß sie sich selbst PC-unerfahrenen Anwendern schnell erschließt. Die Stärken des Programms liegen in einer intelligenten Archivierung, flexiblen Präsentations- und Druckmöglichkeiten sowie der einfachen und zeitsparenden

Bearbeitung und Beschreibung großer Bildmengen mit Hilfe einer komfortablen Stapelverarbeitungsfunktion.

Mit Hilfe von StudioLine können Tausende von Bildern anhand frei definierbarer Beschreibungsfelder in einer Datenbank verwaltet werden. Fotos können nach den Vorstellungen des Anwenders in unterschiedlichen Ordnern kategorisiert werden. Zahlreiche Beschreibungsfelder sind bereits vorkonfiguriert, z. B. „Bildname“ oder „Copyright“, zusätzlich können vom Anwender aber eigene Felder definiert werden. Mit Hilfe der Suchfunktion kann die schnelle Suche nach Begriffen ebenso wie die erweiterte Suche nach beliebig verknüpften Suchketten und

Neben den Archivierungsfunktionen stellt StudioLine umfangreiche Bildbearbeitungsfunktionen zur Verfügung. Außer einer effektiven Rote-Augen-Korrektur zählt dazu eine automatische TonwertEinstellung, professionelle Filter zur Bildoptimierung und eine umfangreiche Palette an digitalen Effekten.

Alle Veränderungen an einem Bild werden direkt übernommen und gleich



Mit der StudioLine-Software können Aufnahmen nach selbst vergebenen Stichworten in Ordnern archiviert werden. Hier wurden unter dem Begriff „Italien Querschnitt“ Fotos aus verschiedenen Städten Italiens zusammengefaßt.

dargestellt. Die Stapelverarbeitungsfunktion kann eingesetzt werden, um ganze Bilderserien zeitsparend mit dem gleichen Filter oder Filterkombinationen zu bearbeiten.

Bei allen mit den Bildbearbeitungsfunktionen der Software durchgeführten Aktionen bleibt stets das Originalbild erhalten, so daß jeder Arbeitsschritt auch wieder rückgängig gemacht werden kann.

Über das Programm stehen dem Anwender auch diverse Möglichkeiten der Bilder-Präsentation zur Verfügung.

So können mit wenigen Schritten Fotoserien in einer Diashow am Computer dargestellt, über die integrierte FTP-Anbindung automatisch eine Fotogalerie auf einer Webseite publiziert oder Bilder per E-Mail an Bekannte und Freunde weiterverschickt werden.

Die StudioLine Software hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 89 Euro.



Der Screenshot zeigt, wie mit Hilfe der Filterfunktionen Fotos verbessert werden können, und das gleich stapelweise.

Zeichenfolgen durchgeführt werden. Zur zeitsparenden Kategorisierung vieler Bilder können Beschreibungen einfach per Mausklick auf alle ausgewählten Bilder übertragen werden.

höl

# Empfehlung für 2003: „Wer überwindet, der gewinnt“

Goethe läßt in seinem „Faust“ den Mephisto folgenden Satz sagen: „Er sprach: So ist man recht gesinnt! Wer überwindet, der gewinnt.“ Damit meine ich heute die führenden Politiker aller Parteien, die doch von Berufs wegen weniger die Aufgabe haben (sollten), die eigene Macht und Partei zu stärken, als sich für das Wohlergehen des ganzen deutschen Volkes einzusetzen.

Natürlich zählen zu den Politikern mit viel Macht auch Menschen wie Herr Bsirske als Vorsitzender der Gewerkschaft Verdi, der aus meiner Perspektive heute mehr Macht hat als jeder andere Politiker, weil es ihm mit seiner Strategie und Demagogie möglich ist, daß viele Millionen Menschen in ganz Deutschland beinahe bewegungsunfähig gemacht werden können, wenn die 3,4 Millionen Mitglieder seinem Ruf zu streiken folgen, so daß dadurch rund 20 Millionen andere Arbeitnehmer geschädigt oder zumindestens stark behindert werden.

Eigentlich ist es schade, daß es diesmal nicht zum Streik gekommen ist bei der Tarifaueinandersetzung der Verdi-Gewerkschaft mit den Vertretern des öffentlichen Dienstes. Dann wäre jedem Bürger im Lande sehr schnell klar geworden, daß sich die Macht der Verdi-Gewerkschaft unter Herrn Bsirske zu einem Krebsgeschwür der deutschen Wirtschaft entwickelt hat, worunter eigentlich jeder in unserem Lande mehr oder weniger leidet oder noch leiden wird.

2,5 Milliarden kostet den Bund, die Länder und die Städte diese Lohn-erpressung, die viele noch Angestellte

bei den Behörden mit Arbeitslosigkeit bezahlen werden müssen.

Daß vor allen Dingen den schwach und unterbezahlten Mitarbeitern des öffentlichen Dienstes mehr Geld zugestanden werden sollte, wird kaum jemand ernstlich bei dem hohen Lebensstandard, den wir haben, bestreiten können; und von Idealismus und der Bereitschaft, helfen zu wollen, kann auch keine Krankenschwester satt werden. Aber da liegen wohl die Versäumnisse der Unterbezahlung schon in der Vergangenheit. Daß es Herrn Schily bei allem Verhandlungspoker, wie er der Öffentlichkeit serviert wurde, relativ leicht gefallen sein muß, den ausgehandelten „Kompromiß“ zu unterschreiben, liegt daran, daß er als SPD-Minister natürlich alles tun mußte, um seinem Bundeskanzler vor den Wahlen in Hessen und Hannover auf jeden Fall eine große Streikwelle in Deutschland zu ersparen (ob es was nutzen wird, werden wir ja bald sehen). Jedenfalls hat die Verdi-Gewerkschaft allen wirtschaftlichen Gründen zum Trotz Lohn- und Gehaltserhöhungen im öffentlichen Dienst durchgesetzt, die nach Meinung der meisten Wirtschaftsfachleute weitere Arbeitsplätze kosten werden. Ich finde es ganz schlimm, daß es die Bsirskes und Co. offensichtlich gar nicht interessiert, ob ihre Verhandlungsergebnisse zu noch mehr Arbeitslosen führen. Man kann nur hoffen und wünschen, daß möglichst viele Bundesländer dem Beispiel Berlins folgen und den Ausstieg aus dem Arbeitgeberverband wagen.

Aus der Perspektive des Einzelhandels kann man natürlich positiv

feststellen, daß eine größere Zahl von Bundesbürgern, entgegen allen Steuer- und Sozialkostenerhöhungen, ein paar Euro mehr am Monatsende im Portemonnaie haben wird, was somit die allgemeine Kaufkraft stärken wird. Als weiteren positiven Punkt sollten wir frei nach Goethe „Wer überwindet, der gewinnt“ den CDU-CSU Parteien ins Stammbuch schreiben, daß sie nicht, wie Herr Lafontaine mit der Verhinderung der Steuerreform vor Antritt unserer derzeitigen Koalitionsregierung, nun ihrerseits ähnlich verfahren und blockieren, sondern daß sie sich überwinden, der Regierung bei wirtschaftlich vernünftigen Maßnahmen und sozialen Einsparungen ernstlich Schützenhilfe zu leisten. Auch wenn im Augenblick das Argument „Die Schröder-Regierung muß weg“ erst einmal ad acta gelegt werden sollte, zugunsten einer positiven wirtschaftlichen Entwicklung Gesamtdeutschlands, damit wir vom letzten Platz im wirtschaftlichen Europa wegkommen und wieder ein ordentliches Zugpferd werden, damit es viel weniger Arbeitslose gibt und mehr Vertrauen auf der Unternehmerseite entsteht für mehr Investitionen und wirtschaftliches Risiko.

Meinen vorjährigen Wirtschaftspolitischen Kommentar in ifc 1-2/2002 habe ich mit dem Satz beendet: „So bleibt mir zum Schluß nur zu hoffen, daß wir in Deutschland mit dem Euro zu jener individuellen Freiheit kommen, die notwendig ist, um auf der Unternehmerseite die Risiken für die Einstellung weiterer Mitarbeiter geringer werden zu lassen.“ Dem habe ich auch dieses Mal nichts hinzuzufügen. *H. J. Blömer*



# Verkaufstraining und Fotopraxis Weiterbildung beim Photo+Medienforum

**In den kommenden Wochen starten beim Photo+Medienforum in Kiel wieder verschiedene Weiterbildungsmaßnahmen für die Mitarbeiter des Fotohandels. Angeboten werden neben dem Fachseminar „Einstieg in die Fotobranche“ unter anderem auch Verkaufstraining I und Digitale Fotografie I.**

Das Seminar „Einstieg in die Fotobranche“ wendet sich an Neueinsteiger, Branchenfremde, Fotografen und Fotolaboranten, die im Verkauf oder am Minilab eingesetzt werden, sowie an Auszubildende. In fünf Tagen vermitteln die Trainer Michael Nagel oder Heinz Reese die notwendigen Grundkenntnisse des Fotosortiments in Theorie und Praxis, um diese dann in Nutzenargumentation umzusetzen. Die Teilnehmer fotografieren und bearbeiten ihre Filme am Minilab. Die Erhöhung der Verkaufsmotivation und die Sicherheit im Verkaufsabschluß werden durch ein integriertes Verkaufstraining mit Videoeinsatz unterstützt. Zu den Themen gehören außerdem die Chancen und der Nutzen der Bildertheke, die Möglichkeiten der Blitztechnik mit Sucherkameras, Entscheidungshilfen für analog oder digital im Verkaufsgespräch oder die Unterschiede und Ausstattungsmerkmale von Kompaktkameras.



*Die Ausbildung beim Kieler Photo+Medienforum erfolgt unter anderem an hervorragend ausgestatteten Computerarbeitsplätzen.*

Das Seminar findet von Montag, 24.03., neun Uhr, bis Freitag, 28.03., 14 Uhr, in Kiel statt. Übernachtung und Verpflegung der Teilnehmer im angeschlossenen Wohnheim sind bei freien Kapazitäten möglich. Die Teilnahmegebühr beträgt 560 Euro für Mitglieder des Schulvereins, Nichtmitglieder zahlen 610 Euro. Im Preis enthalten sind Material, Seminarunterlagen und -verpflegung. Fotohändler, Fotofachverkäufer sowie Fotografen, die im Verkauf arbeiten und über produktspezifisches Wissen verfügen, lernen im Seminar „Verkaufstraining I“ Tricks aus Psychologie und Kundenmotivation. Das Wahrnehmen von Kundenwünschen wird ebenso thematisiert wie die Vorteils-/Nutzenargumentation, erfolgreiche Abschlußtechniken und der gezielte Umgang mit Rabatt- und Schnäppchenjägern. Das Seminar soll die natürlichen Fähigkeiten der Teilnehmer wecken und ihnen Selbstvertrauen und Sicherheit geben. Rund um das Thema Kamera- und Bilderverkauf, analog und digital, werden wichtige Verkaufssituationen des All-

tags unter Einsatz von Videotechnik trainiert. Das Seminar findet am 9./10.03. in Hamburg, am 30./31.03. in Stuttgart, am 11./12.05. in Köln und am 29./30.06. in Hamburg statt. Die Teilnahmegebühr beträgt 310 Euro für Mitglieder des Schulvereins, Nichtmitglieder zahlen 360 Euro.

