

imaging

# +foto contact

12/99

DM 6,50 ISSN 1430 - 1121

28. Jahrgang G 30605

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

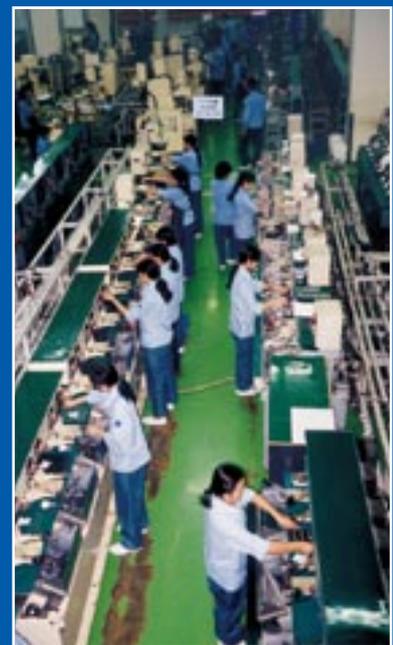
GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE



## Olympus setzt auf Globalisierung



Kameras aus  
Shenzhen



**OLYMPUS**  
奥林巴斯

# Super Voraussetzungen für Ihren Jahrtausend-Umsatz!

Happy

# 2000

Jetzt durchstarten und ordern!  
Ab 25.12. beginnt die Werbung.



★ *Der absolute Foto-Event steht vor der Tür: der Jahrtausendwechsel. Ein Anlass für viele einzigartige Momente und Bilder.*

★ *Reagieren Sie auf die Nachfrage nach Millennium-Produkten: mit dem verkaufsstarken Einzelfilm Agfa HDC plus 400-20 Happy 2000.*

★ *Wir werben – Sie verdienen! Geballter Media-Einsatz auf allen reichweitenstarken TV-Sendern!*

**Zum Glück ist es Agfa.**

**AGFA** 



## Zum Titelbild: Olympus

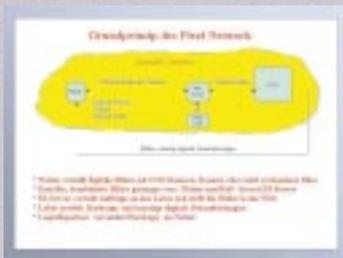
Der harte Wettbewerb auf dem Weltmarkt und der hohe Kurs des Yen veranlassen die japanische Kameraindustrie, immer mehr Produktionskapazitäten in andere Länder zu verlagern. Kompakt-kamera-Marktführer Olympus hat mit der Gründung von Produktionsstätten in China schon frühzeitig die eigene Wettbewerbsfähigkeit sichergestellt. Heute kommen fast 90% der Kameraproduktion des Unternehmens aus dem bevölkerungsreichsten Land der Erde. **imaging+foto-contact** hat die größte Olympus Fertigungsstätte in Shenzhen besucht. Die ökonomische Sonderzone Shenzhen, die unmittelbar an das asiatische Handelszentrum Hong Kong angrenzt, hat sich in den vergangenen Jahren spektakulär entwickelt. In der chinesi-



sehen Region, wo 1980 noch 30.000 Menschen lebten, sind heute 3,8 Millionen Einwohner zu Hause, davon 1,75 Millionen direkt in der Sonderzone. **Seite 14**

## PixelNet bietet digitalen Rundum-Service

Am 6. Oktober dieses Jahres hat die Lintec Computer AG in Taucha, Sachsen, die Übernahme des modernen Großlabors der Orwo AG in Wolfen bekanntgegeben. Für dieses Unternehmen und den Betrieb des Labors wurde als hundertprozentige Tochter die Orwo Media GmbH gegründet. Ziel der Übernahme war die Unterstützung der Lintec-Tochter PixelNet AG. Seit mehr als drei Jahren entwickelt diese Gesellschaft unter Einbeziehung der heutigen modernen Techniken,



der digitalen Fotografie, des Internets und des E-Commerce ein Dienstleistungs-System mit dem Namen „Pixel Network“, das auch den Versand von auf Fotopapier ausbelichteten Dateien einschließt. Der Start ist Anfang nächsten Jahres vorgesehen. **Seite 48**

## imaging+foto-contact-Interviews

Die Fotobranche erinnert sich bis heute an „Die größte Bilderschau der Welt“, die zur photokina 1988 für internationales Aufsehen sorgte. Das jahrelange Warten auf eine ähnlich spektakuläre Aktion hat jetzt ein Ende: Zur photokina 2000 gibt es erneut ein gigantisches Branchenereignis. Wir haben Rainer Schmidt, den Geschäftsführer des Photo-industrie-Verbandes, nach den aktuellen Plänen gefragt. **Seite 8**



Mit einem Umsatzplus von 10,2 Prozent hat die CeWe Color Gruppe ihr Wachstum in den ersten neun Monaten dieses Jahres fortgesetzt. Auch das Gesamtergebnis liegt deutlich im Plus. In Mittel-Osteuropa und im Inland wurden deutliche Zugewinne erzielt. ifc sprach mit dem Vorstandsvorsitzenden der CeWe Color Holding AG, Hubert Rothärmel, über die Perspektiven für CeWe Color und das Groß-finishing im Jahr 2000. **Seite 18**

Mit dem Aufbau einer Europa Organisation stellt sich Agfa-Gevaert verstärkt auf die dynamische Entwicklung des europäischen Marktes ein. Von der Bündelung der Aktivitäten verspricht sich das Unternehmen eine Stärkung der Marke und weitreichende Synergieeffekte. ifc unterhielt sich mit Dr. Harald Wachenfeld, General Manager Consumer Imaging Agfa Europe, über Konsequenzen der Neuorganisation. **Seite 26**



## APS-Gemeinschaftsaktion: Gewinner ausgelost

500 Testkäufe sind im Rahmen der großen APS Gemeinschaftsaktion 1999 durchgeführt worden. Zum offiziellen Abschluß wurden jetzt die zwei Gewinner je eines Ford Focus ermittelt. 1.500 Fotohändler aller Größenordnungen beteiligten sich an der Gemeinschaftsaktion, die der C.A.T.-Verlag in Zusammenarbeit mit Unternehmen der Fotoindustrie, führenden Großlabors und dem Fotogroßhandel durchführte. **Seite 32**

## allkauf lud zur vierten Hausmesse

Unter dem Motto „Start ins neue Jahrtausend“ hatte allkauf Ende Oktober zur vierten Hausmesse eingeladen. Franchise-Partner und Mitarbeiter aus den Filialen verschafften sich in der Europahalle in Castrop-Rauxel einen Überblick über die aktuellen Produkte, Dienstleistungen und Kooperationen. So etwa über das neue Geschäftsfeld „Energie“ und die Partnerschaft mit dem Dienstleister für Informationstechnologie, PC Spezialist. Vorgestellt wurden auch das neue E-Commerce-Konzept und die neu gegründete Handelsakademie des Unternehmens. Rund 50 namhafte Hersteller, Lieferanten und Dienstleister aus den Bereichen Foto, Computer, Telekommunikation und Reisen sowie Vertreter der Kooperationspartner stellten ihre Produkte und Dienstleistungen vor. Erstmals öffnete die Hausmesse ihre Pforten nicht nur für Franchise-Partner. Auch **imaging+foto-contact** sah sich auf der Messe um. **Seite 30**





### Zum Titelbild

Olympus stellt sich der globalen Herausforderung .. **14**

### Editorial

Wer macht die Bilder? ..... **5**

### Wirtschaftspolitischer Kommentar

Wie gut geht es uns finanziell? ..... **68**

### Industrie

Tura strebt Umsatz von 100 Mio. DM an ..... **60**

### Handel

Jahresprogramm der Fotoschule Kiel ..... **22**

allkauf startet ins neue Jahrtausend ..... **30**

APS-Gemeinschaftsaktion: Gewinner ausgelost .... **32**

Fujifilm Gewinnspiele: Übergabe der Hauptpreise .. **34**

Herma Display schafft Überblick ..... **36**

Workshop mit gbb im Zillertal ..... **56**

ASS-Partner-System von gbb hat sich bewährt ..... **58**

Pentax Roadshow 1999 ..... **62**

H. D. Lehmann: Weihnachten im Wandel ..... **70**

**Nachrichten** ..... **6, 11, 67**

Telekom-Nachrichten ..... **37**

### imaging+foto-contact-Interviews

Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes:  
Spektakuläre Show zur photokina ..... **8**

### Erfahrungsbericht Sony DSC-F505

Zur Internationalen Funkausstellung im August dieses Jahres hat Sony die Digitalkamera DSC-F505 mit Fünffach-Zoom Vario-Sonnar Objektiv von Carl Zeiss präsentiert. ifc unterzog das mit einem 2,11 Millionen-Pixel-Chip ausgestattete Modell einem Praxistest. Besonderes Augenmerk legten wir auf die vielfältigen Funktionen, die weit über die reine Bildaufnahme hinausgehen. Video-Modus, Slide-Show, Ton-Aufnahme etc., sollen die Kamera zu einem All-roundmodell machen, das sich für ambitionierte Privatanwender und den beruflichen Einsatz anbietet. Ob die Kamera diesem Anspruch gerecht wird, erfahren Sie ab **Seite 52**



### Internetservice fotoguide vorgestellt

Anlässlich einer Pressekonferenz am 28. Oktober dieses Jahres haben die drei Unternehmen Foto Quelle, T-Online und guideguide den neuen Internet-Service „fotoguide“ vorgestellt. Damit können Besitzer von Kleinbild- und APS-Kameras ihre Bilder ins Netz stellen. „Mit der Einführung des neuen Services fotoguide verbindet Quelle die klassische Fotografie mit den Möglichkeiten, die digitalisierte Bilder bieten“, erklärte Stefan Hagemann, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, Foto Quelle, den Teilnehmern der Pressekonferenz in München. **Seite 40**



Hubert Rothärmel, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG:  
Erfolg mit Augenmaß ..... **18**

Dr. Harald Wachenfeld, General Manager Consumer Imaging Agfa Europa:  
Synergien für die Marke ..... **26**

### Digital Imaging

Kodak präsentierte den Picture Maker ..... **24**

Internetservice „fotoguide“: Mobile Bilder ..... **40**

Sonys Digital-SLR für höchste Ansprüche ..... **42**

Nikon D1 in Kürze lieferbar ..... **44**

Epsons Topmodell der Digitalkamera-Palette ..... **46**

PixelNet: Digitaler Rundum-Service ..... **48**

Sony DSC-F505: Eine starke Verbindung ..... **52**

Neuheiten Digital Imaging ..... **43, 51**

### Video

Ulrich Vielmuth: Camcorder von morgen ..... **66**

### Point of Sale

Agfas HDCplus 400 im „Happy 2000“-Design ..... **63**

**Neuheiten** ..... **55**

Desk Top-Artikel von Erno ..... **61**

### Veranstaltungen

5. Internationale Fototage Herten ..... **64**

### Exklusivserie in imaging+foto-contact

Polaroid Sofortbildfotografie ..... **71**

**Rechtstips** ..... **69**

**Fotoliteratur** ..... **72**

**Klein- und Personalanzeigen** ..... **74**

**Impressum, Inserenten-Verzeichnis** ..... **77**

# Die Zahl der digitalen Fotos steigt

## Wer macht

## die Bilder?

Ohne Zweifel gehören Digitalkameras zu den Rennern im diesjährigen Weihnachtsgeschäft. Optimisten halten es nicht für ausgeschlossen, daß in diesem Jahr eine Gesamtzahl von 300.000 verkauften Modellen in Deutschland erreicht wird: Das wären doppelt so viele wie im Vorjahr. Im Jahr 2000, darüber sind sich die Experten einig, wird die digitale Kamera-Rakete dann richtig abheben.

Bisher hat sich das Digitalkamera-Geschäft in keiner Weise negativ auf den konventionellen Bildermarkt ausgewirkt. Im Gegenteil: Der BGL hat für das erste Halbjahr dieses Jahres überraschende Steigerungsraten bekanntgegeben, die sich nach einer gelungenen Urlaubssaison voraussichtlich auch im zweiten Halbjahr fortsetzen. Dennoch muß bereits heute darüber nachgedacht werden, wie der Fotohandel sich das Geschäft mit den Bildern sichern kann, die mit Digitalkameras aufgenommen werden.

Die Voraussetzungen sind gut: Bereits heute gibt es von namhaften Fotofinishern Digitalstationen, mit denen die Bilddateien on-line oder mit Hilfe von Datenträgern ins Großlabor übertragen werden. Natürlich sind die Auftragsvolumina – gelinde gesagt – zur Zeit recht überschaubar. Für den Fotohandel geht es aber nicht darum, jetzt große Umsätze in diesem Segment zu erzielen, sondern sich diesen zukunfts-trächtigen Markt bereits heute zu sichern.