Das Seminar „Digitale Fotografie I“, mit dem Fotohändler und Fotofachverkäufer angesprochen werden, will die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von analoger und digitaler Fotografie deutlich machen. Die Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden, ihren Kunden die Möglichkeiten und den Spaß an der Digitalfotografie näherzubringen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Beantwortung der Frage, wie der Kunde ohne Computer zu seinem Foto kommt. Dabei kommen auch die notwendigen Grundbegriffe und das erforderliche Zubehör nicht zu kurz. Das Seminar findet am 31.03./01.04. in Kiel statt. Die Teilnahmegebühr beträgt 310 Euro für Mitglieder des Schulvereins, Nichtmitglieder zahlen 360 Euro.

**Alle Veranstaltungen der kommenden Monate sind im Jahresprogramm 2002/2003 übersichtlich zusammengefaßt.**

**Dies ist zu haben bei:**

**Photo+Medienforum Kiel,  
Feldstraße 9–11, 24105 Kiel,  
Telefon 0431/5797-0,  
Telefax 0431/562568, E-Mail  
mail@photomedienforum.de.**

**Informationen gibt es darüber hinaus auch im Internet unter  
www.photomedienforum.de.**



Ulrich Vielmuth

# Phänomen Casablanca

Ich erinnere mich noch gut, es muß so im Jahre 1996 gewesen sein, als ein begeisterter Hobbyfilmer mich anrief und mir von seinen positiven Erfahrungen mit dem neuartigen Casablanca-Schnittsystem berichtete. Ich kannte es bis dato nur aus der Fachpresse, hatte noch keine eigene Meinung. Doch als dann einige Zeit später mein engagiert

hobbyfilmender und vor allem nachbearbeitender Nachbar im Dorf so ein Gerät anschaffte, habe ich mich von diesem nach außen wie ein ganz normaler Videorecorder aussehenden „Schnittrecorder“ begeistern lassen. Nur mit einem „Trackingball“ (als Maus-Ersatz) bewaffnet, konnten nun im bequemen Wohnzimmeressel die Camcorder-Kassetten nachbearbeitet werden.

Die Casablanca-Philosophie: Auch ohne PC die Vorteile computergestützter Videonachbearbeitung zu ermöglichen, inklusive Betitelung, Effektübergänge und Tonmischung. Also alles in einem Gerät.

Neben Casablanca mit einer Festplatte brauchte man nur noch ein Fernsehgerät und den Camcorder (Recorder). Schon war das eigene Videostudio komplett.

Der Zeitpunkt der Markteinführung war damals klug gewählt, weil gut ein Jahr vorher das DV-System zur IFA 1995 präsentiert worden war. Das Hobby Filmen war also digital und damit gleichzeitig ernstzunehmend besser geworden. Bildqualität fast wie bei den Profis. Hi8 und S-VHS mußten dagegen verblassen.

Jörg Sprave, Vorstandsvorsitzender der MacroSystem Digital Video AG in Wetter: „Unser Konzept, ein Komplettsystem zu entwickeln, welches unabhängig von einem PC oder PC-ähnlichen Betriebssystemen arbeitet, ist in den vergangenen Jahren voll aufgegangen. Mittlerweile hat MacroSystem über 70.000 Systeme in der ganzen Welt verkauft, und Casablanca entwickelte sich zu einer etablierten Marke, mit der wir auch international Marktführer bei Komplettsystemen sind.“

Nun ist seit einigen Monaten mit „Prestige“ die dritte Generation der Casablanca-Produktlinie auf dem Markt. Grund genug, das Gerät einmal näher zu beleuchten.

Das Besondere: Ganz im Trend bietet „Prestige“ schon in der Grundausstattung durch einen integrierten DVD-Writer die Möglichkeit, eigene DVDs zu erstellen. Dank DVD-Dicon werden Videodaten in Echtzeit in das DVD-Format umgewandelt. Ermöglicht wird dies durch eine hardwaregestützte MPEG-2 Komprimierung, die bis zu zwanzigmal schneller arbeitet als software-basierende Lösungen am PC. Die so selbst bespielten DVDs sollen sich auf nahezu jedem gängigen DVD-Player abspielen lassen.

Auch sind die vielfachen Wünsche der Anwender erhört worden: Die Bedienung ist durch zusätzliche Front-Eingänge komfortabler, so daß ein Überspielen der Daten vom Camcorder auf das Gerät einfacher geworden ist.

Digital wie analog. Die in der Kapazität großzügig bemessene 80 GB-Wechselplatte schafft es jetzt, ungefähr sechs Stunden Videofilm im DV-Format zu speichern. Wechselplatte bedeutet, daß verschiedene Benutzer – wie zum Beispiel in einem Videoclub – mit ihrer persönlichen Festplatte an dem Gerät nachbearbeiten können. Entsprechende Wechselrahmen werden von MacroSystem angeboten. So kann die Speicherkapazität unbegrenzt erweitert werden.

Casablanca „Prestige“ verfügt über zwei DV- bzw. i.Link-Ein-/Ausgänge. Das ermöglicht direktes Einlesen der Daten von einer Digicam oder einem Digitalvideorecorder. Ohne weitere Wandlung werden die Daten voll digital auf der Festplatte gespeichert, der guten Bildqualität zuliebe. Darüber hinaus können analoge Daten in einen Film eingespielt werden. Auch in der Ausgabe (der Daten) hat man freie Hand: Analog auf Video oder über DV-Schnittstelle auf ein Digitalband.

Viel Neues hat sich bei der Tonbearbeitung getan. Er kann nun abgekoppelt und separat bearbeitet werden. Das heißt gefiltert, in der Lautstärke angehoben oder von Stereo in Mono umgewandelt werden. Auch der direkte Anschluß eines Mikrofons an der Frontseite für den Kommentar macht keine Umstände. Er kann nun parallel zum laufenden Video aufgesprochen werden.

## Smart Edit

„Prestige“ ist mit neuer Software namens „Smart Edit“ ausgestattet und einer komplett überarbeiteten Software-Oberfläche, die als besonders gelungen angesehen werden kann. Schön für Einsteiger! Dabei ist aber das bewährte Bedienkonzept nicht verändert worden. Das Design ist nun frischer, moderner.

Das Hauptmenü erlaubt einen klaren Überblick, so daß in alter Casablanca-Manier Schritt für Schritt beim Schnitt vorgegangen werden kann. In einem Untermenü ist jeder Bedienschnitt vorgegeben. Also null problemo auch bei Einsteigern. Die Berechnung von rechenintensiven Effekten und Titeln ist beschleunigt worden. Viele 2-D-Effekte werden in Echtzeit dargestellt und sind damit direkt nach dem Einfügen in das Storyboard abspielbar.

Wem Casablanca „Prestige“ mit seinem UVP von 3.100,- Euro für den Anfang zu teuer ist, dem empfiehlt Jörg Sprave: „Unser Einsteigermodell Casablanca Avio zum UVP von 999,- Euro ist ideal für alle, die Videofilmen als Hobby betreiben und für diejenigen, die den Ein- bzw. Umstieg in den digitalen Schnitt finden möchten.“

Und weiter ist er optimistisch, was die Zukunft der Schnittbearbeitung beim Hobby Filmen betrifft: „Wir haben den Trend Richtung DVD frühzeitig erkannt und unsere Produkte dementsprechend gut positioniert. Die Aufnahme auf Videobänder wird weiter zurückgedrängt. Computer- und Video- sowie Audiotechnik dürften in Zukunft immer mehr zusammenwachsen.“

## Mein Fazit:

Wer als Hobbyfilmer mit dem PC auf Kriegsfuß steht, hat mit Casablanca „Prestige“ ein modernes, komplettes Videostudio mit (fast) allen kreativen Möglichkeiten in einem Gerät.



## AF-S VR Zoom-Nikkor 70-200 mm/2.8 G IF-ED

Die Markteinführung des neuen VR Zoom-Nikkor 70-200/2.8 G IF-ED mit integriertem Bildstabilisator, dessen Entwicklung bereits vor gut einem Jahr angekündigt worden war, steht kurz bevor. Voraussichtlicher Verkaufsstart für die schwarze Ausführung ist März. In hellgrauer Version wird es zirka sechs Monate später erhältlich sein. Das neue Objektiv ist das erste Nikkor der AF-S Reihe mit einem Bildstabilisator, der äußerst wirksam Verwacklungunschärfe verringert und den Einsatz von bis zu drei Blendenstufen längeren Verschlusszeiten erlaubt. Als Neuheit verfügt das Objektiv neben dem normalen Verwacklungsausgleich für die Freihandfotografie zusätzlich über eine VR-Betriebsart „Active“, die speziell auf den Ausgleich bzw. die Reduzierung von starken Schwingungen optimiert ist, wie sie zum Beispiel beim Fotografieren aus einem Fahrzeug oder aus dem Hubschrauber auftreten. Das Objektiv wurde auf die Anforderungen professioneller Fotografen abgestimmt. Gleich fünf ED-Gläser sorgen für hervorragende Schärfe und Farbwiedergabe. Der Magnesiumtubus bietet geringes Gewicht und lange Haltbarkeit, und der Feuchtigkeits- und Staubschutz

wurde weiter verbessert. Ein stabiler und schnell abnehmbarer Stativanschluß ist vorhanden. Außergewöhnlich für ein kompaktes Teleobjektiv ist laut Nikon die hohe Lichtstärke von 2.8, über die das Objektiv im gesamten Zoombereich verfügt. Die unverbindliche Preisempfehlung für das neue Objektiv lautet 2.299 Euro. Zum Lieferumfang gehören eine Gegenlichtblende und eine Objektivtasche.

## Novoflex MagicStudio erleichtert Produktfotos

Für alle, die schnell und einfach Produktaufnahmen in professioneller Qualität machen möchten, zum Beispiel für Versteigerungen im Internet oder zur Katalogisierung von Sammlerstücke, hat Novoflex den Aufnahmetisch Magic Studio entwickelt. Dabei handelt es sich



## Pentax Espio mit extremer Weitwinkelbrennweite 24 mm

Mit der Pentax Espio 24EW Date kommt im Februar eine vollautomatische Kleinbild-Kompaktkamera auf den Markt, die sich mit ihrer extremen Weitwinkel-Einstiegsbrennweite von 24 mm besonders für Gruppenaufnahmen, weiträumige Landschaftsfotos oder Bilder in engen Räumen eignet. In der Telestellung zoomt das SMC Pentax Hochleistungsobjektiv mit der Lichtstärke 1:4,9-12,5 bis 105 mm. Weiteres Kennzeichen der Kamera ist das passive, siebenstufige Autofokussystem, das auch die Einstellungen unendlich und Spot-AF erlaubt. Der Verschluss arbeitet je nach eingestelltem Modus mit Belichtungszeiten zwischen 1/400 Sekunde und fünf Minuten. Die Pentax Espio 24EW Date besitzt ein integriertes Blitzgerät mit mehreren Funktionen, darunter automatische Einschaltung bei Gegenlicht und Reduzierung des Rote-Augen-Effektes. Nach dreiminütigem Nichtgebrauch (bzw. nach fünf Minuten bei Einsatz der Fernsteuerung) wird das Objektiv automatisch in das Gehäuse eingezogen und die Kamera schaltet sich ab. Der Selbstauslöser mit zehn Sekunden Vorlaufzeit und eine kabellose Infrarot-Fernbedienung mit einer Verzögerungszeit von drei Sekunden runden die Ausstattung ab. Die Kamera hat die Abmessungen 113 x 62 x 41 mm.



**JOBBO FOR YOUR BEST IMAGE**

JOBBO TEL. 02281/545-0

**PROFIT MIT SOFTWARE**  
 StudioLine von JOBBO/H&M für Einsteiger und Profis

Getestet von  
 ComputerFoto - **Sehr gut**  
 Pcgo - **Sehr gut**  
 AGFAnet - **benutzerfreundlich**  
 PC Praxis - **verwaltet nicht nur intelligent...**  
 CHIP... - **"Sicher wie ein Tresor"**

- Verwaltet Bilder auf der Festplatte
- Bildbearbeitung vom Feinsten
- Präsentationen im TV, Web, Druck und E-Mail.

**WWW.JOBBO.COM**

um flexible Kunststoffplatten, deren Biegung sich mit Hilfe von Perlschnüren den Motiven und Aufnahmebedingungen anpassen läßt. MagicStudio gibt es in den Größen 60 x 30 cm und 100 x 50 cm. Die Platten sind in mattem Weiß für Auflicht oder in Opak für Durchlicht lieferbar. Die opake Ausführung kann sowohl als Aufnahmeplatte als auch als Lichtwanne eingesetzt werden. Als Zubehör stehen ein Aufnahmetisch für Durchlichtaufnahmen, kompakte und flexible Klemmstative sowie Dauerlicht- und Blitzbeleuchtungen zur Verfügung. Für den Transport von MagicStudio gibt es eine kompakte Tasche aus leichtem und strapazierfähigem Material.

## Raynox Telekonverter für Digitalkameras

DCR-1540 Pro heißt ein neuer Telekonverter für Digitalkameras, den Raynox in diesen Tagen in den deutschen Markt einführt. Er hat den Brennweitenfaktor 1,54, wird aus vier Linsen aus hochwertigen optischen Gläsern gefertigt und zeichnet sich nach Angaben des Herstellers durch einen großen Durchlaß zur Vermeidung von Vignettierung sogar bei lichtstarken Zoomobjektiven und außergewöhnlich gute Schärfe aus. Der Konverter, der für eine Vielzahl von Kameramodellen lieferbar ist, hat ein Anschraubgewinde M 52 und ein Filtergewinde M 67. Er hat die Abmessungen von 71 mm (maximaler Durchmesser) x 67 mm (Länge). Sein Gewicht beträgt 240 Gramm.

### Fehlgriff

Es hört nicht auf. Das Rabattgesetz ist zwar Geschichte, es gibt aber immer noch feine Unterschiede zwischen Rabatt und Sonderveranstaltung. Wer mit „Noch einmal. Diese Woche: 10% auf alle Warengruppen“ wirbt, der macht eben nicht für einen Rabatt Reklame, sondern für eine unzulässige Sonderveranstaltung. Und das, sagt das LG Dresden, ist verboten (Urteil vom 31.7.2002 – 44 O 29/02).

### Deckungslücke

Altersteilzeit ist nicht jedermanns Sache. Mitarbeiter bekommen oft nicht genug dabei heraus, Arbeitgeber müssen vielfach zuzahlen. Und wenn der Altersteilzeiter zu allem Überfluß Zicken macht, weil er wegen der Steuerprogression am Jahresende zu viel Steuern bezahlen muß? Dann umfaßt das Arbeitgeberversprechen, das Altersteilzeitentgelt aufzustocken, nicht notwendig auch diesen „Fehlbetrag“ (BAG – Urteil vom 25.6.2002 – 9 AZR 155/01).

### Sparaufruf

Im Einzelhandel soll der Händler handeln (und nicht der Kunde). Nun ist das Leben erfinderisch, und harte Zeiten erfordern harte Maßnahmen. Da klebte zum Beispiel einer sein Schaufenster mit blickdichter Folie und dem Hinweis: „... zum Discount-Preis. 10 % 20 % 30 %. Handeln Sie mit uns.“ Das gefiel dem LG Bochum überhaupt nicht. Die Richter aus dem Kohlenpott beanstandeten diese Werbung als unzulässige Sonderveranstaltung i.S. des § 7 Abs. 1 UWG (Beschluß vom 3.4.2002 – 17 O 48/02).

### Formfehler

Das BGB enthält für bestimmte Verbraucherverträge in § 355 Abs. 1 ein Widerrufsrecht. § 355 Abs. 2 Satz 1 BGB schreibt dafür eine Belehrung in Textform vor. Erst dann, wenn dem Verbraucher diese Widerrufsbelehrung mitgeteilt worden ist, fängt seine Widerrufsfrist an. Der selbstgestrickte Belehrungszusatz, die Frist beginne „nicht jedoch, bevor die auf Abschluß des Vertrags gerichtete Willenserklärung vom Auftraggeber abgegeben wurde“, entspricht dem Deutlichkeitsgebot des § 355 Abs. 2 Satz 1 BGB nicht (BGH – Urteil vom 4.7.2002 – I ZR 55/00).

## Im Focus: Wenn's wieder garantiert wird...

Zu viel versprechen darf man im **Geschäftsleben** nicht. Schon gar nicht nach der letzten Schuldrechtsreform. Es ist nämlich nicht alles einfacher geworden. Na, nun sind ja auch noch nicht alle wach...

Der Gesetzgeber hat mit besorgtem Weitblick einen neuen § 443 ins BGB geschrieben. Darin gibt er die Basics für eine **Beschaffenhheits- und Haltbarkeitsgarantie** vor. Eine Garantie, die alle Arten von Verkäufen betrifft. Das heißt sowohl den B2B- als auch den B2C-Bereich. Verstanden?

Okay, im Grunde ist das gar nicht so schwierig. B2B meint business to business, das Verhältnis von Groß- zu Einzelhändler. B2C bedeutet business to customer, will heißen: vom **Einzelhändler zum Kunden**. So, und für alle steht in § 443 Abs. 1 BGB: „Übernimmt der Verkäufer oder ein Dritter eine Garantie für die Beschaffung der Sache oder dafür, daß die Sache für eine...

...bestimmte Dauer eine bestimmte Beschaffenheit behält (Haltbarkeitsgarantie), so stehen dem Käufer im Garantiefall unbeschadet der gesetzlichen Ansprüche die Rechte aus der Garantie zu den in der Garantieerklärung und der einschlägigen Werbung angegebenen **Bedingungen** gegenüber demjenigen zu, der die Garantie eingeräumt hat.“ Und ganz exklusiv für den Verbrauchsgüterkauf an den Endkunden sieht § 477 Abs. 1 BGB sogar eine...

...spezielle Form vor: „Eine Garantieerklärung (§ 443 BGB) muß einfach und verständlich abgefaßt sein. Sie muß enthalten 1. den Hinweis auf die gesetzlichen Rechte des Verbrauchers sowie darauf, dass sie durch die Garantie nicht eingeschränkt werden, und 2. den Inhalt der Garantie und alle wesentlichen Angaben, die für die **Geltendmachung der Garantie** erforderlich sind, insbesondere die Dauer und den räumlichen Geltungsbereich des Garantieschutzes sowie Namen und Anschrift des Garantiegebers.“ Zudem kann...

...der Verbraucher verlangen, daß ihm die Garantieerklärung in Textform mitgeteilt wird (§ 477 Abs. 2 BGB). Wird eine der Vorgaben aus § 477 Abs. 1 und Abs. 2 BGB nicht erfüllt, wird die Wirksamkeit der Garantieverpflichtung dadurch nicht berührt (§ 477 Abs. 3 BGB). Das heißt der Garantiegeber bleibt auch dann in der Pflicht, wenn er seine Garantieerklärung bloß mündlich gibt oder bei der Angabe der gesetzlichen **Rechte des Verbrauchers** schludert. § 477 Abs. 3 BGB will eben sicherstellen, daß sich der Garantiegeber nicht durch Weglassen aus der Verantwortung stiehlt. Das widerspräche dem Verbraucherschutz.

### Fehlkalkulation

Nun weiß ja mittlerweile jeder, daß sich ein Händler ausreichend mit Sonderangeboten bevorraten muß. Läßt er den Kunden auflaufen und hat nur ein paar Teile geordert, besteht für ihn die Gefahr, wegen Irreführung abgemahnt zu werden. Da bewarb einer einen günstigen CD-Recorder. Ein Testanrufer erkundigte sich nach dem Gerät. Der Händler sagte ihm, obwohl schon vorrätig, daß es noch nicht eingetroffen sei. Wettbewerbsrechtlich relevante Irreführung? Der BGH meint nein (Urteil vom 27.6.2002 – I ZR 19/00). Die falsche Auskunft lockte den Kunden ja nicht ins Geschäft. Im Gegenteil: Sie hält ihn geradezu ab.

### Nutzungsänderung

Immer dieser Streß mit den neuen Medien. Dabei ist doch alles so einfach. § 31 Abs. 4 UrhG sagt: „Die Einräumung von Nutzungsrechten für noch nicht bekannte Nutzungsarten sowie Verpflichtungen hierzu sind unwirksam.“ Und wenn aus einem Spielfilm eine DVD gepreßt wird? Dann ist das keine unerlaubte Verwertung, wenn zuvor bereits das herkömmliche audiovisuelle Home-Video-Verfahren vereinbart war. Die DVD ist keine technisch und wirtschaftlich eigenständige neue Benutzungsart i.S. des § 31 Abs. 4 UrhG (OLG München – Urteil vom 31.10.2002 – 6 U 5487/01).

**Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt**





# NACHTRAG 5

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

[www.cat-verlag.de](http://www.cat-verlag.de)



## Digital-Shop



### Pentax Optio S

Digitale Kompaktkamera mit 3,2 Megapixeln, integriertem Zoomobjektiv, Autofokus und Automatikblitz.