Man darf nämlich bezweifeln, ob die Herstellung von digitalen Bildern auf dem Inkjet-Drucker zu Hause in absehbarer Zeit eine echte Alternative zum Bild auf Fotopapier aus dem Großlabor oder Minilab sein wird. Das spricht nicht dagegen, auch Inkjet-

Drucker und Verbrauchsmaterialien ins Sortiment aufzunehmen. Im Gegenteil: Je mehr digitale Bilder es gibt, umso schneller steigt der Bedarf, das eine oder andere davon sofort zu Hause oder im Büro auszudrucken. Wer aber jemals versucht hat, eine größere Anzahl digitaler Aufnahmen durch den eigenen Inkjet-Drucker zu wurschteln, lernt schnell die Grenzen dieser Technik kennen: Es geht einfach zu langsam und ist zu teuer.

Was darf ein Print vom digitalen Foto kosten? Zur Zeit liegen die Preise für 10 x 15 cm Abzüge zwischen 1,- und 2,- DM – das ist ein Mehrfaches dessen, was für ein konventionelles Bild bezahlt werden muß. Zur Zeit ist dieser Preisunterschied sicherlich gerechtfertigt; denn die Investitionen sind hoch, die Auftragsvolumina noch klein, und die derzeitigen Käufer von Digitalkameras wissen genau, was sie tun. Sie sind an Technik interessiert und kennen darum die Vorteile, die digitale Kameras bieten. Deshalb selektieren sie die Aufnahmen, von denen sie Abzüge haben möchten. Je teurer die Bilder sind, umso sorgfältiger wird ausgesucht. Hier schließt sich der Kreis: Noch sind wenige Kameras im Markt, die Zahl der Bilder pro Auftrag ist gering, das Produkt teuer.

Das muß nicht so bleiben. Je preiswerter Digitalkameras werden und je leichter sie zu bedienen sind, umso mehr werden sie auch von Verbrauchern eingesetzt werden, die sich für die Technik wenig oder gar nicht interessieren.

Diese Zielgruppe möchte in erster Linie Bilder haben – und zwar preiswert und gut. Es sollte darum bereits heute darüber nachgedacht werden, den Preisabstand zwischen Fotos aus digitalen Quellen und konventionellen Bildern nicht zu groß werden zu lassen. Machen wir es den Kunden doch einfach: den vollen Datenträger beim Fotohändler abgeben, gegebenenfalls auslesen lassen, und am nächsten Tag sind die Bilder da. Das kann genauso einfach funktionieren wie jetzt beim Film, und es sollte auch nicht viel mehr kosten. Ein wenig teurer dürfen die digitalen Fotos dabei ruhig sein, denn der Preis für die Filmentwicklung fällt ja weg. Die Kunden aber nehmen vornehmlich den Gesamtbetrag wahr, den sie für ihre Bildertüte bezahlen sollen.

Zu hohe Preise für Fotos aus der Digitalkamera erziehen die Verbraucher dagegen förmlich dazu, mit spitzem Bleistift die Aufnahmen auszuwählen, die ausgedruckt werden sollen. Das Ergebnis sind nicht nur weniger Bilder. Wer sich nämlich einmal ans penible Aussuchen gewöhnt hat, kann die wenigen Abzüge dann auch bequem zu Hause auf dem Drucker herstellen.

Zwei Dinge stehen fest: Der digitale Markt wächst, und man muß sorgfältig darüber nachdenken, wie man ihn gestaltet. Spannend wird es auf jeden Fall. Die imaging+foto-contact Redaktion wünscht allen Lesern für das kommende Jahr viel Erfolg, mehr Bilder und eine gute Nase für die richtige Marktstrategie. Th. Blömer

## Rollei ohne Dr. Zettel – Samsung steigt aus

Der koreanische Konzern Samsung, derzeitiger Gesellschafter der Rollei Fototechnic GmbH, hat seine Absicht angekündigt, sich von dem Braunschweiger Unternehmen zu trennen. Zu diesem Zweck werden Verhandlungen mit einer Gruppe leitender Angestellter



über den Verkauf der Anteile in Form eines Management Buy Out geführt. In einer Pressemitteilung wird betont, daß Rollei frei von Verbindlichkeiten übergeben werden soll und von Samsung mit ausreichenden finanziellen Mitteln unterstützt wird. Damit soll der erfolgreiche Fortbestand des Betriebes und seiner Arbeitsplätze gesichert werden. Alle Zulieferabkommen mit Samsung, von denen Rollei auch künftig profitieren soll, bleiben demnach bestehen. Gleichzeitig wird in Gesprächen mit den Banken, der Stadt Braunschweig und dem Land Niedersachsen über eine langfristige Bereitstellung weiterer Finanzmittel beraten.

Seit der Übernahme im Jahr 1995 hat Samsung über 64 Millionen DM in die Modernisierung des Maschinenbestandes, der Produktionsstätten und den Ausbau der Forschung und Entwicklung investiert. Dabei wurden für die Entwicklung neuer Produkte, z. B. der Digitalkamera und zukünftiger Modelle, bereits über 18 Millionen DM von Samsung bereitgestellt. Rollei wird im Zuge der bereits durchgeführten und mit dem Betriebsrat abgestimmten Umstrukturierungsmaßnahmen zum 29.02.2000 einen Personalstand von 171 Mitarbeitern erreichen. Davon werden 99 in der Fertigung tätig sein.

In der Pressemitteilung wird betont, daß eine zufälligerweise zeitgleich erschienene öffentliche Ausschreibung für eine Zwangsversteigerung der Grundstücke der ehemaligen Rollei-Werke in Braunschweig keinen Bezug zur Rollei Fototechnic GmbH hat.

Dr. Hans D. Zettel, der seit Februar 1998 die Position des Geschäftsführers der Rollei Fototechnic GmbH innehat, wird gemäß der Pressemitteilung das Unternehmen verlassen und ist seit dem 19. November 1999 beurlaubt. Bis auf weiteres wird das Geschäft durch die Prokuristen Paul Dume (Vertriebsleitung) und Youngmin Lee (kaufmännische Leitung) weitergeführt, bis ein neuer Geschäftsführer benannt wird.

## Kongressmesse für Elektronik zu Hause

Vom 9. bis 12. November 2000 veranstaltet die Messe Berlin unter dem Namen e/home eine internationale Kongressmesse. Die neue Veranstaltung

wird als weltweit erste Messe einen Überblick über die Vernetzung im Heim und die faszinierenden Einsatzmöglichkeiten geben. Im Mittelpunkt stehen Multimedia-Anwendungen, die durch die digitalen Netze ermöglicht werden. Sie eröffnen dem Verbraucher neue Dimensionen der Unterhaltung, Information und des Alltagskomforts.

Die e/home richtet sich an den Elektro- und Elektronik-Fachhandel, das Handwerk, Architekten, Bauplaner sowie an alle zukünftigen Nutzer der kommenden Systeme und Geräte.

Auf dem e/home-Kongress und der begleitenden Fachmesse werden Fachleute der zusammenwachsenden Branchen zusammengeführt. Das Kongressprogramm umfaßt auch Workshops für den Fachhandel und das Fachhandwerk. In den begleitenden Präsentationen zeigt die Industrie den aktuellen Stand der Entwicklungen sowie geschäftliche Perspektiven für Handel und Handwerk. Die e/home soll im Zwei-Jahres-Rhythmus stattfinden.

## Neue Geschäftsführung bei Sony Deutschland

Leopold Bonengl (44) wurde mit sofortiger Wirkung zum Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH ernannt. Er ist für das gesamte Konsumgütergeschäft verantwortlich. Der gebürtige Wiener kam 1995 als Leiter Marketing Consumer Audio zur Sony Deutschland GmbH. 1996 leitete er das Marketing Consumer Audio/Video, ehe er 1997 als Director Business Management für Marketing und Vertrieb auch den Bereich der IT-Produkte übernahm und Mitglied der Geschäftsführung wurde. Für den kaufmännischen Bereich der Sony Deutschland GmbH wird zum 1. Januar 2000 Michael Hofmann als Geschäftsführer verantwortlich zeichnen. Er tritt die Nachfolge von Wilfried Peters an, der sich entschlossen hat, zum Jahresende das Unternehmen zu verlassen.

Egon Minar, bisher Geschäftsführer und Leiter Marketing und Vertrieb der Consumer Products Group, hat sich entschlossen, aus privaten und persönlichen Gründen die Sony Deutschland GmbH zu verlassen. Präsident des deutschen Sony Unternehmens ist Jean Michel Perbet, der gleichzeitig als Präsident und Chief Operating Officer der Sony Europe agiert.

## Kodak übernimmt Unicolor

Die Kodak Foto GmbH Stuttgart hat die Übernahme der Geschäftsanteile der Unicolor Fotolabor Verwaltungs GmbH und der Unicolor Fotolabor GmbH & Co. KG zum 1. Januar 2000 bekanntgegeben. Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt der Genehmigung durch das Bundeskartellamt.

Die Unicolor Foto GmbH & Co. KG betreibt Fotolabore in Mühlenbeck bei Berlin und in Wedemark bei Hannover und beschäftigt derzeit 240 Mitarbeiter. Die Angebots-Palette des Unternehmens umfaßt ein vollständiges Angebot von Fotofinishing-Leistungen für Foto-Amateure sowie digitale Dienstleistungen für den Fachmarkt und Fotoarbeiten für professionelle Portraitfotografen. Kodak betont, daß durch die Übernahme von Unicolor die geographische Präsenz im Nordosten Deutschlands erweitert wird und damit bessere Dienstleistungen in den Großräumen Berlin und Hannover möglich werden. Zur Zeit betreibt Kodak (ohne Unicolor) in Deutschland acht Fotolabore an verschiedenen Standorten.

# OLYMPUS

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

## Digital, kompakt und sehr attraktiv

### CAMEDIA C-21

Digitalfotografie im neuen kompakten Design

- Aluminium-Metallgehäuse
- 2,1 Mio. Pixel CCD
- 2,5fach Digitalzoom
- Energiesparwunder durch neu entwickelten Lithium-Batterieblock
- ein absolutes Leichtgewicht: nur 190g!
- zum Lieferumfang gehört u.a. die neue Utility-Software



### CAMEDIA C-920 ZOOM

Hochwertige Technik und außergewöhnliche Design-Line

- Nachfolgemodell der vielfach prämierten C-900 ZOOM
- 3fach Zoom plus 2fach Digitalzoom
- 1,31 Mio. Pixel
- manuelle ISO-Einstellmöglichkeit
- verbesserte Serienbildaufnahme
- zum Lieferumfang gehört u.a. die neue Utility-Software

Service-Partner:

# Bremaphot

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

28087 Bremen • Postfach 11 07 51 • ☎ (04 21) 46 89 89 • Fax (04 21) 4 68 98 33

**... mit einem Verkaufsbüro auch in Ihrer Nähe!**

IMM 909

# Spektakuläre Show zur photokina

Die Fotobranche erinnert sich bis heute an „Die größte Bilderschau der Welt“, die zur photokina 1988 für internationales Aufsehen sorgte. Das jahrelange Warten auf eine ähnlich spektakuläre Aktion hat jetzt ein Ende: Zur photokina 2000 gibt es erneut ein gigantisches Branchenereignis. **imaging+foto-contact** hat mit Rainer Schmidt, dem Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, über die aktuellen Pläne gesprochen.

**imaging+foto-contact:** Herr Schmidt, „Die größte Bilderschau der Welt“ war zur photokina 88 ein weltweit beachteter Erfolg. Warum konnten danach nicht ähnlich spektakuläre Aktionen durchgeführt werden?

Rainer Schmidt: „Die größte Bilderschau der Welt“ war tatsächlich ein spektakuläres Branchenereignis, mit dem wir 1990 sogar in das Guinness Buch der Rekorde gekommen sind. Zwei Ziele konnten wir damals mit der Aktion erreichen: Zum einen sollte Promotion für die Fotografie betrieben werden. Die breite Resonanz in den Medien und der Beteiligungsrekord beim Foto-Gewinnspiel bestätigen dies. Zum anderen ging es uns um ein publikumsorientiertes Ereignis während der photokina 88; das ist mit der Bilderwand aus über 150.000 Amateur-

fotos und dem Volksfest der Rekorde am photokina-Wochenende gelungen. Ich erinnere mich noch heute gerne daran, wie ich morgens und abends auf dem Weg zu den Messehallen an dieser Bilderwand entlang gegangen bin. Leider fehlten uns in den Jahren danach die finanziellen Möglichkeiten für ähnliche Aktionen in dieser Größenordnung. 1988 gab es eine sehr glückliche Konstellation: Die Gemeinschaftsaktion wurde nicht nur von den photokina-Veranstaltern, also dem Photoindustrie-Verband und der KölnMesse, getragen, sondern auch von der Prophoto GmbH und dem Bundesverband der Photogroßlaboratorien mit seinen Mitgliedsfirmen. Außerdem beteiligte sich der japanische Kameraindustrie-Verband JCIA.

**imaging+foto-contact:** Hat es seither gar keine gemeinsamen Aktionen gegeben?

Rainer Schmidt: Doch. Im Rahmen der vorhandenen Mittel haben sich der Photoindustrie-Verband und die Prophoto GmbH auf Promotion-Aktionen beschränkt, die nicht so spektakulär waren, aber aus eigener Kraft bewältigt werden konnten. Ein Beispiel dafür ist der Deutsche Zeitungsleser-Fotowettbewerb „Blende“ mit seinem Rahmen-

## Köln zeigt „das Familienalbum des Planeten Erde“





Rainer Schmidt: „Ommers Bilder sind Beispiele für besonders gelungene Familienportraits.“

programm an Ausstellungen und anderen Aktivitäten. Sie selbst haben in *imaging+foto-contact* schon mehrfach darüber berichtet, um den Handel darauf aufmerksam zu machen, wie er diesen Wettbewerb für sich nutzen kann. Der Erfolg von „Blende“ ist an den Abdruckergebnissen in den Zeitungen und an den Teilnehmerzahlen am Wettbewerb gut zu messen.

***imaging+foto-contact*: Welche Aktion ist für die photokina 2000 geplant?**

Rainer Schmidt: Die Aktionspartner von 1988 einschließlich der photokina-Veranstalter haben in diesem Jahr die Chance spontan ergriffen, wiederum einen spektakulären Auftritt zur Weltmesse des Bildes zu gestalten. Das

gene Familienportraits im Rahmen des Programms zur photokina 2000 zu sehen sein, und zwar ähnlich spektakulär wie die Bilderwand im Jahre 1988: Das weltweite Familienalbum wird in lebensgroßen Bildern auf der Strecke

## Interview mit Rainer Schmidt, Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes

Ereignis zur photokina 2000 wird heißen: „Das Familienalbum des Planeten Erde“.

***imaging+foto-contact*: Was verbirgt sich dahinter?**

Rainer Schmidt: Im Hintergrund durchaus der Versuch, die Frage zu beantworten: Wie können Familienfotos persönlicher gestaltet werden, damit sie neben der Milliardenzahl jährlich gemachter Bilder etwas Besonderes sind. Zu diesem Zweck konnten wir den in Paris lebenden deutschen Fotografen Uwe Ommer gewinnen, der über mehrere Jahre auf fünf Kontinenten Groß- und Kleinfamilien unterschiedlicher Kulturen in ihrem privaten Umfeld fotografiert hat. Seine Aufnahmen werden als Beispiel für besonders gelun-

vom Museum Ludwig über die Hohenzollernbrücke bis zur KölnMesse ausgestellt. Am Sonntag, den 17. September 2000, wird die Ausstellung im Rahmen des Weltkindertages unter der Schirmherrschaft der Unicef eröffnet und bis zum Ende der photokina zu sehen sein.

***imaging+foto-contact*: Sind dazu begleitende PR-Maßnahmen geplant?**

Rainer Schmidt: Selbstverständlich. Deshalb wird es auch mehr geben als die Ausstellung mit den Bildern von Uwe Ommer. Wir haben uns gedacht, daß die letzten Aufnahmen zum „Familienalbum des Planeten Erde“ erst während der photokina 2000 gemacht werden. Zu 970 Familienportraits von Uwe Ommer aus aller Welt



werden 30 Portraits von Familien aus Deutschland kommen. Diese Familien werden zur photokina eingeladen und in einem Studio auf der Messe von Uwe Ommer fotografiert. Am Tag danach werden die Bilder dann in Lebensgröße die Ausstellung auf der Hohenzollernbrücke ergänzen, so daß das Familienalbum am Ende der photokina aus 1.000 Bildern bestehen wird.

**imaging+foto-contact: Wie wollen Sie diese Familien finden?**

Rainer Schmidt: In Zusammenarbeit mit deutschen Tageszeitungen und dem deutschen Fotohandel wird im Frühjahr des Jahres 2000 ein Gewinnspiel ausgelobt. Familien, die daran teilnehmen möchten, schicken ihre eigenen Familienfotos an die entsprechende Zeitung oder geben sie bei ihrem Fotohändler zur Teilnahme am Gewinnspiel ab. Unter allen Teilnehmern werden 30 Familien ausgelost, die zusammen mit dem Zeitungsredakteur oder dem jeweiligen Fotohändler zur photokina 2000 eingeladen werden. Begleitet wird diese Aktion unter anderem mit Pressemeldungen in Form von Fototips zur Gestaltung von Familienbildern. Da ein Großteil aller privaten Aufnahmen im Kreise der Familie zu Hause, im Urlaub oder in der Freizeit gemacht wird, erhoffen wir uns eine gute Resonanz mit



*Rainer Schmidt: „Mein Wunsch wäre, daß das „Familienalbum des Planeten Erde“ zur photokina 2000 ein wenig zu einem fotografischen Zeitdokument wird.“*

vielen tausend privaten Familienportraits. Wir freuen uns darauf, die Gewinnerfamilien auf der photokina 2000 kennenzulernen.

**imaging+foto-contact: Geht diese Aktion nicht eigentlich über eine Promotion hinaus und beinhaltet auch soziologische und kulturhistorische Aspekte – sozusagen Multikulti in Köln?**

Rainer Schmidt: Wir wollen mit dem Ereignis nicht zu hoch greifen. Tatsächlich ist auf den Familienportraits von Uwe Ommer aber mehr zu sehen als „nur“ die Hauptdarsteller. Denken Sie

darán, was man in älteren Fotoalben noch finden kann: Familienportraits unserer Urgroßeltern, als sie noch Kinder waren – in Schwarzweiß oder braun getönt. Diese Fotodokumente können uns heute ein wenig über die Zeit damals berichten. Unverzichtbar waren im 19. und frühen 20. Jahrhundert die „cartes de visite“, die von Haus- und Hof-Fotografen gemachten Portraitfotos von Eheleuten und Familien beispielsweise, die jetzt unsere Ahnentafeln bebildern. Heute hat jeder Kamerabesitzer selbst die Möglichkeit, unvergeßliche Familienfotos zu gestalten, die mehr sind als kurzlebige Momentaufnahmen. Mein Wunsch wäre, daß das „Familienalbum des Planeten Erde“ zur photokina 2000 ein wenig zu einem fotografischen Zeitdokument wird, das über die Familien dieser Welt zu Beginn des neuen Jahrtausends berichtet. In diesem Sinn wird man sich in späteren Jahren den Katalog dieser Ausstellung immer wieder gerne ansehen. Und natürlich wünsche ich mir, daß viele Familien aus Deutschland und auch viele Fotohändler mitmachen und daß die Ausstellung über die Rheinbrücke zur photokina 2000 auf eine lebhafte Resonanz beim Publikum und bei den Medien trifft.

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



## Agfa Vorstand neu formiert

Der Verwaltungsrat der Agfa-Gevaert N.V. hat am 10. November 1999 die Ernennung von drei neuen Vorstandsmitgliedern zum 1. Januar 2000 bekanntgegeben. Als Betreuer für das Arbeitsgebiet Consumer Imaging und Marketing Vorstand kehrt dabei Wout van der Kooij zur Agfa zurück. Er war bereits zwischen 1966 und 1987 bei Europas größtem Fotohersteller tätig, zuletzt als Direktor der damaligen Sparte Handel (Foto-Film und Magnetband). 1987 wechselte er zur Varta AG nach Hannover, wo er zum 1. Januar 1990 in den Vorstand berufen wurde und für Geräte-Batterien zuständig war. Die vakante Vorstandsposition als Betreuer von Consumer Imaging hatte in den vergangenen Monaten das langjährige Vorstandsmitglied Friedrich Hujer inne, der seit dem 1. Juli für den ausgeschiedenen Werner Seufert auch für die Betreuung des Bereichs Grafische Systeme zuständig ist, die er auch in Zukunft wahrnehmen wird.

Albert Aps, im Vorstand derzeit unter anderem Sprecher für den Bereich Finanzen, tritt vor Ende dieses Jahres auf eigenen Wunsch in den Ruhestand. Seine Funktion im Vorstand wird André Bergen übernehmen, der aus dem Vorstand der Brüsseler Fortis Bank zur Agfa stößt. Für die Bereiche Konzernverwaltung, Personalwesen und Unternehmenskommunikation tritt Dr. Edgar Hommelsheim in den Agfa-Vorstand ein. Er wechselte 1995 aus der Rechtsabteilung der Bayer AG zur Agfa und übernahm dort drei Jahre später die Position des Chefjuristen der Agfa-Gevaert Gruppe sowie 1999 die Funktion als Sekretär des Verwaltungsrates.

Im kommenden Jahr werden dem Agfa Vorstand damit Dr. Klaus Seeger als Vorsitzender, Dr. Ludo Verhoeven als Stellvertretender Vorsitzender, Friedrich Hujer sowie die drei neu ernannten Mitglieder angehören.

## Kodak verlegt Europa-Zentrale in die Schweiz

Die Eastman Kodak Company hat die Gründung einer neuen Kodak Gesellschaft im schweizerischen Genf bekanntgegeben. Dort soll ab Mitte 2000 das Hauptquartier der europäischen Kodak Region ansässig werden. Nach Angaben eines Kodak-Sprechers liegen die

**Ritter+Wirsching** Mozartstraße 13/1 Tel. 07129-33 44  
D-72029 Engstingen Fax 07129-70 10

**Min mss sprn wo mn knn !  
Wir sparen Zeit für Sie und  
liefern im 24-Stunden-Takt**

Internet: <http://www.ritter-wirsching.de>

eMail: [info@ritter-wirsching.de](mailto:info@ritter-wirsching.de)

Gründe für die Entscheidung in der guten Infrastruktur für internationale Firmen, die zentrale Lage in Europa und die Unterstützung durch den Kanton Genf. Etwa 40 europäische Schlüsselfunktionen der verschiedenen Geschäftsbereiche sollen in Genf tätig werden.

## Media Markt in den Niederlanden

Die Media Markt & Saturn-Gruppe hat am 18. November 1999 den ersten Media Markt in den Niederlanden eröffnet. Auf einer Verkaufsfläche von 7.000 qm ist das Unternehmen jetzt im Zentrum Rotterdams präsent. Im Laufe des näch-

sten Jahres sollen in den Niederlanden vier weitere Standorte folgen. Bereits eine Woche zuvor hatte Media Markt das erste Geschäft in Spanien eröffnet.

Von den 268 Media Markt/Saturn Standorten liegen bereits 72 im Ausland. Neben den 196 Märkten in Deutschland unterhält die Gruppe in Österreich 19, in Frankreich 11, in Italien 23, in Ungarn 1, in der Schweiz 11, in Polen 5 sowie in den Niederlanden und Spanien je 1 Standort.

Vom europäischen Gesamtumsatz der Gruppe in Höhe von 9,1 Milliarden DM im Jahre 1998 wurden bereits 1,6 Milliarden DM im Ausland erzielt.

## Leica meldet leichte Erholung im 2. Quartal

Die Leica Camera Gruppe, Solms, hat im 2. Quartal des Geschäftsjahres 1999/2000 (31. März) eine Reduzierung des Betriebsverlustes von -2,0 Mio. DM im Vorjahr auf -0,2 Mio. DM bekanntgegeben. Dennoch wurde der Aufwand für Forschung und Entwicklung im gleichen Zeitraum um 28% auf 4,6 Mio. DM gesteigert. In den Monaten Juli bis September konnte ein gegenüber dem Vorjahr unveränderter Umsatz von 65,2 Mio. DM erreicht werden. Wachstumsimpulse erwartet Leica unter anderem durch neue Produkte im saisonal bedingt umsatzstärkeren 2. Halbjahr. Dann sollen auch die planmäßig verlaufenden Restrukturierungsmaßnahmen in größerem Umfang ertragswirksam werden.

Im 2. Quartal des laufenden Geschäftsjahres führte ein durch den Abbau der Bankverbindlichkeiten gegenüber dem Vorjahr verbessertes Finanzergebnis zu einem Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von -1,2 Mio. DM, nach -3,3 Mio. DM im Vorjahr. Das Ergebnis nach Steuern

beträgt -1,5 Mio. DM, gegenüber -4,2 Mio. DM im 2. Quartal 1998/99. Der Umsatz für das 1. Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres beläuft sich auf 122,3 Mio. DM, bei einem Ergebnis nach Steuern von -4,6 Mio. DM. Dies bedeutet gegenüber dem Vorjahr eine Ergebnisverbesserung um 0,7 Mio. DM.

Positiv entwickelte sich nach Angaben von Leica das Geschäft mit Kameras und Objektiven der Meßsucher-systemkamera Leica M6 (+17,6%) und das Produktsegment Fernoptik (+19,5%). Dagegen waren die Verkäufe von Spiegelreflexkameras des Leica R-Systems um 21,3% rückläufig. Durch die verspätete Einführung von Neuheiten ging auch das Geschäft mit Kompaktkameras im 2. Quartal um 32% zurück. Bereits im laufenden 3. Quartal sollen die neue Kompaktkamera Leica C1 und die digitale Kompaktkamera Leica digilux zoom zusätzliche Umsätze generieren. Das Geschäft mit Leica Projektoren entwickelte sich im 2. Quartal mit +3,9% leicht positiv.