#### Technische Daten:

<b>Bildsensor:</b>	1/2,5 Zoll Zeilentransfer-CCD mit Primärfarbenfilter
<b>Auflösung/Pixel:</b>	3,34 Mio. (gesamt), 3,2 Mio. (effektiv)
<b>Farbtiefe:</b>	10 Bit x 3 Farben
<b>Speichermedien:</b>	intern ca. 11 MB sowie wechselbare SD- und Multimedia-Card
<b>Dateiformate:</b>	Standbild: JPEG (Exif 2.2), DCF, DPOF, Video: AVI (12 Bilder/Sek. mit Ton), Sound: WAV (ADPCM)
<b>Empfindlichkeit:</b>	automatisch, Festeinstellung (ISO 50/100/200)
<b>Objektiv:</b>	2,6 - 4,8 / 5,8 - 17,4 mm (entspricht 35 - 105 mm bei KB)
<b>Optischer Aufbau:</b>	6 Elemente/5 Gruppen mit zwei beidseitig asphärischen Elementen
<b>Digitalzoom:</b>	1fach bis 2fach
<b>Scharfeinstellung:</b>	7-Feld-Autofokus und Spot-AF, manuell / Unendlich-Modus
<b>Verschlusszeiten:</b>	1 bis 1/2000 Sekunde
<b>Energieversorgung:</b>	Lithium-Ionen-Akku, AC-Adapter (Zubehör)
<b>Abmessungen:</b>	83 x 52 x 20 mm (BxHxT)
<b>Gewicht:</b>	115 Gramm (betriebsbereit)
<b>UVP:</b>	499,- Euro
<b>Liefertermin:</b>	voraussichtlich ab März 2003



### Sanyo VPC-AZ3EX

Elegante und kompakte 4-Megapixel-Kamera mit reichhaltiger Ausstattung.

#### Ausstattungsmerkmale:

- Vier Millionen effektive Pixel, Echtzeit-Interpolation auf acht Megapixel.
- Superscharfer 1,5 Zoll LCD-Monitor.
- Hochwertiges Edelstahlgehäuse in kompakter Größe.
- 3fach optisches Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 37 bis 111 mm (bei Kleinbild) und einer Lichtstärke von 2,7 bis 4,9.
- Einfache Menüführung durch alle wichtigen Kamerafunktionen.
- Makro-Modus.
- Integriertes Mikrofon.
- Videoclips mit Audioaufzeichnung.
- Leistungsstarker Lithium-Ionen-Akku.
- Webcam-Funktion.
- Datenspeicherung auf CompactFlash oder IBM Microdrive.
- USB Direct-Print.
- EXIF-Print-kompatibel.
- Schnelle Aufnahmebereitschaft in nur 1,7 Sekunden.
- Serienfunktion mit bis zu neun Bildern in höchster Auflösung.

#### UVP:

#### Lieferumfang:

649,- Euro  
Lithium-Ionen-Akku mit Ladegerät, USB-Kabel, 16 MB CompactFlash Karte, Schutztasche, Handschlaufe, Sanyo Utility Software: USB-Treiber für Windows 98/PC Kamera-Treiber, Ulead Photo Explorer 7.0SE, Real Color Equalizer 3.0 on PC, QuickTime 5.



## Olympus µ [mju:] 400 Digital

Kompakte, digitale Sucherkamera mit 4-Megapixel-CCD-Sensor und optischem 3fach Zoom.

<b>Bildsensor:</b>	1/2,5-Zoll CCD mit 4,23 Millionen Pixeln (4,07 Millionen effektiv)
<b>Empfindlichkeit :</b>	automatisch (ISO 80 bis ISO 320)
<b>Speichermedium:</b>	auswechselbare xD-Picture Card (16, 32, 64, 128 und 256 MB)
<b>Aufzeichnung:</b>	<u>Standbild:</u> JPEG (DCF-System), Exif 2.2 <u>Videobild:</u> Quick Time Motion JPEG
<b>Sucher:</b>	optischer Realbildsucher
<b>LCD-Monitor:</b>	1,5 Zoll-Farb-TFT-LCD (134.000 Pixel)
<b>Objektiv:</b>	3,1 - 5,2 / 5,8 - 17,4 mm (35 - 105 mm KB); 5 Elemente in 3 Gruppen / 3 asph. Linsen
<b>Scharfstellung:</b>	TTL-Autofokus (Kontrastvergleichssystem)
<b>Aufnahmedistanz:</b>	20 cm bis unendlich (Nahaufnahme) 50 cm bis unendlich (Standard)
<b>Digitaltele:</b>	1fach bis 4fach stufenlos, 5fach im VGA-Modus
<b>Verschlusszeiten:</b>	1/2 bis 1/1.000 Sekunde
<b>Meßsystem:</b>	digitales ESP-Meßsystem, Spotmessung
<b>Belichtung:</b>	Programmautomatik; Aufnahmeprogramme: Porträt, Selbstporträt, Nachtaufnahme, Landschaft, Landschaft plus Porträt
<b>Korrektur:</b>	±2 EV in 1/3 Stufen
<b>Weißabgleich:</b>	vollautomatisch TTL, voreingestellt: Wolken, Sonnen-, Kunst- und fluoreszierendes Licht
<b>Blitzfunktionen:</b>	Auto (automatische Zuschaltung bei geringer Helligkeit und Gegenlicht), Fill-in, Rote-Augen-Reduktion, Off
<b>Reichweite:</b>	0,2 - 4,0 m (Weitwinkel), 0,2 - 2,5 m (Tele)
<b>Leitzahl:</b>	ca. 7,8
<b>Besonderheiten:</b>	Selbstausröser (12 Sekunden), Kalender (Datum/Zeit) bis zum Jahr 2099 programmiert, DPOF-Einstellung, mehrsprachiges Menü (Deutsch/Englisch/Französisch/Spanisch), Sequenzaufnahmen (4 Bilder bei 1 Aufnahme pro Sekunde im HQ-Modus), Bildoptimierung (TruePic, Pixel Mapping), spezielle Aufnahmefunktionen (Panorama, 2 in 1), digitale Bildbearbeitung (Resize, Sepia, Schwarz-Weiß), Videobearbeitung (Index)
<b>Anschlüsse:</b>	USB, DC, Video-Out (PAL oder NTSC)
<b>Stromversorgung:</b>	Lithium-Ionen Akku + Netzadapter
<b>Abmessungen:</b>	99 x 56 x 33,5 mm (BxHxT)
<b>Gewicht:</b>	165 Gramm (ohne Akku und xD-Card)
<b>Lieferumfang:</b>	Trageriemen, 16 MB xD-Picture Card, USB-/ Videokabel, Akku, Ladegerät mit Kabel, Fernbedienung, Software
<b>Liefertermin:</b>	voraussichtlich ab April 2003



## Fujifilm FinePix M603

Zusätzlich zu ihren fotografischen Fähigkeiten bietet die FinePix M603 eine MotionPhoto-/Videoaufzeichnung im VGA-Vollformat. Mit einem 1 GB-Microdrive kann die Kamera ca. 15 Minuten Video aufnehmen - im Modus von 640 x 480 Pixeln und 30 Bildern pro Sekunde - beziehungsweise ca. 30 Minuten bei 15 Bildern pro Sekunde.

<b>CCD:</b>	1/1,7 Zoll-Super CCD/3,3 Millionen Pixel
<b>Bilddateigröße:</b>	2832 x 2128, 2048 x 1536, 1280 x 960, 640 x 480 Pixel effektiv 3.1 Mio. Pixel
<b>Auflösung:</b>	effektiv 3.1 Mio. Pixel
<b>Farbtiefe:</b>	24 Bit optimiert (intern 36 Bit)
<b>Dateiformat:</b>	JPEG (exif) mit 3 Komprimierungsstufen, Motion JPG-AVI
<b>Speichermedium:</b>	Dual-Slot für xD-Picture Card und IBM Microdrive
<b>Objektivbrennweite:</b>	8,7-17,4 mm, entspr. 38-76 mm bei KB
<b>Scharfstellung:</b>	AF
<b>Schärfbereich:</b>	Normal: 60 cm - ∞, Makro: 20 - 80 cm
<b>Blende:</b>	F3.2/4/5.2/6.8/8.8/11
<b>Verschluß:</b>	1/4 - 1/2000s
<b>Kontinuierl. Sucher:</b>	2,5 Zoll TFT-Monitor mit 118.000 Pixeln
<b>Belichtung:</b>	Programmautomatik (AE)
<b>Empfindlichkeit:</b>	Entspricht ISO 160/200/400/800/1600*
<b>Weißabgleich:</b>	Automatisch / Manuell (6 Modi)
<b>Lichtmessung:</b>	TTL-Messung in 64 Zonen
<b>Blitz:</b>	Automatikblitz mit Steuersensor, Reichweite bis 4 m
<b>LCD-Monitor:</b>	2,5 Zoll Niedertemperatur Polysilizium TFT mit 118.000 Pixeln und Helligkeits- regulierung
<b>Funktionen:</b>	Videoaufzeichnung, Sprachnotizen
<b>Videofunktionen:</b>	• 640 x 480 Pixel (30 Bilder/Sek. mit Ton) • 640 x 480 Pixel (15 Bilder/Sek. mit Ton) • 320 x 240 Pixel (15 Bilder/Sek. mit Ton, alle unbegrenzt)
<b>Schnittstellen:</b>	USB, Video-Out, DC-Eingang
<b>Stromversorgung:</b>	NP-60 (1035 mA) Lithium-Ionen-Akku, AC-Adapter
<b>Abmessungen:</b>	65 x 94 x 32 mm (BxHxT)
<b>Gewicht:</b>	ca. 210 g (ohne Akku und Speicherkarte)
<b>Lieferumfang:</b>	Li-Ionen Akku, Netzadapter, Handriemen, Handgriff, Sichtschutz für LCD, USB- Kabel, AV-Kabel, CD-ROM





## Canon Inkjet-Drucker i850

Allrounddrucker mit hoher Auflösung und eindrucksvoller Druckleistung.

### Ausstattungsmerkmale:

- Wirtschaftlicher Druck durch vier einzeln austauschbare Tintentanks.
- Druckköpfe mit einer Auflösung von 1.200 dpi.
- Hohes Drucktempo durch Schreiben einer Druckzeile in einem Durchgang.
- Mikrodüsen mit zehn Micron feinen Öffnungen, dadurch feinste, nur zwei Picoliter kleine Tintentröpfchen.
- 25 Jahre Lichtbeständigkeit der Ausdrücke.
- Für Windows- und Macintosh-Computer.
- Randloser Ausdruck bis A4.
- Beidseitiger Druck je nach Druckertreiber verfügbar.

### Technische Daten:

<b>Auflösung:</b>	bis zu 4.800 dpi x 1.200 dpi
<b>Druckmethode:</b>	Vierfarbdruck, Advanced MicroFine Droplet-Technology mit 2 Picolitern Tröpfchengröße
<b>Druckgeschwindigkeit:</b>	<b>S/W:</b> 22 Seiten A4/Minute (maximal), <b>Farbe:</b> 14 Seiten A4/Minute (maximal), <b>Foto:</b> 0,6 Seiten A4/Minute (Standard)
<b>Papiergewicht:</b>	64 bis 105 g/qm und Canon Spezialmedien bis 270 g/qm
<b>Papierzufuhr:</b>	150 Blatt
<b>Papiergröße:</b>	A4, B5, A5, Letter, Legal, Umschläge (DIN lang, Commercial 10), 15 x 15 cm und eigene Einstellungen
<b>Schnittstellen:</b>	USB 2.0, parallel (IEEE 1284)
<b>Stromversorgung:</b>	220-240 Volt, 50-60 Hz
<b>Stromverbrauch:</b>	ca. 0,7 W Standby, ca. 24 W (Druck)
<b>Geräuschentwicklung:</b>	ca. 36 dB A (Ruhemodus)
<b>Abmessungen:</b>	418 x 159 x 274 mm (BxHxT)
<b>Gewicht:</b>	4.800 Gramm
<b>UVP*:</b>	249,- Euro
<b>*Mitgelieferte Software:</b>	<b>Windows:</b> Easy-WebPrint, Easy-PhotoPrint, ZoomBrowser EX, PhotoRecord, PhotoStitch <b>Macintosh:</b> ImageBrowser, PhotoStitch



## Canon Inkjet-Drucker i950

Schneller Sechsfarb-Fotodrucker mit hoher Auflösung für anspruchsvolle Anwender.