**Wir von Eurocolor wünschen unseren Geschäftspartnern und Kunden  
viel Glück und Erfolg im neuen Jahrtausend.**



**eurocolor**///  
eurocolor photofinishing

Eurocolor Photofinishing  
GmbH & Co. KG  
Produktion und Finanzen  
Luise-Ullrich-Straße 4  
D-82031 Grünwald

**balticcolor**///  
eurocolor photofinishing

Baltic Color  
GmbH & Co. KG  
Reuterstraße 2  
D-18211 Admannshagen-Bargeshagen

**bonnercolor**///  
eurocolor photofinishing

Bonner Color  
Großlabor GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstraße 1  
D-53121 Bonn

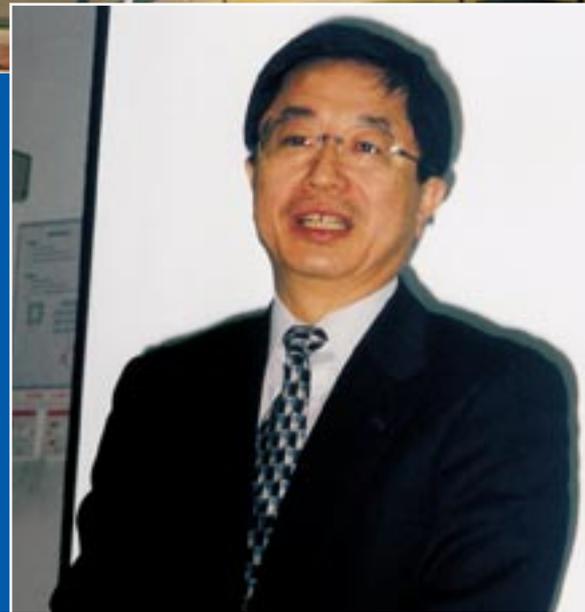
**brunningercolor**///  
eurocolor photofinishing

Foto Brunninger Hugo A. Brunninger  
GmbH & Co. Großlabor KG  
Euckenstraße 2  
D-81369 München



Olympus stellt sich der globalen Herausforderung

# MADE IN CHINA



*Hiroshi Komija, Direktor und General Manager Marketing Department, Imaging Business Division der Olympus Optical Co. Ltd., Tokyo, erläuterte einer Delegation von deutschen Fotohändlern und Fachjournalisten die Hintergründe der Verlagerung von Fertigungskapazitäten nach China: „Wir wollen auch bei analogen Kameras eine führende Rolle im hart umkämpften Weltmarkt spielen.“*

**Der harte Wettbewerb auf dem Weltmarkt und der hohe Kurs des Yen veranlassen die japanische Kameraindustrie, immer mehr Produktionskapazitäten in andere Länder zu verlagern. Kompaktkamera-Marktführer Olympus hat mit der Gründung von Produktionsstätten in China schon frühzeitig die eigene Wettbewerbsfähigkeit sichergestellt. Heute kommen fast 90% der Kameraproduktion des Unternehmens aus dem bevölkerungsreichsten Land der Erde. imaging+foto-contact hat die größte Olympus Fertigungsstätte in Shenzhen besucht.**

Die ökonomische Sonderzone Shenzhen, die unmittelbar an das asiatische Handelszentrum Hong Kong angrenzt, hat sich in den vergangenen Jahren spektakulär entwickelt. In der chinesischen Region, wo 1980 noch 30.000 Menschen lebten, sind heute 3,8 Mil-



*Die Produktion bei der Olympus Shenzhen Industrial Ltd. entspricht strengen japanischen Qualitätsmaßstäben und ist nach ISO 9002 zertifiziert. Die praktische Seite der Kameraherstellung unter Reinraumbedingungen wird den jungen Mitarbeiterinnen anschaulich nahegebracht.*



lionen Einwohner zu Hause, davon 1,75 Millionen direkt in der Sonderzone. Sofort nach Überschreiten der Grenze zu Hong Kong muß der westliche Besucher einige Vorurteile über Bord werfen. Man befindet sich auf einem außerordentlich modernen Stück Erde, wo die Hochhäuser wie Pilze aus dem Boden sprießen und gut ausgebaute Straßen und Autobahnen zu den industriellen Fertigungsstätten führen. Gepflegte Grünanlagen und prächtige Blumenrabatten, die die Straßen säumen, zeugen vom offensichtlichen Wohlstand dieser Region.

## Zentrum der Kamerafertigung

Organisatorisch ist die Olympus (Shenzhen) Industrial Ltd. der Olympus Hong Kong Ltd. unterstellt, die auch für die Fabriken in der ehemaligen britischen Kronkolonie selbst und im chinesischen Panyu in der Provinz Guangdong verantwortlich ist. Die Manager in Hong Kong stellen die Produktionsqualität nach japanischen Standards sicher, sorgen für logistische Unterstützung und sind für den Materialeinkauf verantwortlich. Zusammen mit den kleineren Fertigungsstätten in Sebu und Beijing stellten die chinesischen Olympus Fabriken im vergangenen Jahr 4,44 Millionen Kameras her, 87% des gesamten Produktionsvolumens des ursprünglich japanischen Herstellers. 1,67 Millionen kamen dabei aus Shenzhen, wo mit fast 3.200 Mit-

arbeitern die größte Olympus Fertigungsstätte im Ausland angesiedelt ist.

## Der Weg zur Weltmarke

Die rasant gestiegene Bedeutung der Produktion in China ist das Resultat eines ehrgeizigen Planes, mit dem Hiroshi Komiya, Direktor und General Manager Marketing Department, Imaging Business Division der Olympus Optical Co. Ltd. Tokyo, vor drei Jahren den Weg von Olympus zu einer Weltmarke im Kameramarkt vorzeichnete. Um im harten Wettbewerb der Hersteller von – wohlgeerntet analogen – Kameras eine wichtige Rolle zu spielen, formulierte Komiya das ehrgeizige Ziel, in den Segmenten 35mm und APS Sucherkameras einen weltweiten Marktanteil von 20% zu erreichen. Dies konnte, so war dem japanischen Manager klar, nur realisiert werden, wenn die Wettbewerbsfähigkeit der Produkte durch ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis sichergestellt wurde. Deshalb

Dazu bietet China mit gut ausgebildeten Arbeitskräften und einem vergleichsweise geringen Lohnniveau hervorragende Voraussetzungen, die von der ausgezeichneten Infrastruktur der modernen Industriezonen unterstützt werden. Der Erfolg gibt Komiya Recht: Der Weltmarktanteil von Olympus bei 35mm und APS Sucherkameras stieg von 15,6% im Jahre 1997 auf 17,6% in 1998 und erreichte in den ersten neun Monaten dieses Jahres die Marke von 22,2%. Die Genugtuung, zu den großen Weltmarken im Kamerabau zu gehören, läßt die Verantwortlichen natürlich nicht ausruhen. In den kommenden Jahren will Komiya den Olympus Marktanteil weiter nach oben treiben.

## Moderne Produktion

Wer die beeindruckende Produktionsstätte in Shenzhen gesehen hat, hegt keine Zweifel, daß die ehrgeizigen Ziele von Olympus sicher nicht an der Fertigung scheitern werden. Mehr als 80 Millionen US-\$ (rund 150 Millionen DM) hat das Unternehmen hier investiert, um auf einem 100.000 qm großen Grundstück eine 24.000 qm große Fabrik zu errichten, die modernsten Ansprüchen gerecht wird. Dabei wurde mehr erreicht, als billige Arbeitskräfte nach japanischen Standards montieren

zu lassen. Die chinesischen Fabriken von Olympus greifen so weit wie möglich auf einheimisches Personal zurück und kaufen die benötigten Rohstoffe



*Martin Hubert, Leiter Vertrieb und Marketing Consumer Produkte Deutschland bei Olympus (rechts), erläutert die Kamerafertigung in Shenzhen Ringfoto Geschäftsführer Hubert Gröver (Mitte) und Bremaphot Geschäftsführer Bernd Dürrkop.*

mußte die bestmögliche Fertigungsqualität nach strikten japanischen Maßstäben in einem Land mit deutlich geringeren Kosten realisiert werden.

*Rund 90% der Belegschaft, deren Durchschnittsalter unter 20 Jahren liegt, sind weiblich. Frauenhände sind für die filigrane Handarbeit bei der Kameraproduktion besonders geeignet. Die jungen Mitarbeiterinnen werden in Zusammenarbeit mit den chinesischen Behörden aus verschiedenen Landesteilen rekrutiert und bei Olympus sorgfältig ausgebildet. Der Arbeitsplatz in Shenzhen garantiert nicht nur ein für chinesische Verhältnisse hohes Einkommen. Der Arbeitgeber kümmert sich auch um Gesundheitsvorsorge, Verpflegung, Unterbringung und Freizeitgestaltung des Personals.*



weitgehend in der Region. Mit intensiven Ausbildungsmaßnahmen wurde so erreicht, daß die gesamte Kamerapalette, von den  $\mu$ -mju Kompaktkameras, über die APS Modelle, bis zu den Spiegelreflexkameras der IS-Reihe, in Shenzhen hergestellt wird. Von den 3.200 Mitarbeitern kommen dabei nur zwölf aus Japan. Die Philosophie, das einheimische Personal in die Verantwortung einzubeziehen, gilt dabei für die gesamten Olympus Aktivitäten in China. Von den insgesamt mehr als 6.300 Mitarbeitern der verschiedenen Fabriken sind nur 58 Japaner.

## Mitarbeiter mit Motivation

Die Verantwortlichen bei Olympus wissen, daß hohe Fertigungsqualität nicht durch Technik allein erreicht werden kann. Der Faktor Mensch spielt darum in Shenzhen eine große Rolle. 90% der Belegschaft, deren Durchschnittsalter unter 20 Jahren liegt, sind junge Frauen, die aus verschiedenen Teilen Chinas kommen. Olympus trägt nicht nur für eine sorgfältige Ausbildung Sorge, sondern stellt auch den Wohnraum, bietet medizinische Betreuung, gewährleistet drei Mahlzeiten am Tag, jeweils für



Pfennigbeträge, und bietet auch Gelegenheit zu sportlichen und gesellschaftlichen Aktivitäten. 40 Stunden beträgt die Wochenarbeitszeit in der Montage, wo in zwei Schichten von jeweils acht Stunden gearbeitet wird. Der Abstand zwischen den beiden Schichten, so erklärt Makoto Oishi, Geschäftsführer der Olympus Shenzhen Industrial Ltd., beträgt dabei vier Stunden. Das schafft die notwendige Flexibilität, um bei besonders starker Nachfrage sofort mit Überstunden reagieren zu können. In der Teilefertigung wird dagegen

in zwei 12-Stunden-Schichten rund um die Uhr gearbeitet – dabei haben die Mitarbeiter nach vier Arbeitstagen jeweils drei Tage frei.

Etwa 160,- DM im Monat (Logis frei) kann eine junge Frau bei Olympus Shenzhen zu Beginn verdienen. Das hört sich nicht viel an, liegt aber bereits deutlich über dem durchschnittlichen chinesischen Monatseinkommen. Studierte Arbeitskräfte fangen mit einem Gehalt von etwa 580,- DM an, für chinesische Verhältnisse ein kleines Vermögen. Vier bis fünf Jahre bleiben die jungen Mädchen gewöhnlich in den Fabriken in Shenzhen. Dann kehren sie meistens in ihre Heimat zurück, um zu heiraten.

## Globale Wettbewerbsfähigkeit

Die niedrigen Lohnkosten sind eine Grundvoraussetzung dafür, auf dem Weltmarkt bestehen zu können. Etwa 30%, rechnet Taku Miyasaka, Geschäftsführer der Olympus Hong Kong Ltd. vor, machen die Löhne von den Gesamtkosten eines Produktes in Shenzhen aus. Um eine vergleichbare Arbeitskraft in Hong Kong zu bezahlen, müßte man ein Zehnfaches aufwenden,

*Links und unten: In der Teilefertigung wird in zwei 12-Stunden-Schichten rund um die Uhr an 7 Tagen in der Woche gearbeitet. Die Mitarbeiter haben nach 4 Arbeitstagen jeweils 3 Tage frei.*

*Bild rechts: Teamarbeit nach japanischem Vorbild: In Arbeitsgruppen werden Maßnahmen zur Verbesserung des Produktionsablaufes diskutiert.*



erklärt der Olympus Manager, in Japan nochmals das Zwei- oder Dreifache davon. Die Kamerapreise, wie wir sie heute gewohnt sind, ließen sich heute ohne die Verlagerung der Produktion in Länder wie China überhaupt nicht darstellen. Höhere Preise würden allerdings auch eine geringere Nachfrage und damit einen kleinen Markt bedeuten.

## Verantwortung für die Zukunft

Die Möglichkeit, nahezu die gesamte analoge Kamerapalette des Unternehmens unter optimalen Bedingungen in China herstellen zu können, macht die Verantwortlichen bei Olympus zuversichtlich. Daß die Qualität stimmt, beweist nicht nur der Markterfolg der Produkte, sondern auch die Zertifizierung nach ISO 9002, die bereits Anfang des Jahres 1997 erteilt wurde. In diesem Jahr kam eine Umweltzertifizierung nach ISO 14001 dazu; denn zur Verantwortung zählt bei Olympus auch die Tatsache, daß die Umwelt möglichst



wenig belastet wird. Die Sauberkeit des Fabrikgeländes mit ansprechenden Grünanlagen, Gewässern und Lychee-Bäumen läßt dies auch äußerlich deutlich werden.

Apropos Zukunft: Wann Digitalkameras von Olympus in den chinesischen Fabriken hergestellt werden, steht nach Aussage von Hiroshi Komiya noch in den Sternen. Der Besucher der modernen Produktionsstätten wäre allerdings nicht überrascht, wenn auch in diesem Segment bald ein Anfang gemacht würde. Einzelne Linsenkomponenten für die Objektive der Camedia Kameras kommen ebenfalls bereits heute aus Shenzhen.

# „Das mach' ich nur für PENTAX!“

*Psst: Mit dem superleisen Zoom-Motor der ESPIO 105G zoomen Sie sich in so einer Situation ganz einfach mitten ins Motiv.*

Knackig scharfe Bilder, ohne zu stören.

Mit der neuen Pentax ESPIO 105G zoomen Sie sich fast lautlos an Ihre Motive heran.

Und dank der gummierten Grifffläche, Autofokus mit Schärfespeicher, automatischer Gegenlichtkorrektur, Unendlich-Funktion und Langzeitbelichtung haben Sie wirklich jede



Fotosituation im Griff. Ihr Fachhändler berät Sie gern.

Oder wenden Sie sich direkt an uns:

Tel. 0 40/56 19 22 22.

Sie finden uns auch im Internet:

<http://www.pentax.de>

Unverbindliche Preisempfehlung:

**DM 299,-**

# PENTAX

EINFACH GUT DRAUF

# CeWe Color Gruppe setzt Wachstum in Europa fort



## Erfolg mit Augenmaß

Interview mit Hubert Rothärmel,  
Vorstandsvorsitzender der  
CeWe Color Holding AG

**Mit einem Umsatzplus von 10,2% hat die CeWe Color Gruppe ihr Wachstum in den ersten neun Monaten dieses Jahres fortgesetzt. Auch das Gesamtergebnis liegt deutlich im Plus. Mit einer Rate von 18,9% ist das Unternehmen in Mittel-Osteuropa besonders stark gewachsen. Aber auch im Inland wurden Zugewinne erzielt. imaging+foto-contact hat mit dem Vorstandsvorsitzenden der CeWe Color Holding AG, Hubert Rothärmel, über die Perspektiven für CeWe Color und das Großfinishing im Jahr 2000 gesprochen.**

**imaging+foto-contact:** Herr Rothärmel, wir konnten bereits in der Ausgabe ifc 11/99, S. 8 über eine Pressemitteilung des BGL berichten, in der mitgeteilt wurde, daß der deutsche Bildermarkt im ersten Halbjahr um 7,3% gewachsen ist. Wo sehen Sie die Ursache für diese erfreuliche Entwicklung?

Hubert Rothärmel: Die in der Tat erfreulichen Zahlen entsprechen den Tatsachen, denn sie werden bei den Mitgliedsfirmen des BGL ermittelt. Ein wichtiger Grund liegt mit Sicherheit darin, daß die Reisesaison wieder gut gelaufen ist. Dort machen die Verbraucher nach wie vor die meisten Bilder.

**imaging+foto-contact:** Hat APS etwas damit zu tun?

Hubert Rothärmel: Die Verbraucher haben sowohl mit Kleinbild als auch mit APS gerne fotografiert. Bei uns liegt der Anteil von APS Filmen inzwischen bei rund 7%, das sind 60–70% mehr als im Vorjahr. Für das nächste Jahr könnte ich mir vorstellen, daß APS einen Anteil von 8–9% erreicht. Der Zuwachs im Bildermarkt wird also im wesentlichen tatsächlich von APS getragen.

**imaging+foto-contact:** Wie hat CeWe Color in diesem Markt abgeschnitten?

Hubert Rothärmel: Wir sind sehr zufrieden. Nach neun Monaten haben wir 8,7% mehr Filme entwickelt und sogar 9,5% mehr Bilder geprintet. Dabei freut uns besonders, daß unser Umsatz nach neun Monaten sogar um 10,2% gestiegen ist. Darin sind allerdings zunehmend Erlöse aus dem Einzelhandel enthalten. Wir haben ja in Osteuropa und jetzt auch in Skandinavien eine große Anzahl von eigenen Geschäften.

**imaging+foto-contact:** Wie würde Ihr Umsatzwachstum ohne die Einzelhandelsaktivitäten aussehen?

Hubert Rothärmel: Bei den reinen Fotoarbeiten liegt das Umsatzwachstum eher bei knapp 5%, denn nach wie vor besteht ein sehr harter Wettbewerb. Ich verstehe darum schon, warum die Geschäftsstelle des BGL in ihrer Pressemitteilung erwähnt hat, daß viele Labors sich um die Kostenseite, d. h. das Verhältnis von Kosten zu Erlösen, Sorgen machen. Wachstum im Volumen ist ja nicht alles.

**imaging+foto-contact:** Sitzen Sie als größter europäischer Fotofinisher nicht an der Quelle, um zu stabilen Preisen beizutragen?

Hubert Rothärmel: Sie wissen, daß die

Endverbraucherpreise nicht von uns bestimmt werden, sondern vom Einzelhandel, der ja wiederum ein schwieriges Jahr hinter sich bringt. Das hat den Wettbewerb unter den Großunternehmen nochmals angefacht. Denken Sie daran, was zur Zeit z. B. im Lebensmittelsektor oder bei den Drogeriemärkten abläuft. Dieser Wettbewerb im Einzelhandel führt natürlich auch zum Druck auf die Lieferanten.

**imaging+foto-contact:** Wo konnten Sie Ihr Wachstum in den ersten neun Monaten erzielen?

Hubert Rothärmel: Das Mengenwachstum von 8–9%, das wir bei Filmen und Bildern erreicht haben, haben wir zu einem großen Teil im Ausland erzielt. Aber auch im Inland kommen wir fast an diese Wachstumsrate heran. Das hängt sicherlich mit unserer Kundenstruktur zusammen. Sie wissen, daß die Großvertriebsformen zur Zeit im Bildermarkt schnell wachsen. Da wir in diesen wachstumsträchtigen Segmenten traditionell gut vertreten sind, konnten wir mit unseren Kunden wachsen, ohne mit aggressiven Preisen unseren Konkurrenten Pakete wegzunehmen. Hier zahlt sich unsere langfristige Strategie aus: Wir haben schon vor 25 Jahren gewußt, daß wir uns national ausweiten mußten, und vor spätestens 15 Jahren waren wir sicher, ins europäische Ausland expandieren zu müssen. So konnten wir mit den immer mächtigeren Großvertriebsformen Schritt halten und an deren Wachstum partizipieren.

**imaging+foto-contact: Erzeugen Sie nicht durch die enge Zusammenarbeit mit den Großvertriebsformen den Preisdruck, den Sie soeben ein wenig beklagt haben?**

Hubert Rothärmel: Das kann ich nicht nachvollziehen. Wenn wir diese Großvertriebsformen nicht beliefern würden, gäbe es sicher genügend andere. Ich kann mir schwer vorstellen, daß die Filme in den Filialen der großen Einzelhandelsketten oder an ihren Theken unentwickelt liegen bleiben würden, wenn wir dort nicht aktiv wären.

**imaging+foto-contact: Also schlechte Nachrichten für den Fachhandel?**

Hubert Rothärmel: Nein. Der Foto-Einzelhandel hat in diesem Jahr im Vergleich mit anderen Branchen bisher bekanntlich gut abgeschnitten. Gut geführte Fachhandelsgeschäfte, besonders, wenn sie sich filialisiert oder tüchtigen Kooperationen angeschlossen haben, behaupten sich gut und wachsen sogar. Allerdings verschieben oder erweitern sich bei diesen Händlern die Sortimentsanteile. Denken Sie z.B. an die Telekommunikation.

**imaging+foto-contact: Heißt das, daß die Bedeutung des Bildergeschäftes für den Fotohandel abnimmt?**

Hubert Rothärmel: Ich würde dem Fachhandel niemals raten, das Bildergeschäft im mindesten zu vernachlässigen. Denn es ist der Dreh- und Angelpunkt für alle anderen Sortimentsbereiche. Da aber die Margen an der Bildertheke durch harten Wettbewerb unter Druck sind und der Fachhandel sich der Konkurrenz zwangsläufig anpassen muß, sollte er versuchen, in seinen anderen Sortimenten oder in neuen Segmenten so zu kalkulieren, daß dort zusätzliche

Deckungsbeiträge erzielt werden. Die Gewinne allein von Film und Fotoarbeiten zu erwarten und Geräte zu geringsten Margen zu verkaufen, ist bestimmt keine Zukunftsstrategie.

**imaging+foto-contact: Steht das Gerätegeschäft nicht auch unter Preisdruck?**

Hubert Rothärmel: Man kann auch im Kamerageschäft durch geschickte Sortiments- und Markenpolitik eine recht ordentliche Rendite erwirtschaften. In der Telekommunikation gibt es bereits seit einigen Jahren sehr anständige Margen zu verdienen. Der Fotofachhandel hat lange Zeit Geräte mit zu geringen Margen angeboten, um das gewinnträchtige Bildergeschäft zu stimulieren. Das war sicher auch einmal richtig. Wer aber jetzt seine Fotoarbeiten zu hoch kalkuliert, wird Marktanteile an die aggressiveren Anbieter, die mit Selbstbedienung arbeiten, verlieren. Wir wissen von unseren Auslandsaktivitäten, daß es auch anders geht. In Holland, in Belgien, in Frankreich oder Dänemark haben bereits viele Fotohändler eine bessere Balance zwischen der Kalkulation von Fotoarbeiten und Geräten gefunden.

**imaging+foto-contact: Sie haben angekündigt, im Sommer nächsten Jahres in Budapest das 26. Labor der Gruppe zu eröffnen. Wie stellt sich der mittel- und osteuropäische Markt für Sie zur Zeit dar?**

Hubert Rothärmel: Das ist von Land zu Land unterschiedlich. Polen entwickelt sich wirtschaftlich zur Zeit am besten. Darum haben wir in diesem Jahr in Graudenz das dritte polnische CeWe Labor eröffnet. In absehbarer Zeit werden wir das Labor und die Zentrale unserer Kette Fotojoker in Kedzierzyn-Kozle ebenfalls in neue, viel größere Räumlichkeiten verlegen und auch unser Warschauer

Labor dem Wachstum anpassen. Die Tschechische Republik ist dagegen in einer Wirtschaftskrise, von der wir erfreulicherweise nicht direkt betroffen sind. Wir haben dort weiter Wachstumsraten und bauen zur Zeit ein modernes Labor mit 4.000 qm Fläche für Betrieb und Verwaltung. Gut geht es uns auch in der Slowakei, wo wir hohe zweistellige Zuwachsraten haben. In Ungarn ist jetzt die Entscheidung gefallen, zunächst in überschaubarem Rahmen mit einem eigenen Labor den Markt zu bedienen.

**imaging+foto-contact: Die genannten Länder zeichneten sich bisher durch ein außerordentlich niedriges Preisniveau aus. Verändert sich das?**

Hubert Rothärmel: Im Gegenteil, es ist zum Teil noch schwieriger geworden, weil die west- und mitteleuropäischen Großvertriebsformen dort jetzt sehr stark filialisieren. Diese Unternehmen erobern den Markt dort mit den gleichen Methoden, mit denen sie auch hier vorangekommen sind, nämlich durch sehr günstige Preise. Da das Durchschnittseinkommen in Mittel-Osteuropa erheblich unter dem westlichen Standard liegt, sind die Konsumenten dort noch viel preisbewußter als hier. Es gibt daher keinerlei Besserung der Endverbraucherpreise im Bildergeschäft, obwohl die Inflationsrate in diesen Ländern teilweise erheblich ist.

**imaging+foto-contact: Sie investieren in diesen Ländern sehr stark. Lohnt sich das bei dem niedrigen Preisniveau?**

Hubert Rothärmel: Gerade bei niedrigen Preisen müssen wir investieren, um mit modernster Technik effizient produzieren zu können. In der Tschechischen Republik und in der Slowakei schreiben wir bereits schwarze Zahlen. In Polen haben wir den Break-Even erreicht, und in Ungarn werden wir sicher ein paar Jahre arbeiten müssen, bis wir Geld verdienen. Die Investitionen in diesen Ländern sind grundsätzlich auf die Zukunft gerichtet.

**imaging+foto-contact: Wie hoch ist inzwischen der Umsatzanteil von Osteuropa bei CeWe Color?**

Hubert Rothärmel: Ich rechne damit, daß wir in diesem Jahr 6-7% unserer Umsätze in Mittel-Osteuropa erzielen. Innerhalb der nächsten ein bis zwei Jahre werden das sicherlich 10% werden. ►►

## CeWe Color nach drei Quartalen im Plus

In den ersten neun Monaten des Jahres 1999 konnte die CeWe Color Gruppe mit 25 Laboren in zwölf europäischen Ländern 69,8 Millionen Filme entwickeln, 8,7% mehr als im Vorjahreszeitraum. Die Menge der produzierten und verkauften Farbbilder stieg um 9,5% auf 2,41 Milliarden Stück.