### Ausstattungsmerkmale:

- Geringe Druckkosten durch sechs einzeln austauschbare Tintentanks.
- Druckköpfe mit einer Auflösung von 1.200 dpi.
- Hohes Drucktempo durch Schreiben einer Druckzeile in einem Durchgang.
- Mikrodüsen mit zehn Micron feinen Öffnungen, dadurch feinste, nur zwei Picoliter kleine Tintentröpfchen.
- 25 Jahre Lichtbeständigkeit der Ausdrücke.
- Für Windows- und Macintosh-Computer.
- Randloser Ausdruck bis A4.
- Beidseitiger Druck je nach Druckertreiber verfügbar.

### Technische Daten:

<b>Auflösung:</b>	bis zu 4.800 dpi x 1.200 dpi
<b>Druckmethode:</b>	Sechsfarbdruck, Advanced MicroFine Droplet-Technology mit 2 Picolitern Tröpfchengröße
<b>Druckgeschwindigkeit:</b>	<b>S/W:</b> 7 Seiten A4/Minute (maximal), <b>Farbe:</b> 7 Seiten A4/Minute (maximal), <b>Foto:</b> 1 Seite A4/Minute (Standard)
<b>Papiergewicht:</b>	64 bis 105 g/qm und Canon Spezialmedien bis 270 g/qm
<b>Papierzufuhr:</b>	150 Blatt
<b>Papiergröße:</b>	A4, B5, A5, Letter, Legal, Umschläge (DIN lang, Commercial 10), 15 x 15 cm und eigene Einstellungen
<b>Schnittstellen:</b>	USB 2.0
<b>Stromversorgung:</b>	220-240 Volt, 50-60 Hz
<b>Stromverbrauch:</b>	ca. 2 W Standby, ca. 24 W (Druck)
<b>Geräuschentwicklung:</b>	ca. 36 dB A (Ruhemodus)
<b>Abmessungen:</b>	418 x 160 x 274 mm (BxHxT)
<b>Gewicht:</b>	4.800 Gramm
<b>UVP*:</b>	399,- Euro
<b>*Mitgelieferte Software:</b>	<b>Windows:</b> Easy-WebPrint, Easy-PhotoPrint, ZoomBrowser EX, PhotoRecord, PhotoStitch <b>Macintosh:</b> ImageBrowser, PhotoStitch

## Metz mecablitz 44 AF-3

**Modernes Elektronenblitzgerät mit großem Aufnahmekomfort.**

- Zoomreflektor von 28 bis 105 mm.
- TTL-Funktion.
- Vertikal schwenkbarer Reflektor.
- Logisch aufgebaute Menüsteuerung mit zwei Funktionstasten.
- Manuelle Einstellungen sind möglich.
- Teillichtleistungsstufe.
- Aufhellblitzen bei Tageslicht.
- Synchronisation auf den ersten oder zweiten Verschlussvorhang.
- Großes beleuchtbares LC-Display.
- Leitzahl 44 (Reflektorstellung 105 mm) bzw. Leitzahl 34 (Reflektorstellung 50 mm) jeweils bei ISO 100/21°.
- Lieferbar für Autofokus-SLR-Kameras der Marken Canon, Minolta, Nikon und Pentax.
- Lieferbares Zubehör: Farbfilterset, Reflexschirm, Diffusor und Weitwinkelstreukscheibe (20 mm).



## Metz mecablitz 36 AF-3

**Kompaktblitzgerät im Cobra-Design mit hervorragendem Preis-/Leistungsverhältnis.**

- Manueller Zoomreflektor von 28 mm bis 85 mm.
- Präziser TTL-Betrieb.
- Vertikal schwenkbarer Reflektor.
- Eingebauter AF-Meßblitz.
- Einfache Handhabung; manuelle Einstellungen sind möglich.
- Lieferbar für Autofokus-SLR-Kameras der Marken Canon, Minolta, Nikon.
- Leitzahl 36 (Reflektorstellung 85 mm) bzw. Leitzahl 30 (Reflektorstellung 50 mm) jeweils bei ISO 100/21°.



## Minolta Autometer V F

**Digitaler Hochleistungs-Belichtungsmesser für den engagierten Hobbyfotografen.**

### Ausstattungsmerkmale:

- Sicher in der Handhabung und vielseitig in der Leistung.
- Getrennte Meßwertverarbeitung von Blitz- und Umgebungslicht.
- Gleichzeitige Messung von Blitz- und Dauerlicht.
- Ein Analysediagramm zeigt den genauen Anteil vom Blitzlicht.
- Meßwertspeicher für zwei Belichtungswerte.
- Sehr großer Meßbereich von EV -3,0 bis EV 19,9.
- Vielseitige Funktionen zur Belichtungskalkulation.

- Automatische Empfindlichkeitsanpassung bei Licht- und Objektmessung.
- Helligkeitsdifferenz-Funktion: Messung der Abweichung von der Standardbelichtung.
- Buchse für externen Meßfühler.
- Synchronkabelanschluß.
- Iso-Bereich von 3 bis 8000 in 1/3 Stufen.
- Belichtungswerte bei Dauerlicht von 30 Minuten bis 1/8000 Sekunde in 1/1, 1/2 oder 1/3 Stufen.
- Belichtungszeiten bei Blitzlicht: 1 bis 1/500 Sekunde in 1/1, 1/2 oder 1/3 Stufen.
- Wiederholgenauigkeit der Messungen:  $\pm 0,1$  EV.
- Meßkopf um 270° drehbar.
- Arbeitsbereich von -20°C bis +55°C.
- Meßumfang von EV -2,0 bis EV 19,9 (bei ISO 100/21°).
- Drei Meßarten: Dauerlicht, Blitzlicht mit Synchronkabel, Blitzlicht ohne Synchronkabel.
- Batterietyp: 1 x 1,5 Volt Typ AA Mignon (Alkali-Mangan).
- Abmessungen (BxHxT): 59 x 147 x 26 mm
- Gewicht: 125 Gramm (ohne Batterie).



## Minolta Flashmeter VI

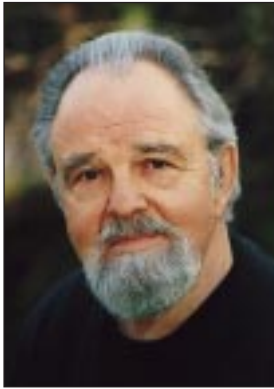
**Digitaler Belichtungsmesser für die professionelle Lichtgestaltung mit integrierter Spot-Meter-Funktion.**

### Ausstattungsmerkmale:

- Drei Funktionen zur Belichtungskalkulation: Mittelwertbildung, schattenorientierte und lichtorientierte Objektmessung.
- Gleichzeitige Messung von Blitz- und Dauerlicht mit Mischlichtanalyse-Anzeige.
- Meßumfang von EV -2,0 bis EV 19,9 (ISO 100/21°) bei Lichtmessung.
- Speicherfunktion für bis zu zehn Meßwerte.
- Belichtungswerte bei Dauerlicht von 30 Minuten bis 1/16000 Sekunde in 1/1, 1/2 oder 1/3 Stufen.
- Belichtungszeiten bei Blitzlicht: 30 bis 1/1000 Sekunde in 1/1, 1/2 oder 1/3 Stufen.
- Wiederholgenauigkeit der Messungen:  $\pm 0,1$  EV.
- Meßkopf um 270° drehbar.
- Drei Meßarten: Dauerlicht, Blitzlicht mit Synchronkabel, Blitzlicht ohne Synchronkabel.
- Meßabstand (Blitzlicht) 1,3 m bis unendlich (Spotmessung).
- Batterietyp: 1 x 1,5 Volt Typ AA Mignon (Alkali-Mangan).
- Abmessungen (BxHxT): 63 x 175 x 30 mm
- Gewicht: 170 Gramm (ohne Batterie).







**Horst Dieter Lehmann**

# Geschenke

Weihnachten ist vorüber, die Geschenke sind verteilt. Doch der Segen hält noch an. Die Lockvögel schwirren immer zahlreicher durch die Lande, Sonderverkäufe und Rabatte bis an die Schmerzgrenze. „Geiz ist geil“ lautet der Schlachtruf.

Wir gehen trotz allem frohen Mutes in das neue Jahr. Wie immer hoffen wir, daß es besser wird als das letzte, zumindest nicht noch schlechter. Gute Nachrichten erfreuen uns, doch wenn wir den Fernseher einschalten oder die Zeitungen lesen, dann fällt es schwer, an Wunder zu glauben.

Voraussagen kann man immer machen, schön, wenn sie dann auch eintreffen! So prophezeite ich ein besseres Porträtgeschäft zu Weihnachten als im Vorjahr, und es traf ein. Allerdings muß einschränkend gesagt werden, daß es im Vorjahr landesweit eher bescheiden war.

Über die Chancen im digitalen Jahr 2003 zu spekulieren, ist nicht einfach. Digitalkameras werden überall und in allen Märkten angeboten. Nach wie vor ist für uns entscheidend, was für den Fachhandel im Bildergeschäft dabei abfällt. Natürlich werden hier und dort die Bilder wie die Kameras zu Tiefstpreisen angeboten. Bei nicht wenigen Händlern beides noch gar nicht oder doch recht sparsam.

Um vorerst noch beim Porträt im weitesten Sinne zu bleiben: Wir hatten viele „Mitbewerber“! Sie kamen zum Teil mit himmlischer Unterstützung in Form von Engeln und Weihnachtsmännern. Auf den Weihnachtsmärkten verwundert uns das weniger, wenn ein Nikolaus als Statist herhalten muß. In diesem Jahr tauchten er und sein Gefolge aber überall auf, und ein fleißiger Fotograf lichtete die lieben Kleinen mit ihnen ab. So weit, so gut – nur wurden die Bilder des öfteren zum Nulltarif angeboten, zumindest in einigen Märkten und Baumärkten! Logisch, daß es nicht nur großzügige Gaben an die „geizige Konsumwelt“ waren! Hatte man den Nutznießer dieser großzügigen Spenden erst einmal an der Angel, dann konnte es ja sein, daß er für andere Artikel doch noch in die Geldbörse griff.