Der Umsatz wuchs im 9-Monats-Vergleich um 10,2% auf 305,3 Millionen Euro. Darin sind die Aktivitäten der akquirierten norwegisch/dänischen Fotohandelskette Japan Photo mit 9,6 Millionen Euro enthalten. Die stärksten Zuwächse konnte die Gruppe in Mittel-Osteuropa mit einem Plus von 18,95 erzielen.

Der Vorstand der CeWe Color Gruppe ist zuversichtlich, das gesteckte Jahresziel von 380-390 Millionen Euro Umsatz erreichen zu können. Das Vorsteuer-Ergebnis liegt zum 3. Quartal mit 19,8% über dem Vorjahr und damit gegenüber der Planung deutlich im Plus. Ausführliche Zahlen will die CeWe Color Holding AG im Bericht zum 1. bis 3. Quartal 1999 Ende November bekanntgeben.

**imaging+foto-contact: Wollen Sie noch in weiteren Ländern in dieser Region aktiv werden?**

Hubert Rothärmel: Im Moment haben wir keine konkreten Absichten. Wenn aber, wie es zur Zeit diskutiert wird, der Kreis der Beitrittskandidaten zur Europäischen Union weiter gezogen wird, werden wir uns diese Märkte mit Sicherheit ansehen. So ist jetzt von allen Baltischen Staaten die Rede, zu meinem Erstaunen auch von Rumänien und von Bulgarien. Slowenien gehört ja bereits zu den Beitrittskandidaten. Darüber denken wir nach. Anders ausgedrückt: Wir werden uns auf die Staaten beschränken, die irgendwann zur EU gehören werden. Darüber hinaus möchten wir nicht gehen.

**imaging+foto-contact: Es gibt also keine Pläne für Rußland?**

Hubert Rothärmel: Ich höre zur Zeit, daß der russische Fotomarkt sich langsam wieder erholt. Trotzdem haben wir keine Absicht, dort aktiv zu werden. Denn ich bin sicher, daß man dort auf lange Zeit überhaupt kein Geld verdienen kann, aber ein immens hohes Verlustrisiko eingeht. Das möchte ich uns und unseren Aktionären nicht zumuten.

**imaging+foto-contact: Bevor das Thema Osteuropa in den Vordergrund rückte, hat CeWe Color im Auslandsgeschäft vornehmlich über Frankreich gesprochen. Wie sind Sie mit Ihren Aktivitäten dort zufrieden?**

Hubert Rothärmel: Wir beschäftigen uns immer noch am meisten mit Frankreich und haben dort nach Deutschland das meiste Geld investiert. Für das kommende Jahr haben wir für die französischen Betriebe einen geradezu enormen Investitionsplan entwickelt. Frankreich ist und bleibt für uns der zweitwichtigste Markt nach Deutschland. Wir reden nur nicht so oft darüber, weil es in einem Land, in dem die Marktanteile so fest verteilt sind, nicht viel Neues zu berichten gibt. In den mittel-osteuropäischen Märkten steckt mehr Phantasie, aber das Geld und die Gewinnaussichten stecken in den traditionellen Ländern.

**imaging+foto-contact: Kann man aus den geplanten Investitionen in Frankreich schließen, daß Sie die festgefügt Marktanteile dort ein wenig verschieben möchten?**

Hubert Rothärmel: Diese Schlußfolgerung ist nicht zutreffend. Richtig ist, daß wir nur durch modernste Technologie auf dem französischen Markt in die Nähe

der Kostenführerschaft gelangen können. Das ist gerade in Märkten, die zum größten Teil verteilt sind, die wichtigste Voraussetzung, um profitabel zu arbeiten. Die Kostenführerschaft hat man aber nur, wenn man der modernste, rationalisierteste und schlankste Betrieb ist. Das möchten wir in Frankreich werden.

**imaging+foto-contact: In diesem Jahr verzeichnen wir hohe Wachstumsraten bei dem Verkauf von Digitalkameras. Die Zeichen deuten darauf hin, daß sich dies in den kommenden Jahren fortsetzen wird. Erwarten Sie davon Beeinträchtigungen für das klassische Bildergeschäft?**

Hubert Rothärmel: Die erfreulichen Wachstumsraten, die wir in diesem Jahr haben, zeigen, daß Digitalkameras dem traditionellen Markt im Moment gar nichts wegnehmen. Dabei wissen wir nicht genau, was die Konsumenten mit diesen Geräten eigentlich tun. Darum starten wir zur Zeit eine intensive Konsumentenbefragung, um kontinuierlich zu ermitteln, was die Nutzer von Digitalkameras mit diesen Geräten tun, ob sie davon Bilder haben möchten und wenn ja, wie diese hergestellt werden sollten. An dieser direkten Konsumentenbefragung werden wir dann unsere Strategie orientieren.

**imaging+foto-contact: Beim Einfluß der Digitaltechnik geht es ja nicht nur um digitale Kameras. Auf der PMA Europe stand das Thema „Digitaler Workflow im Großlabor“ im Mittelpunkt vieler Diskussionen, auch in Verbindung mit dem Internet. Wird die Bildertheke demnächst überflüssig, weil die Leute ihre Bilder am eigenen PC bestellen?**

Hubert Rothärmel: Das denken wir nicht. Die beste Antwort auf die Herausforderung der Digitaltechnik kennen Sie von uns bereits seit einigen Jahren: Wir bemühen uns, jede Art von Produkten oder Dienstleistungen, die hier auftauchen, am Markt selber zu entwickeln und auszutesten. Dabei haben wir in der digitalen Welt drei Schwerpunkte ermittelt: Zum ersten wird die Digitalisierung unsere Produktion revolutionieren. Digitales Printen im Großlabor wird nicht nur möglicherweise sogar produktiver und rationeller sein als die bisherige Technik, sondern auch zu ungeahnten Vorteilen für den Verbraucher hinsichtlich der Qualität führen. Der zweite Schwerpunkt, den wir gesetzt haben, ist das Thema PhotoWorld. Das ist ein großer virtueller Marktplatz, wo

wir mit unseren Kunden gemeinsam auftreten und die Konsumenten an eine Internet- Dienstleistung im umfassenden Sinn gewöhnen. Der dritte Schwerpunkt ist unsere Digitalstation, von der wir in Kürze eine neue Generation auf den Markt bringen. Damit wird dem Fotohandel eine Vielzahl von zusätzlichen Möglichkeiten eröffnet, um dieses Thema direkt im Geschäft nach vorne zu bringen. Darüber hinaus engagieren wir uns in Kooperation mit anderen bei neuen Produkten wie Picture CD und PhotoNet. Das tun wir gerne und hoffen, daß irgendwann einmal etwas dabei herauskommt.

**imaging+foto-contact: Wird das Internet nicht dazu verleiten, zumindest einen Teil des Bildermarktes am Fotohandel vorbei in einer Art Mailorder-System abzuwickeln? Es gibt bekanntlich bereits Unternehmen, die laut darüber nachdenken.**

Hubert Rothärmel: Man kann natürlich nicht ausschließen, daß mit der steigenden Bedeutung von e-commerce auch ein gewisser Teil des Bildermarktes von diesem Medium besetzt wird. Es gibt ja auch eine Reihe von Ländern, wo sich ein nennenswerter Teil des Fotofinishing zwischen Mailorder-Labors und Endverbrauchern direkt abwickelt. Ich würde allerdings ein System bevorzugen, bei dem man den Handel in die Internet-Aktivitäten einbindet, so wie wir es bei PhotoWorld bereits begonnen haben. Die größten Probleme von e-commerce sind bekanntlich die Auslieferung und der Kassiervorgang. Beides läßt sich am besten lösen, wenn die Aufträge in einem Geschäft abgeholt werden. Für den Fotohandel ist es darum wichtig, dieses Feld bereits heute zu besetzen und eigene e-commerce Angebote zu entwickeln. Dort können die digitalen Bild-Dienstleistungen angeboten werden. Der Kunde bestellt dort und holt die Bilder im Geschäft ab. Mit Direktangeboten, die diese Dienstleistungen am Fotohandel vorbei dem Kunden zugänglich machen, muß sich der Händler dann genauso auseinandersetzen, wie er das heute ja schon mit dem Versandhandel tun muß. Wir arbeiten intensiv an Konzepten, die den Fotohandel dabei unterstützen. Denn eines ist klar: Wenn es machbar ist, wird es auch Anbieter geben, die es versuchen. Darauf muß man sich bereits heute einstellen.

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



# Mit EPSON arbeiten Sie tonangebend.

## Fotografieren. Scannen. Drucken. Proofen.

Bei der Qualität ihrer Bildverarbeitung muß die grafische Industrie permanent Farbe bekennen. Dafür fächert das komplette Programm von EPSON alle Möglichkeiten auf. Von detailverliebten Scannern über brillante digitale Kameras bis zu beeindruckenden Proofsystemen – mit EPSON gewinnt Ihre Arbeit mehr Farbe: EPSON.



EPSON PhotoPC 850Z



EPSON Scanner GT-12000



EPSON Stylus Pro 9000



EPSON Stylus Pro 5000

Ich möchte tonangebend arbeiten. Bitte senden Sie mir weitere Informationen zum Programm von EPSON für die grafische Industrie.

Name

Straße

PLZ/Ort

Privat  Firma  Weiterverkäufer (bitte ankreuzen)

(Auf Postkarte haben und an eine der untenstehenden Adressen senden.)

EPSON Deutschland GmbH  
Zeilicher Straße 8 · D-40549 Düsseldorf  
Kaufberatung: +49 (0)2180/5234150 (0,24 DM/Min.)  
Telefax: +49 (0)211/5047787  
Internet: <http://www.epson.de>

EPSON Deutschland GmbH - Niederlassung Österreich  
Concorde Business-Park/84 · A-2320 Schwecat/Wien  
Kaufberatung: +43 (0)810/200124  
08.00-18.00 Uhr: 0,93 BS/Min.  
18.00-08.00 Uhr, Sa. & So.: 0,42 BS/Min.  
Internet: <http://www.epson.at>

Beratungszeiten: Mo. - Fr. 9.00 - 21.00 Uhr  
Sa. & So. 10.00 - 16.00 Uhr

# EPSON®

EPSON und EPSON Stylus sind eingetragene Marken der Seiko-EPSON Corporation.

## Hauptlehrgang fast ausgebucht

Nur noch wenige freie Plätze sind im 28. Hauptlehrgang zum Handelsfachwirt (IHK), Fachrichtung „Foto- und Medientechnik“ zu vergeben, der am 3. Januar 2000 in Kiel beginnt. In knapp sechs Monaten (der Lehrgang endet am 23.6.) werden die Teilnehmer in praxisnaher Ausbildung auf die Übernahme einer Führungsposition im Handel vorbereitet.

Der Lehrgang ist in drei Abschnitte unterteilt, die jeweils auch einzeln gebucht werden können: Teil I, der kaufmännische Teil, dauert vom 3.1. bis 24.3., Teil II, in dem es um Foto- und Medientechnik geht, beendet die Ausbildung vom 17.4. bis 23.6., und Teil III, die Ausbildung der Ausbilder, bildet vom 27.3. bis 14.4. den zeitlichen Mittelpunkt. Der kaufmännische Teil befaßt sich unter anderem mit Betriebswirtschaftslehre, Kosten- und Leistungsrechnung, betrieblichem Personalwesen, Beschaffung und Lagerhaltung, Absatzwirtschaft und volkswirtschaftlichen Grundlagen. Im zweiten Teil geht es um Kamerakunde, Fotooptik, Fotochemie, Digital- und Medientechnik sowie um reichlich praktische Arbeit. Und in Teil III lernen die Teilnehmer alles, was sie zur erfolgreichen Ablegung der Ausbildereignungsprüfung benötigen. Voraussetzung zur Teilnahme am Hauptlehrgang ist eine abgeschlossene Ausbildung als Fotokaufmann, Fotoverkäufer, Drogist, Fotolaborant oder Optiker sowie eine mindestens zweijährige Berufserfahrung nach Abschluß der Ausbildung. Ausnahmeregelungen sind jedoch möglich. Der Hauptlehrgang kostet komplett 5.490 DM plus 790 DM für Materialverbrauch, die einzelnen Teile kosten 2.950 DM (Teil I), 3.490 DM (Teil II) und 990 DM (Teil III). Hinzu kommen die Prüfungsgebühren durch die IHK. Und wer das Angebot annimmt, in schuleigenen Zwei-Bett-Zimmern zu wohnen, muß dafür 240 DM pro Woche bezahlen. Eine Förderung der Ausbildung nach Meister-BaföG oder BFD ist möglich.

30 Lehrgänge, Seminare und Workshops sowie als „Special“ eine fünftägige Praxisveranstaltung „Werbefotografie und Beleuchtungstechnik“ in der Fotoschule Alcasar in Spanien listet das Jahresprogramm 2000 auf, das die Fachschule des Deutschen Fotohandels in Kiel vorgestellt hat. Wie immer ist das Angebot breit gefächert: Basisseminare richten sich an Teilnehmer ohne Vorkenntnisse, in Aufbau Seminaren können Teilnehmer mit Vorkenntnissen ihr Wissen erweitern, und auch Führungskräfte können auf unterschiedlichste Seminare zurückgreifen. Neben der Darstellung der verschiedenen Kursangebote informiert das 40seitige Jahresprogramm aber auch über die Schule selbst und ihr Konzept, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die Mitgliedschaft im Schulverein. Schließlich werden die Dozenten und Trainer im Bild und mit kurzen Lebensläufen vorgestellt.

# Kieler Fotoschule legt Programm für das Jahr 2000 vor



*Gabriele Scheibel, Geschäftsführerin der Fachschule des Deutschen Fotohandels.*

„Wichtigste Neuerungen im 2000er-Programm sind die verschiedenen Angebote für Profifotografen und die thematische Erweiterung der Seminare in Richtung Kommunikationstechniken“, meinte Gabriele Scheibel, Geschäftsführerin der Kieler Fotoschule, im Gespräch mit imaging+foto-contact. So bietet die Weiterbildungs-

einrichtung beispielsweise das Seminar „Großbildpraxis für Auszubildende außerhalb Schleswig-Holsteins“ (Termin: 3.4.-14.4.; Veranstaltungsort: Kiel; Teilnahmegebühr: 980 DM). Dieser Lehrgang vermittelt die Kenntnisse der „Überbetrieblichen Ausbildung“ im Fotografenhandwerk mit Schwerpunkt Großbildfotografie.

Anregungen und Inspiration für die fotografische Kreativität erhalten Profifotografen im Seminar „Faszination des Alltäglichen“ (10./11.9.; Kiel; 495 DM für Mitglieder des Schulvereins/595 DM für Nichtmitglieder). Um den sinnvollen Einsatz der digitalen Fotografie als Ergänzung zur konventionellen Arbeit geht es im Seminar „Digitale Aufnahmetechnik im Studio“ (14./15.2. und 16./17.10.; Kiel; 690/790 DM).

Urlaub und Arbeit können Fotografen, die neue Impulse erfahren wollen, beim Seminar „Werbefotografie und Beleuchtungstechnik“ in Spanien verbinden. Unter der Leitung des renommierten Werbefotografen Charlie Keller arbeiten die Teilnehmer in Gruppen von maximal vier Personen (3.-7.4. und 16.-20.10.; Fotoschule Alcasar, Benitachell, Spanien; 1.980/2.190 DM).

„Mit zwei Angeboten haben wir direkt auf Anregungen von außen reagiert“, erklärte Scheibel. So erhalten die Teilnehmer im Seminar „Qualitätssicherung im Fachlabor“ praxisorientierte Instrumente an die Hand, um Arbeits- und Informationsprozesse von der Auftragsannahme bis zur Auslieferung im eigenen Fachlabor prüfen und durch qualitätssichernde Maßnahmen effektiver und kundenorientierter gestalten zu können (6.7.10.; Düsseldorf; 790/890 DM). Und beim fünftägigen Seminar „Einstieg in die Fotobranche“ werden Neulingen, Branchenfremden und Fotografen, die im Verkauf oder am Minilab eingesetzt werden, die notwendigen Grundkenntnisse des Fotosortiments in Theorie und Praxis vermittelt (13.-17.3. und 9.-13.10.; Kiel; 1.090/1.190 DM).

Einen zweiten Schwerpunkt unter den neuen Angeboten bildet der Themenkomplex Kreativität, Kommunikation, Rhetorik, Körpersprache und Persönlichkeitsentwicklung. Hier werden die Seminare „Das Struktogramm – Die Biostruktur-Analyse als Schlüssel zur Selbsterkenntnis“ (2.4., Mannheim, 23.10. Hannover; 450/590 DM), „Kreativität und Körpersprache“ (9./10.4.; Bonn; 590/690 DM) und „Ihre Ausstrahlung als Schlüssel zum Erfolg“ (3./4.9.; Bonn; 690/790 DM) sowie die „Rhetorik-Werkstatt“ (22./23.5.; Wuppertal; 790/890 DM) angeboten.

An Manager richten sich die Seminare „Das ‚Unternehmens-Gesicht‘ als Erfolgsfaktor ... und wie Sie dessen positive Wirkung auf Ihre Kunden erhöhen und gewinnbringend nutzen“ (20./21.3., Wuppertal; 20./21.11., Mann-



Die zunehmenden Möglichkeiten digitaler Bilddienstleistungen nehmen auch in der Kieler Schule immer breiteren Raum ein. Hier informiert sich eine Schülergruppe am Agfa-Minilab MSC 100 mit angeschlossener digitaler Printeinheit über die hybride Bildverarbeitung.

heim; 790/890 DM), „Führungswerkstatt ‚Der Chef als Coach‘“ (9.-11.10.; Hamburg; 1.090/1.290 DM), „Das ‚Kleine 1x1‘ der Filialleitung“ (16.-18.5.; Hamburg; 990/1.290 DM) und „Finan-

## Auch Fotoprofis werden jetzt angesprochen

zielle Unternehmensführung in den Griff bekommen – Ein Basisseminar für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung“ (6./7.11; Wuppertal; 690/790 DM).

Weiterhin angeboten werden darüber

## Die Lokalpresse für das Geschäft nutzen

Die Frage: „Wie binde ich die Lokalpresse in meine geschäftlichen Aktivitäten ein“ beantwortet das Seminar „Die Presse auf Ihrer Seite“. imaging+foto-contact-Redakteur Herbert Päge gibt einen Einblick in die Grundlagen effektiver Pressearbeit. Die Teilnehmer lernen unter anderem die Arbeitsweisen unterschiedlicher lokaler Medien kennen sowie aus der Menge aller zur Verfügung stehenden Maßnahmen die geeigneten und angemessenen auszuwählen. In praktischer Arbeit werden das Schreiben einer Pressemitteilung nach formalen journalistischen Kriterien und die Organisation einer Pressekonferenz geübt. Das Seminar findet am 20.2. in Wuppertal, 14.5. in Hamburg und 15.10. in Mannheim statt. Teilnahmegebühr: 325 DM für Mitglieder des Schulvereins/395 DM für Nichtmitglieder.



Klassische Fototechnik und speziell die Spiegelreflexfotografie gehören zum traditionellen Bestandteil des Angebotes der Kieler Fachschule.

hinaus zahlreiche Verkaufstrainings für Einsteiger und Fortgeschrittene aus Fotohandel, Fach- und Großlaboren, Veranstaltungen zur Kamera- und Fototechnik sowie zahlreiche Seminare rund um die digitale Fotografie, digitale Bildbearbeitung und digitale Bilddienstleistungen.

**Das Jahresprogramm 2000 kann angefordert werden bei: Fachschule des Deutschen Fotohandels, Feldstraße 9-11, 24105 Kiel, Fax 0431/562568.**

**Fast sieben Wochen lang, von Ende September bis Mitte November, hat Kodak seine Picture Maker Kunden und potentielle Anwender in zahlreichen Groß- und Kleinstädten zum Erfahrungsaustausch eingeladen. Gleichzeitig wurden während der Roadshow Erweiterungen und zusätzliche Geschäftsideen für die über 800 Picture Maker präsentiert, die bereits in Deutschland installiert sind.**

Mit der Picture Maker Workstation bietet Kodak gleichermaßen ein Konzept für den Einstieg in das digitale Bilder-geschäft und eine modular aufgebaute Komplettlösung, die mit den Ansprüchen und der sich weiterentwickelnden Technik wächst. Zur Herbst-Roadshow '99 präsentierte das Unternehmen eine Reihe von Sonderangeboten und Systemerweiterungen. Mit der im Lieferumfang enthaltenen

# Kodak präsentierte den Picture Maker

werbungsfoto in den Mittelpunkt. Mit attraktiven Werbemitteln wurde es zum „Karrierebild“ aufgewertet.

Der ostdeutsche Fotograf und Picture Maker Anwender Jens Dittrich zeigte auf der Roadshow, wie er die vielen Möglichkeiten des Systems für seinen Erfolg nutzt. Dittrich sieht das schnelle Paßfoto nur als Einstieg in lukrative Zusatzgeschäfte, denn dank der neuen Picture Maker Business Builder '99-Software in der Version 7.1 kann er, getreu dem Kodak Motto, nicht nur mehr aus seinen Bildern machen, sondern auch mehr Gewinn erwirtschaften.

Während die Bilder über den Thermo-sublimationsdrucker ausgegeben werden, kann der Fotograf dem Kunden am Bildschirm weitere Möglichkeiten des

Blitzaugen beseitigen. Einige der Möglichkeiten kann der Kunde in Selbstbedienung vornehmen.

Mit der Picture Maker Business Builder '99-Software 7.1 sind weitere Angebote möglich. So kann der Händler jetzt JPEG-Bilder direkt auf eine Diskette schreiben, damit die Kunden diese Daten beispielsweise für E-Mails, als Bildschirmschoner oder Internet-Anwendungen nutzen können. Bis zu fünf Aufnahmen im JPEG-Format passen auf eine Diskette. Alternativ dazu ist auch die Speicherung der Bilddaten auf anderen Medien möglich.

Weitere attraktive Zusatzgeschäfte bringt die Produktion von Transferfolien für das Drucken von Fotos auf T-Shirts oder anderen Textilien, bzw. auf persönliche Geschenke wie Becher, Mouse-Pads etc.

Erweitert wurden die Möglichkeiten des Einscannes: War es bislang nur möglich, Aufsichtsvorlagen zu digitalisieren, können jetzt auch Kleinbildnegative und -dias (gerahmt und ungerahmt) sowie APS-Filme eingescannt werden. Neue Software sorgt dabei dafür, daß bereits beim Scannen automatisch Staub und Kratzer eliminiert werden. Die Adapter für die unterschiedlichen Filmformate lassen sich problemlos austauschen, so daß zügiger Workflow gewährleistet ist. Der Kodak Photo Printer 4700 für das DIN A6-Format hilft dem Anwender, besondere Angebote für den Bildausdruck im Format 10 x 15 cm zu machen. So lassen sich etwa die vor allem bei Kids beliebten Sticker problemlos printen.

Markus Pfander, Leiter Minilab und Vertrieb Digital bei Kodak Consumer Imaging, zeigte sich von der Roadshow begeistert: „Auch diese Tour hat bewiesen, daß die Kunden die Möglichkeiten des Picture Maker schätzen. Potentiellen Anwendern haben wir die Vielfalt der Angebote vorgeführt. Sobald sie die Qualität der Ergebnisse beurteilen konnten, war kaum mehr weitere Überzeugungsarbeit notwendig.“



*Zahlreiche Kunden und Interessenten nahmen die Gelegenheit wahr, sich auf der Kodak Roadshow Funktion und Qualität des Kodak Picture Maker vorführen zu lassen.*

Kodak DC 265 Digitalkamera und der Multiblitz Digilite Blitzanlage kann der Picture Maker zusätzlich zu einem digitalen Studio für Paß- und Bewerbungsfotos aufgerüstet werden. Aus diesem Grund stellte Kodak auch in speziellen Marketingaktionen das Be-

Picture Maker erklären und so mögliche Zusatzgeschäfte mit Postern, Bildern mit Schmuckrahmen oder Texten generieren. Bei Nachbestellungen im Bild-vom-Bild-Modus lassen sich Ausschnittvergrößerungen herstellen, Farbkorrekturen vornehmen und rote



Sie sehen einen besonderen Moment.  
Oder seine ganze Vielfalt.

It's up to you.



Cyber-shot

### DSC-F505

**Digitale Fotokamera mit 5fach-Zoom.** Es gibt Momente im Leben, an die man sich in allen Facetten erinnern möchte. Kein Problem mit der neuen DSC-F505, dem Highlight unter den Sony Cyber-shot-Kameras. Damit erhalten Sie eine der modernsten Digitalkameras mit über 2 Millionen Pixel und einem 5fach optischen Zoom. Das um 140 Grad schwenkbare Carl Zeiss-Objektiv und manuelle Einstellungen erweitern Ihre fotografischen Möglichkeiten. Und über Memory Stick oder USB-Schnittstelle lassen sich Ihre Bilder schnell übertragen. Lassen Sie sich faszinieren!



# Agfa-Gevaert stellt sich auf dem europäischen Heimatmarkt neu auf

Mit dem Aufbau einer Europa Organisation stellt sich Agfa-Gevaert seit dem Frühjahr verstärkt auf die dynamische Entwicklung des europäischen Marktes ein. Von der Bündelung der Aktivitäten auf seinem Heimatmarkt verspricht sich Europas größtes Fotounternehmen eine spürbare Stärkung der

## Synergien für die Marke

### Interview mit Dr. Harald Wachenfeld, General Manager Consumer Imaging Agfa Europa



**Marke und weitreichende Synergieeffekte. imaging+foto-contact hat mit Dr. Harald Wachenfeld, General Manager Consumer Imaging Agfa Europe, über die Konsequenzen der Neuorganisation für seinen Geschäftsbereich gesprochen.**

Der 44-jährige Manager ist seit dem 1. Mai dieses Jahres bei Agfa. Zuvor war er in verantwortlichen Positionen bei großen Markenartikel-Herstellern wie Adidas, Black&Decker, Sony und Lego im Vertrieb und Marketing tätig. Neben der faszinierenden Technik, die er bei Agfa-Gevaert vorfand, findet Wachen-

feld nach eigenem Bekunden besonderen Spaß an der unternehmerischen Aufgabe, Europa für den Geschäftsbereich Consumer Imaging zu gestalten.