Zu beobachten war ferner, daß trotz kühler Witterung die fast oder ganz Nackten in den Schaufenstern sehr vieler Fotografen in Schwarzweiß die Kunden locken sollten. Nun bietet sich die Schwarzweißtechnik (wenn sie gekonnt ist) aus vielen Gründen gerade für dieses Genre an. Aber ob dieses nun die Rettung oder der letzte Versuch für die Porträtfotografie ist, bezweifle nicht nur ich. Eher ist es ein Zeichen der Zeit, denn die Freizügigkeit bis zur absoluten Geschmacklosigkeit nimmt immer mehr zu. Die Nachfrage ist aber offensichtlich da, manch Fotograf spezialisierte sich sogar darauf und profitierte davon. Es kommt gerade hier nicht nur auf den Standpunkt an, sondern vor allem auf den Standort! „Haben die das jetzt auch schon nötig?“, lautete oft der Kommentar von Passanten. Mit „die“ waren wir gemeint, und der Stein des Anstoßes war ein Brautbild, bei dem die Braut ihr

Kleid lupfte und am sehr gut geformten Bein das blaue Bändchen zu sehen war, welches in vorgerückter Stunde wie der Brautstrauß neckisch in die Gästemenge geworfen wird.

Ja, der Standort und der Standpunkt machen eben viel aus. Die Meinung einiger Betrachter hält uns selbstverständlich nicht davon ab, „lockere“ Bilder zu machen, sie müssen ja nicht unbedingt im Schaufenster hängen und sollten zu den „Modellen“ passen, die man sich ja nun einmal nicht immer aussuchen kann.

Wir Fotografen sind es ja gewohnt, Kompromisse einzugehen. Geschenkt wird uns nichts, Weihnachten ist vorbei, und eine Durststrecke liegt vor uns.

Fotohändler und Fotografen gehören fast immer zu den „Kleinen“ am Markt. Seit langem beklagen wir, die zu diesem Lager gehören, die Ballungen und Konzentrationen der Großen und Übergroßen. Die Stadt- oder Gemeinderäte diskutieren lautstark über die Hilfen für die Läden in der Stadt. Gleichzeitig werden die nächsten Großmärkte im grünen Ring errichtet. Alle natürlich mit reichlich Angeboten von Fotoartikeln, besonders im digitalen Bereich. Die analog geschossenen Fotos werden aber aus der Sicht der Fachhändler beinahe schon verschenkt. Darüber klagen wir ohne Erfolg schon seit langem, und es ist ja auch schließlich der Untergang manch alteingesessenen Betriebes.

## quickpoint

Die einzigen Diarahmen mit

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

47638 Strahlen • Tel. (0 28 34) 10 84

So erhielt ich gerade zu Weihnachten eine Nachricht, die mich sehr betroffen machte. Ein Fotobetrieb in einer mittleren Stadt Süddeutschlands, seit 135 Jahren in der fünften Generation, in bester Lage, mit einem eigenen, großen Haus, weitbekannt in der ganzen Region, mußte schließen. Vor Jahren berichtete auch imaging+foto-contact in Wort und Bild über den Werdegang dieses Hauses. Wer wird noch alles folgen?

Der Vollständigkeit halber muß allerdings erwähnt werden, daß in der gleichen Stadt ein Fotogeschäft offenbar gut floriert, das sich ganz dem „Neuen“ verschrieben hat. Digital total, und alles rund um Imaging und Technik. Fünf Verkäufer sind im ständigen Einsatz. Sollten diejenigen am Ende doch Recht behalten, die allem Alten den Garaus machen wollten und voll und ganz auf die sich überschlagenden Neuerungen setzen?! Es bleibt abzuwarten, denn auch hier dürfte der Standort wieder eine gewichtige Rolle spielen. Vor allem aber sicher der Einsatz und die finanziellen Möglichkeiten des Betreibers, denn die dürften bei den meisten wohl eher geschmolzen sein.

Ehe der letzte Schnee nun schmilzt, wird es noch eine Weile dauern. Wir würden uns nun schon über ein „Geschenk“ des Himmels freuen, wenn er uns mit zu viel Regen, Hochwasser und anderen Segnungen verschonen würde! Steht uns dann noch eine einträgliche Saison bevor, sind wir zufrieden.

## Wildlife Fotografien des Jahres

Der internationale Fotowettbewerb BG Wildlife Photographer of the Year, organisiert vom BBC Wildlife Magazin und dem National History Museum in London, gilt als „Weltmeisterschaft“ der Naturfotografen. Jedes Jahr sichtet die Jury über 20.000 Fotografien – die eindrucksvollsten Naturbilder, die rund um den Globus von Amateur- und Profifotografen geschossen werden. Ein einzigartiger Bildband stellt die Siegerbilder, die in Kategorien wie z. B. Landschaften, Säugetiere, Unterwasser, Kompositionen und Form etc. gegliedert sind, alljährlich vor. Kurze Texte erläutern die Bilder und deren oft erstaunliche Entstehungsgeschichte. Der Band ist ein ideales Geschenkbuch, eine Sammlung von 100 Fotografien, die in den bekannten internationalen Zeitschriften auftauchen und die man sich dann regelmäßig in Buchform wünscht. Sie zeigen die Schönheit, Erhabenheit und die Bedeutung der Natur und sollen Fotografen und Naturliebhabern als Quelle der Inspiration dienen.



Wildlife Fotografien des Jahres, Portfolio 12, Das Buch zum Fotowettbewerb, 160 Seiten, 105 Abbildungen, gebunden, 26 x 26 cm, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2002, ISBN 3-934427-21-9, 38,50 Euro.

**Jürgen Philipp:**

### Blitzpraxis analog & digital

Sowohl in der analogen als auch in der digitalen Fotopraxis entscheidet der gekonnte Umgang mit dem Licht über die fotografische Qualität einer Aufnahme. Das neu im vfv Verlag erschienene Grundlagenbuch „Blitzpraxis analog & digital“ macht das Wissen verfügbar, das für den Umgang mit Licht nützlich ist: über Reflexionen und die Auswirkungen von Licht und Schatten beim Einsatz künstlicher Lichtquellen, bis zu den Grundlagen von Licht und Schatten,

von Blitzgerät und Halogenstrahler. Die Grundlagen der Beleuchtungstech-



nik schließen die Wirkung von Licht und Schatten, von Reflektoren und zahlreiche Tips zum Umgang mit künstlichen Lichtquellen ein. Die systematische Analyse der Reflektorformen und ihrer Wirkung erlaubt, in Bildbeispielen den Nutzen für die perfekte Umsetzung in die Praxis zu ziehen.

Der Bezug zur Praxis wird mit zahlreichen Illustrationen untermauert. Blitzlicht, das Dauerlicht eines Halogenstrahlers und selbst exotische Lichtquellen werden berücksichtigt, außerdem die Sonderfälle der Beleuchtung von Stroboskop bis Ultrakurzzeit.

Die analoge und digitale Aufnahmetechnik wird bei allen Themen mit ihren Eigenschaften, Besonderheiten und Ausnahmen eingehend berücksichtigt. Jürgen Philipp, Blitzpraxis analog & digital, 160 Seiten, vfv Verlag für Foto, Film und Video, Gilching 2002, ISBN 3-88955-132-7, 19,95 Euro.

**Terry Hope:**

### Die Kunst der Schwarzweiß-Fotografie: Architektur

Der Fotojournalist Terry Hope präsentiert in diesem Buch die ganze Bandbreite der Architekturfotografie, von klassischen Gebäudeaufnahmen bis zu spektakulären Innenansichten, von lange vorbereiteten Kompositionen bis hin zu spontanen Bildern, von der



Aufnahmetechnik bis zur perfekten Vergrößerung und Präsentation. Bildgestaltung und Besonderheiten jeder Auf-

nahme werden vom Autor und von den Fotografen ausführlich kommentiert.

Terry Hope, Die Kunst der Schwarzweiß-Fotografie: Architektur. Bildgestaltung und Technik am Beispiel berühmter Architekturfotografien, 142 Seiten, 123 sw. Abbildungen und 3 Zeichnungen, 23 x 26 cm, Klappenbroschur, Laterna magica, Verlag Georg D. W. Callway, München 2002, ISBN 3-87467-790-7, 34,- Euro.

**Josef und Robert Scheibel:**

### Fotos digital – Aufnahmepraxis ganz einfach

Digitales Fotografieren macht Spaß, denn mit dieser Form der Bildaufnahme kann man seine fotografischen Ambitionen ausleben. Daß man digitale Aufnahmen bereits Sekunden nach dem Auslösen auf dem Monitor begutachten kann, fördert auch das Experimentieren und Improvisieren. Ob nun Schnappschüsse, Kinderbilder, Landschaftsfotos, Produktaufnahmen oder fotografische Spielereien auf dem Programm stehen, immer wieder stellen sich Fragen zur Technik und Gestaltung.

In dem Buch von Josef und Robert Scheibel finden Anfänger wie Fortgeschrittene fundierte und aktuelle Hilfestellung für zahlreiche Fotografiersituationen und Motive. Die Autoren geben zahlreiche Tips und Anregungen, erklären in leicht verständlicher, aber fundierter Weise, was es mit Objektiv-



brennweite, Belichtung, Farbwiedergabe, Blende, Verschlusszeit, Bildaufbereitung, Prints, Archivierung und vielem mehr auf sich hat.

Josef und Robert Scheibel, Fotos digital – Aufnahmepraxis ganz einfach. 144 Seiten, rund 200 farbige Abbildungen, darunter viele Grafiken; zahlreiche Tabellen, Format 13 x 20 cm, Paperback, vfv Verlag für Foto, Film und Video, Gilching 2002, ISBN 3-88955-136-x, 15,95 Euro.

# 9.746 Abonnenten (IVW 3/2002)

## 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 10.500 Exemplaren bundesweit (IVW 3/2002). 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 10.500 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. 29 v. 01.01.2002) 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, Hängemaschine, 2 Jahre alt -, Preis VB;  
1 Schnellfix 007 + Sleever, autom. Diarahmungs- und Eintauschgerät, fast neu - Preis VB.  
**Fotolabor Muster**  
Telefon 000/0000000

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

**zum  
mm-Preis von  
1,61 € x 85 mm hoch =  
136,85 €  
zzgl. gesetzl. MwSt.**

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

### Fotografen/-in

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

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

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



## Auftrag

## Klein- und Personalanzeigen

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

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
- in den Ausgaben .....

Größe: Breite 180,0 mm, Höhe ..... (4,83 € / mm)  
 Breite 129,5 mm, Höhe ..... (3,62 € / mm)  
 Breite 87,0 mm, Höhe ..... (2,42 € / mm)  
 Breite 56,0 mm, Höhe ..... (1,61 € / mm)  
 Breite 40,5 mm, Höhe ..... (1,21 € / mm)

unter Chiffre (Gebühr: 5,20 €) Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

**D - 40832 Ratingen**

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

### Gelegenheits- und Stellenanzeigen

**Mein Anzeigentext lautet:**

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....

i+fc 1-2/2003

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel  
mit genauer Anschrift



## Filialleiter/in

Haben Sie  
Eigeninitiative,  
eigene Verkaufsideen,  
wir bieten  
5-Tage-Woche,  
1a Lage im Zentrum  
von Heilbronn

### Foto Hacker

Marktstrasse 37  
74172 Neckarsulm  
Tel.: 07132/16924  
Fax: 07132/16775

Studiolicht und Gelegenheiten  
www.ccs-licht.de



**Säulenstativ  
Mod. 170**

- solide
- günstig

**Lumpp**  
Feinwerktechnik  
Tel. 07121/52456

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



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

Autorisierte  
Vertragswerkstatt

**Canon**

**Panasonic**  
Service-Center  
Reutlingen

**Rollei**

**ZETT**  
Germany The Leica  
Camera Group

**Kodak**  
**PHILIPS**

**Mez**

**reflecta**

**BRAUN**  
KORNBURG PHOTO TECHNIK

**Saeco**  
Kaffeautomaten

**HARMAN/BECKER**  
AUTOMOTIVE SYSTEMS

Gute und preiswerte Color-Chrom-

## Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK

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

Auflagendruck

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

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

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

## Kamera-Reparaturen


Nikon • Minolta • Minox  
Coolpix • Coolscan

**Nikon** Vertragswerkstatt  
Kompetent, preiswert, schnell

**Nikon**  
KARL-HEINZ  
**HOPFAUER**  
KAMERA  
SERVICE GmbH

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

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



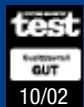
Camera Reparatur Service GmbH  
Vogelsrather Weg 25  
41366 Schwalmatal - Waldniel

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

# DGH

# Warten verboten 24-Stunden Lieferservice!\*

GROSSHANDEL



## OLYMPUS



### OLYMPUS CAMEDIA C-300 ZOOM

#### Digitalkamera

- 3,0 Mio. Pixel, Auflösung 1984 x 1488
- 36 - 100 mm opt. Zoom
- 3,6-fach Digitalzoom
- Smart Media (4 - 128 MB)
- USB-Schnittstelle, Videoausgang
- Maße (BxHxT):  
11,8 x 6,6 x 5,0 cm

Bestellnr. 431723

€ 323,-



### OLYMPUS µ-2 ZOOM 80

#### KB-Sucherkamera

- 35 - 80 mm AF-Zoom
- Naheinstellgrenze 0,6 m
- 5 Blitzfunktionen
- Gewicht: 180 g

Bestellnr. 128315 schwarz  
Bestellnr. 392502 perlgold

€ 112,-



### OLYMPUS µ-V KIT

#### KB-Sucherkamera

- Set mit Tasche
- 38 - 105 mm AF-Zoom
- Wetterfestes  
Aluminiumgehäuse
- 6 Blitzmodi

Bestellnr. 467108

€ 198,-



### OLYMPUS µ ZOOM 140 KIT „TIMELESS“

#### KB-Sucherkamera

- Set mit Tasche, Film,  
Batterie und Armbanduhr
- 38 - 140 mm AF-Zoom
- Naheinstellgrenze 0,6 m
- Spritzwassergeschützt

Bestellnr. 469649

€ 155,-

Verboten schnell. Verboten gut.

# www.dgh.de

\* vorausgesetzt Sie sind im Nachsprung der Deutschen Post AG erreichbar.

Preise netto zzgl. gesetzl. MwSt.

## Kleinanzeigen • Angebote

www.fotolabor.de ● 0228-623177

### GAF Vertragswerkstatt

Service für: **Film- + Fototechnik**

Kameras  
Objektive  
Filmkameras  
Dia-Projektoren  
Schmalfilm-Projektoren  
aller Systeme

**Wolfgang Würz**  
Elsterweg 7  
51149 Köln (Porz-Ensen)  
Telefon/Fax (0 22 03) 12136

W  
W

## STADLER

Wir reparieren für Sie

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

Telefon 0711 - 32 60 999  
Telefax 0711 - 32 60 909  
internet www.fotoservice-stadler.de  
e-mail fotoservice-stadler@t-online.de

**PENTAX**  
**Konica**  
**MINOX**  
GERMANY

## Zentraler Reparatur-Service



# GEDDERT

– Meisterbetrieb –

Film – Foto – Elektronik – HiFi – Video – TV  
Autorisierter Computer Service  
Amstrad – Comodore – Schneider

### Voigtländer-Ricoh-Service

Benno-Strauß-Straße 39 **SPEZIAL REPARATUREN FÜR:**  
90763 Fürth  
Postfach 22 41  
90712 Fürth  
Telefon 09 11/6 58 51 84  
Fax 09 11/6 58 51 44

Alfo – Carena – Chinon  
Cosina – Exakta – Haking  
Toshiba – Revue – Ricoh  
Petri – Porst – Noris  
– Nalcom –

### Photo-, Film-, Geräte-Service

## A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren  
autorisierte Kundendienstwerkstatt

**Leica**

**Mez**

**Rollei**

Kameras • Objektive  
Dia-Projektoren  
Blitzgeräte

Das Leica-Team  
für Sucherkameras  
und Projektoren

Rollei-Profi  
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

**BOWENS**  
TRADING GMBH

**Rollei**

Neu: Produkte- und Systemberatung  
Termine auf Anfrage

40233 Düsseldorf - Albertstr. 92-94  
Telefon 0211 / 98 68 88 0 - Fax 0211 / 98 68 88 29  
e-Mail's bitte an: paepke-fotogerate-service@t-online.de  
Mehr Info's über uns: www.paepke-fototechnik.de

## Kameraservice SCHÄFER OHG



Hausanschrift  
Moritzstraße 47  
Ecke 1. Ring  
65185 Wiesbaden

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

### Öffnungszeiten

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

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



### ...die bandlose Zeit ist eingeläutet!

Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super!  
Und was können Sie damit?

Nur gekaufte Filme abspielen – schlecht!  
Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und  
lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf  
DVD brennen.

### Viernheimer Video Transfer

Schultheißen Str. 9. 68519 Viernheim  
Tel.: 06204/71984 Internet: <http://free.pages.at/videotransfer/>

## nass

GmbH & Co. KG

foto • video • elektronik

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

Vertragswerkstatt

**Nikon** **Rollei**

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

## Studioshintergründe

### Effektmaterialien

### Abrollsysteme

### Fototribünen

### Requisiten



Fancy Posh Studiorequisiten GmbH  
Joh.-Seltmann-Str. 10, 92648 Vohenstrauß  
Tel. 09651 / 91504, Fax 09651 / 91505  
[www.fancy-posh.com](http://www.fancy-posh.com)



## Kleinanzeigen • Angebote

### Namhaftes Fotofachgeschäft

in Kölner Top-Lage mit kreativem Portrait-Studio, Minilab (4 Jahre alt), Farb- und SW-Kopierer, Pictrostat, Elinchrom Blitzanlage, Mac- und PC-Digitalarbeitsplatz und Kassen mit Warenwirtschaft, 11 KW Klimaanlage, 45% Fotoarbeitenanteil auch 2002, 15% Studioanteil. Umstandshalber zu verkaufen.

Solvente Interessenten melden sich bitte unter Chiffre 1218471.

### Fotofachgeschäft

in Kleinstadt im Siegerland, zentrale Lage, große Stammkundschaft, neuwertiges Fuji Frontier 350 Digilab (1 Jahr alt), aus gesundheitlichen Gründen zu verkaufen.

Tel.: 0177/2 44 301 4

## Foto-Aktienkurse

	17.01.2003	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR 20,85	17,8	20,2	21,1
Bayer	EUR 20,9	20,61	20,25	22,42
Canon	YEN 4.550	4.110	3.620	5.250
Casio	YEN 656	609	410	743
CeWeColor	EUR 17,1	14,4	16,25	17,7
Dow Chemical	USD 30,75	27,2	23,66	34,73
Du Pont	USD 42,5	40,62	35,02	49,8
Eastman Kodak	USD 39,14	30,35	25,58	41,08
Fujifilm	YEN 3.560	3.650	3.270	4.540
Hewlett-Packard	USD 20,25	12,94	10,75	23,6
Hitachi	YEN 472	547	398	997
ICI	GBP 232	227	197,75	346
Imation	USD 38,26	35,81	21,39	42,75
Jenoptik	EUR 9,5	9,5	8,65	10,3
Konica	YEN 875	811	638	926
Kyocera	YEN 6.820	7.540	6.480	10.390
Leica	EUR 5,5	5,4	5,1	6,45
Lintec Computer	EUR 1	2,15	0,98	1,17
Minolta Camera	YEN 504	366	154	597
Olympus	YEN 1.865	1.822	1.445	2.130
Samsung	KRW 64,20	59,7	60,4	70,4
Sharp	YEN 1.255	1.102	1.021	1.868
Sony	YEN 4.990	5.370	4.810	7.530
Spector	EUR 10,71	9,7	8,49	14,6
Toshiba	YEN 385	331	292	611
Varta	EUR 18,9	18,4	18,51	19,1

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

## Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

### Gut eingeführtes Foto-/Minilabgeschäft

aus Altersgründen günstig abzugeben. Toplage im Zentrum süddeutscher Großstadt, ca. 80 qm Laden im Erdgeschoß mit Portraitstudio. Weitere Räumlichkeiten (80 qm Obergeschoß und ca. 60 qm Keller) sind für eine Geschäftserweiterung (Atelier, Rahmenwerkstatt) vorhanden.

Chiffre 1219751

Erfolgreich selbständig von zu Hause aus arbeiten 04346-369972. Carlos Rios www.traumjob4me.de

**Fotourlaub auf Großsegelschiff**  
Juni und Juli: Holländische Inseln, Dia-Entwicklung an Bord  
Tel. 05121/63209, Fax: 05121/63460

**Ankauf - Verkauf**  
gebrauchter Fotogeräte,  
Minilabs und Laborgeräte.  
**Fotoservice Jungkuz**

Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81,  
Mobil 01 71/2 68 83 30

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

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

**Ankauf - Verkauf**  
Foto, Computer, Telekom,  
Neu- und Gebrauchtwaren,  
Ladenbau und Minilab  
Mobil 01 77 / 7 68 88 81  
Eurotec GmbH

## Inserenten-Verzeichnis

Bremaphot.....7	Loersch.....65
Brückner .....57	Noritsu.....2. U.
C.A.T.-Verlag.....25, 31	PMA.....11
Canon ...72 - 74, 3.U., 4. U.	VGP .....47
Goltdammer.....13	Kleinanzeigen.....67 - 71
Jobo.....15, 43, 59	

Beilage: TT-Messe GmbH

## IMPRESSUM

### imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studioteknik  
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.foto-contact.de>  
Postbank Essen  
Kto. 164 565-438, BLZ 360 100 43

#### Herausgeber:

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

#### Redaktion:

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

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

#### Neuheitenredaktion:

Theo Six  
Jürgen Günther

#### Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,  
Ulrich Vielmuth

#### Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)  
Ralf Gruna  
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste  
Nr. 30 v. 1. Januar 2003

#### Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,  
Dieter Heilenbach, Theo Six

#### Vertrieb:

Silke Gräbel

#### Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

#### Druck:

Druckerei Franz W. Wesel, Baden-Baden

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

#### Erfüllungsort und Gerichtsstand:

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

#### Erscheinungsweise:

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



ISSN: 1430-1121

## Scannen per Knopfdruck: *CanoScan LiDE 20 und LiDE 30*



Mit dem CanoScan LiDE 20 und dem LiDE 30 ist es auch für Einsteiger kein Problem, schnell zu digitalen Bilddaten mit hoher Qualität zu kommen, die einfache und komfortable Handhabung ermöglicht das Scannen per Knopfdruck. Die Canon LiDE-Technologie ist kompakt, präzise und ein Garant für hochwertige Scans. Das Modell LiDE 20 überzeugt mit 600 x 1.200 dpi Auflösung, der CanoScan LiDE 30 bietet mit 1.200 x 2.400 dpi mehr Potential. Beide Scanner erfassen die Vorlage mit 48 Bit interner Farbtiefe und kommen ohne externes Netzteil aus, denn die Stromversorgung funktioniert über USB.

### Preise:

CanoScan LiDE 20	89,00* EUR
CanoScan LiDE 30	119,00* EUR



### Features

- ▶ **Optische Auflösung**  
LiDE 20 600 x 1.200 dpi  
LiDE 30 1.200 x 2.400 dpi
- ▶ **48-bit** interne Farbtiefe
- ▶ **Stromversorgung** über USB
- ▶ **LiDE-Technologie**
- ▶ **Treiber** für PC und MAC
- ▶ **3 Scanbuttons** für Scan, Copy, E-Mail
- ▶ **Quare2** (automatische Staub- und Kratzerentfernung)
- ▶ **Fast-Multi-Scan-Funktion**
- ▶ **Umfangreiches Softwarepaket**
- ▶ **Inkl. Scanner-Ständer**

### LiDE-Technologie

Mit der LiDE-Technologie hält Canon den Schlüssel zum Bau kompakter Scanner mit hoher Leistung in der Hand. Die „LED Indirect Exposure“ Technik kommt mit wenig Mechanik, Stromverbrauch und Platz aus. Sie ist zudem angenehm leise und erlaubt sogar das Scannen im Senkrechtbetrieb - ein entsprechender Halter gehört bei den neuen Scannern zum Lieferumfang.

### Fast Multi-Scan-Technologie

Durch die neue Fast Multi-Scan-Technologie können mit einem einzigen Scan bis zu zehn Vorlagen\*\* automatisch erkannt, ausgeschnitten, ausgerichtet und separat abgespeichert werden.

### Quare2-Technologie

Quare2, die neue Technologie zur automatischen Staub- und Kratzerentfernung, spart viel Zeit bei der Nachbearbeitung.

Das moderne Design ist ein Blickfang auf jedem Schreibtisch. Ein umfangreiches Software-Paket macht das Scan-Vergnügen komplett.

\* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Februar 2003

\*\* Um die Vorlagen separat erfassen zu können, ist ein Mindestabstand von 1 cm zu jeder Seite (zum unteren Rand 2 cm) erforderlich.

## High-Tech-Camcorder oder Webcam? *Canon MVX2i*

Canon präsentiert mit dem MVX2i ein Spitzenmodell aktueller Camcorder-Technologie. Der neue Signalprozessor des Modells ermöglicht getrennte Verarbeitung von Standbild und Videobild für optimierte Ergebnisse auf beiden Seiten. Ein 1,33 Megapixel-CCD-Bildsensor, ein 10fach-Zoom mit optischem Bildstabilisator, neue PC- und Netzwerkkompatibilität und ein 200.000 Pixel-Display stecken in einem ergonomisch gestalteten Super-Kompakt-Gehäuse.

### Web-Funktion

Über die DV-Firewire-Buchse (IEEE1394) gibt der MVX2i nicht nur DV-Signale, sondern auch Streaming-Signale aus. Die mitgelieferte Software DV-Messenger übersetzt



### Features

- ▶ Kompaktes und modernes Design
- ▶ 1,33 Megapixel Camcorder
- ▶ 10fach optisches Zoom mit optischem Bildstabilisator
- ▶ SXGA 1,23 Megapixel Fotoaufnahmen
- ▶ MMC/SD Karten-Funktion
- ▶ Direct Print mit CP-10, CP-100 und BJDirect Print-Druckern
- ▶ Motion JPEG
- ▶ Super Night Mode
- ▶ USB & IEEE1394 Schnittstelle
- ▶ PC-Connection Kit
- ▶ Analog-in/ Analog-digital Konverter
- ▶ Web-Funktion mit DV-Messenger

die Video-Datenströme in Microsoft Windows-Messenger – kompatible Signale, die jeder Windows XP-Rechner standardmäßig verarbeitet. Über den DV-Messenger ist sowohl Livestreaming wie das Übertragen von bereits aufgezeichnetem Material möglich. Der Camcorder wird zur Webcam. Außerdem ist die Fernsteuerung des Camcorders vom PC aus möglich.

### PC-Verbindung

Per USB-Terminal wird die Standbildübertragung (JPEG) zum Rechner realisiert. Kabel und Software sind im Preis in-

### Preis:

MVX2i	1.599,00* EUR
-------	---------------

begriffen. Auf der SD-Card gespeicherte Motion-JPEG-Filme können damit ebenfalls übertragen werden: praktisch für den Schnellversand per E-Mail. Folgende Software liegt für die USB-Übertragung zu PC/Mac bei: ZoomBrowser, ImageBrowser, PhotoRecord, PhotoStich, PhotoImpression, VideoImpression.

**So vielseitig war das Videohobby noch nie. Zeigen Sie Ihren Kunden, was alles möglich ist.**



## Das Fotolabor auf dem Schreibtisch – direkt neben dem Computer *Canon i950*

Der i950 wird anspruchsvolle Amateure begeistern und selbst den skeptischen Profi davon überzeugen, wo das Fotolabor der Zukunft steht – auf dem Schreibtisch, direkt neben dem PC. Mit randlosem Druck und hohem Drucktempo beweist Canon sehr eindrucksvoll, welche Möglichkeiten dieses Druckverfahren bietet. Im Sechsfarbdruk werden mit 4.800 x 1.200 dpi und einer Tröpfchengröße von nur 2 Picolitern Fotos in einer Qualität gedruckt, die bisher nur im professionellen Fotolabor realisierbar war. Das Sechsfarb-Drucksystem hat einzeln austauschbare Farbtintentanks und ist daher besonders wirtschaftlich.

Der i950 ist mit einer USB-Schnittstelle ausgerüstet und Windows- sowie Mac-kompatibel. Ein umfangreiches Software-Paket, darunter z. B. eine spezielle Software für Panoramabilder, die Bildarchivierung und den einfachen Druck von Fotoalben, rundet die Ausstattung ab.

Der i950 löst den S900 ab und steht Ihren Kunden ab sofort zur Verfügung, um sie von seinem Können zu überzeugen



### Features:

- ▶ **Höchste Fotoqualität mit 4.800 x 1.200 dpi, 3.072 Düsen und 6 Druckfarben**
- ▶ **Micro-Düsen mit nur 2 Picolitern Tröpfchengröße (Advanced Microfine Droplet Technology)**
- ▶ **Geringe Druckkosten durch einzeln austauschbare Tintentanks (Single Ink)**
- ▶ **7 ppm in S/W und 7 ppm in Farbe, A4-Foto (2.400 dpi): 1 min**
- ▶ **Lichtechtheit bis 25 Jahre auf Canon-Fotopapier**
- ▶ **Vollflächiger randloser Druck auf 10 x 15 cm und A4**
- ▶ **Geringes Druckgeräusch von nur 36 dB(A)**
- ▶ **Treiber für PC und MAC: Windows 98 / ME / 2000 / XP; Apple Macintosh MacOS 8.6 bis X**

### Preis:

Canon i950 399,00\* EUR

you can  
**Canon**

digital\_drucker

## Fotos und Texte drucken ohne Kompromisse: *Canon i850*

Der neue Tintenstrahldrucker i850 hat beeindruckende Fähigkeiten vorzuweisen: Dank neuer Druckkopf-Technologie bietet der Drucker eine Auflösung von 4.800 x 1.200 dpi, eine Tröpfchengröße von nur 2 Picolitern und eine Seitenleistung von 14 Farbseiten pro Minute. Er ist deshalb nicht nur für Fotografen eine gute Wahl – im Büro belegt er eindrucksvoll mit flottem Drucktempo, daß er eine kostengünstige Alternative zum Laserdruck darstellt.

### Neues Druckkopf-Design

Die bei anderen Modellen bewährte Advanced Precision Color Distribution Technology wurde weiter verfeinert. Die Schwarztoner wird bei diesem Verfahren zuerst auf's Papier gebracht und ist bereits trocken, wenn die anderen Farben gedruckt werden. Somit wird ein Verlaufen



### Preis:

Canon i850 249,00\* EUR

der Farben unterbunden, das Ergebnis wirkt gestochen scharf. Dazu tragen auch die Micro-Düsen mit jetzt nur 10 Mikron feinen Öffnungen und die präzise Platzierung der Tintentröpfchen bei. Die Ergebnisse im Fotodruck überzeugen sofort. Ein randloser Ausdruck im Postkartenformat dauert nur ca. 32 Sekunden. Ein vollflächiges A4-Bild liegt schon nach

ca. 100 Sekunden in der Hand. Der i850 gibt auch beim Korrespondenzdruck sowie bei Farbseiten eine gute Figur ab, und mit USB- und Parallel-Schnittstelle hat er die besten Verbindungen.

Das umfangreiche Software-Paket rundet das interessante Angebot von Canon ab. Es wird auch Ihre Kunden überzeugen.

### Features:

- ▶ Professionelle Fotoqualität mit 4.800 x 1.200 dpi
- ▶ Micro-Düsen mit nur 2 Picolitern Tröpfchengröße (Advanced Microfine Droplet Technology)
- ▶ Bürotauglich: 22 ppm in S/W, 14 ppm in Farbe
- ▶ Vollflächiger randloser Druck auf 10 x 15 cm und A4
- ▶ Geringe Druckkosten durch einzeln austauschbare Tintentanks (Single Ink)
- ▶ Lichtechtheit bis 25 Jahre auf Canon-Fotopapier
- ▶ Geringes Druckgeräusch von nur 36 dB(A)
- ▶ Treiber für PC und MAC: Windows 95 / 98 / ME / 2000 / NT 4.0 / XP; Apple Macintosh MacOS 8.6 bis X
- ▶ USB-/Parallel-Schnittstelle, optional netzwerkfähig

you can  
**Canon**

Das Fotolabor auf dem Schreibtisch:

**Canon i950**

Fotos und Texte drucken ohne  
Kompromisse:

**Canon i850**

High-Tech-Camcorder oder Webcam?

**Canon MVX2i**

Scannen per Knopfdruck:

**CanoScan LiDE 20  
und LiDE 30**

# flash

Februar 2003