**imaging+foto-contact: Mit welcher Unternehmensstruktur stellt sich die neue Agfa Europa auf?**

Dr. Harald Wachenfeld: Das operative Tagesgeschäft in Europa wird über die neugegründete Agfa Europa NV mit Sitz im belgischen Mechelen abgewickelt. Sie ist in erster Linie eine Vertriebsgesellschaft, die die europäischen Aktivitäten koordiniert. Zu ihren Aufgaben gehören z. B. das Vorantreiben paneuropäischer Werbe- und Marketingaktivitäten sowie ein übergreifendes Preismanagement.

**imaging+foto-contact: In einer früheren Pressemitteilung wurde aber als Sitz von Agfa Europe die Stadt Genf angegeben.**

Dr. Harald Wachenfeld: Das ist immer noch richtig. Dort gibt es mit der Agfa Europa SA unsere Europa-Zentrale. Sie ist eine Art Holding, in der – zu-

mindest an einigen Tagen in der Woche – das für Europa verantwortliche Senior Management angesiedelt ist.

Im operativen Geschäft, also im Kontakt mit den Kunden, tritt diese Gesellschaft nicht in Erscheinung.

**imaging+foto-contact: Welche Vorteile haben Ihre Kunden von der neuen europäischen Struktur?**

Dr. Harald Wachenfeld: Mit der Gründung von Agfa Europa stellen wir uns ausdrücklich auf die Bedürfnisse unserer Kunden ein. Das gilt besonders im Bereich Consumer Imaging, denn unsere größten Kunden, seien es Handelsunternehmen oder Fotofinisher, sind bereits heute oftmals keine nationalen Unternehmen mehr, sondern operieren in immer stärkerem Maße auf europäischer Ebene. Darum ist europäisches Key Account Management eine der wichtigsten Aufgaben von Agfa Europa.

**imaging+foto-contact: Welche Prioritäten setzen Sie für die europäischen Aktivitäten im Bereich Consumer Imaging?**

Dr. Harald Wachenfeld: Zunächst bauen wir natürlich eine schlagkräftige Organisation auf, denn das Wichtigste an einem Unternehmen sind die Menschen, die dort arbeiten. Unsere Aktivitäten konzentrieren sich zunächst auf die Stärkung der Marke Agfa im Consumer Bereich.

Das ist nicht nur für unser klassisches Geschäft mit Filmen und Fotopapieren wichtig, sondern auch im Hinblick auf die neuen Angebote für unsere Kunden. Denken Sie an digitale Produkte wie Scanner und Digitalkameras, aber auch neue Dienstleistungen, die dadurch möglich werden. Auch das vieldiskutierte Thema Internet gehört dazu.

**imaging+foto-contact: Kann man daraus auf eine geringere Bedeutung des Filmgeschäftes schließen?**

Dr. Harald Wachenfeld: Keinesfalls. Vom Film werden wir noch lange leben. Dort generieren wir den Cash Flow, den wir für Investitionen in die neuen Techniken brauchen. Das ist einer der Gründe, warum wir den früheren Bereich Foto mit den Geschäftsfeldern Film, Finishing und Laborgeräte mit dem digitalen System wie Scannern, Digitalkameras und auch Inkjet-Materialien zum Geschäftsbereich Consumer Imaging zusammengefaßt haben.

Die Digitaltechnik macht in Zukunft neue Anwendungen für Bilder über den klassischen Markt hinaus möglich. Die Kernkompetenz von Agfa ist dabei die vollständige Kette vom Input bis zum Output. Das wollen wir den Verbrauchern mit unserer Marke vermitteln.

**imaging+foto-contact: Sind dafür schon konkrete Maßnahmen geplant?**

Dr. Harald Wachenfeld: Ja. Es wird einen neuen Werbeauftritt geben, den wir mit TBWA, unserer neuen Werbeagentur für den Bereich Consumer Imaging in Europa, entwickeln. Ein neuer, frischer Auftritt wird Agfa als zukunftsorientierte, kompetente Marke darstellen und dadurch auch neue Zielgruppen erreichen.

**imaging+foto-contact: Kann man aus all dem schließen, daß der Einfluß Ihrer nationalen Vertriebsgesellschaft abnimmt?**

Dr. Harald Wachenfeld: All business is local – auch im mehr und mehr vereinten Europa. Unsere nationalen Vertriebsgesellschaften behalten darum

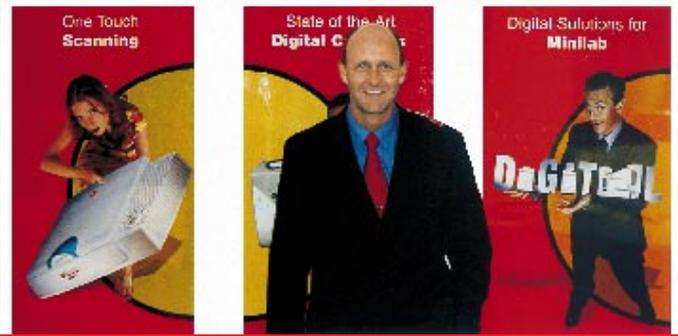
ihre bewährte Funktion, Agfa in den einzelnen Märkten zu repräsentieren und dort unsere europäische Vertriebspolitik umzusetzen. Dazu gehört auch die Anpassung unseres Werbeauftritts – oder auch europaweiter Promotions – an die nationalen Gegebenheiten. Innerhalb der Europa Organisation kann die Rolle nationaler Vertriebsgesellschaften sogar noch wichtiger werden.

Denn wir verstehen europäische Harmonisierung nicht als eine Einbahnstraße, auf der die Europa Organisation den nationalen Tochtergesellschaften fertige Konzepte überstülpt. Unsere Europa Konzepte werden vielmehr

Grenzen. Wir sind sicher, mit unserer großen Kompetenz für die ganze Welt des Bildes in diesem Bereich eine wichtige Rolle spielen zu können. Dabei arbeiten wir an Modellen, von denen auch unsere Kunden im Fachhandel profitieren können. Für die Erschließung der gesamten Möglichkeiten dieses neuen Mediums ist es zudem notwendig, sinnvolle Allianzen mit Unternehmen einzugehen, die unsere Kompetenz z. B. in den Bereichen Dienstleistung oder Telekommunikation ergänzen.

**imaging+foto-contact: Bleibt zum Schluß die Frage, welche Synergieeffekte Sie von**

## Innovations From Agfa



Dr. Harald Wachenfeld:  
„Die Digitaltechnik macht in Zukunft neue Anwendungen für Bilder über den klassischen Markt hinaus möglich.“

in enger Zusammenarbeit mit den Tochtergesellschaften entwickelt. Das schafft erst die Voraussetzung dafür, daß gute Ideen aus einzelnen Ländern in ganz Europa verwirklicht werden können.

Wir rechnen darum mit einem gesunden Wettbewerb, bei dem wir die große Kompetenz unserer Mitarbeiter bestmöglich für das Unternehmen nutzen können.

**imaging+foto-contact: Sie haben das Stichwort Internet erwähnt. Mit welchen Konzepten will Agfa diesen Markt erschließen?**

Dr. Harald Wachenfeld: Das Internet ist eine wichtige Plattform, um neue Anwendungen für Bilder zu entwickeln und neue Zielgruppen zu erreichen. Auch dies ist übrigens ein Feld, das man nicht mit nationalen Vertriebsgesellschaften allein bearbeiten kann, sondern das global vorangetrieben werden muß. Denn das Internet kennt keine

**Agfa Europa in der nächsten Zukunft erwarten.**

Dr. Harald Wachenfeld: Da gibt es eine ganze Menge. Zum einen versprechen wir uns eine schlankere Struktur durch die Zentralisierung von Organisation und Verwaltung, die zahlreiche Mehrfachfunktionen überflüssig machen wird. Aber auch unsere Kunden werden davon profitieren, z. B. im Servicebereich.

Dabei werden wir nicht nur einheitliche Standards für ganz Europa realisieren, sondern auch ganz einfache Dinge, die das Leben leichter machen.

So wird man Agfa über ein virtuelles Call-Center europaweit unter derselben Telefonnummer erreichen können. Am Apparat haben Sie dann allerdings Mitarbeiter, die für die jeweiligen Märkte kompetent sind.

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

# QSS-27er Voll-Digital die digitale Zukunft



gerahmtes Dia



135 Diapositiv



Negativfilme



120er Dia



Prints



Diskette



MOD/ZIP



IX 240 Film



CD



Digital Kameras



QSS-2701 Digital



QSS-2711 DLS

Works With  
**Kodak**  
**PhotoNet**  
online

# al – konsequent in



QSS-2701 Digital



Gruß-Karten



Paßbilder



Visitenkarten mit Foto



Bilddatenerstellung



Vergrößerungen



Foto-Brief



Index-Prints



Digitale Bildentwicklung + Ausdruck



eigene Kalender

## Noritsu MiniLabs Weltweit die Nr. 1

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



allkauf-Geschäftsführer Rainer Pollmeier und Tochter Nina („Nina's Bildermarkt“) blicken optimistisch in die Zukunft.  
Fotos: hepä

**Unter dem Motto „Start ins neue Jahrtausend“ hatte allkauf Ende Oktober zur vierten Hausmesse eingeladen. Franchise-Partner und Mitarbeiter aus den Filialen konnten sich in der Europahalle in Castrop-Rauxel einen Überblick verschaffen über aktuelle Produkte, Dienstleistungen und Kooperationen. So etwa über das neue Geschäftsfeld „Energie“ und die Partnerschaft mit dem Dienstleister für Informationstechnologie, PC Spezialist. Vorgestellt wurden auch das neue E-Commerce-Konzept und die neu gegründete Handelsakademie des Unternehmens.**

## allkauf startet ins neue Jahrtausend

Rund 50 namhafte Hersteller, Lieferanten und Dienstleister aus den Bereichen Foto, Computer, Telekommunikation und Reisen sowie Vertreter der Kooperationspartner stellten ihre Produkte und Dienstleistungen vor. Hauptsponsoren der Veranstaltung waren die Kodak Foto GmbH, Fuji Photo Film Europe GmbH, FTI Flugbörse Touristik Vertriebs GmbH und Mobilcom.

Erstmals öffnete die Hausmesse ihre Pforten nicht nur für Franchise-Partner. Auch Mitarbeiter aus den zur Gruppe gehörenden Fotohandelsketten Nina's Bildermarkt und Foto Sommer sowie Franchise-Interessenten waren eingeladen, um den Markt rund um allkauf und seine Sortimentsbereiche kennenzulernen. Auf der Messe fand zudem ein Rahmenprogramm mit Workshops und Informationsforen statt, die sich mit Themen wie „Selbständigkeit im Fotohandel“ oder „Finanzierung“ beschäftigten.

Eines der wichtigsten Messethemen war die im Sommer gegründete, unternehmenseigene allkauf Handelsakademie „a-ha“, die sich in Castrop-Rauxel mit ihren Partnern Fachschule des Deutschen Fotohandels, Verkaufstrainer Helmut Machemer und Grunenberg Training & Consulting GmbH vorstellen konnte. „Wer Erfolg haben will, muß sich stets weiterentwickeln, darf niemals auf der Stelle stehen bleiben“, meinte Rainer Pollmeier,

Geschäftsführer der R. P. Beratungs- und Beteiligungs GmbH, zu der allkauf seit Anfang des Jahres gehört. „Im Wettbewerb um den Kunden bedeutet das, daß ein Fachhandelsgeschäft nur dann Erfolg haben kann, wenn seine Mitarbeiter über das notwendige fachliche Know-how verfügen, hoch motiviert sind und kompetent beraten.“ Um diese Ziele zu erreichen, sei die Handelsakademie gegründet worden.

Die a-ha Angebote befassen sich mit allen Themen rund um die Sortimentsbereiche Foto, Computer, Telekommunikation und Reisen. Einer der Schwerpunkte im Programm ist das Thema „Rund ums Bild“, das mit Trainings vom Foto-Starter-Kurs bis zum Seminar über digitale Fotografie erschlossen wird. Auch professionelle Verkaufstrainings und mehrstufige Betriebswirtschaftsseminare werden angeboten.

„Ziel der Akademie, die zukünftig auch externen Interessenten offensteht, ist es, die Qualifikation von Franchise-Partnern, Filialeitern, Verkaufsmitarbeitern und Auszubildenden zu optimieren“, erklärte Pollmeier im Gespräch

mit imaging+foto-contact. „Ich bin davon überzeugt, daß sich diese Investition in die Zukunft rechnen wird, denn in den Seminaren werden die Teilnehmer mit Fachwissen ‚aufgela-



Das Thema digitale Bilddienstleistungen ist von keiner Händlermesse mehr wegzudenken. In Castrop-Rauxel präsentierten unter anderem Dr. Walter Kroha (r.) und Norbert Hasenkopf eine neue Annahmestelle für den digitalen Bilderdienst der Pixelnet AG.



Rund 50 namhafte Hersteller, Lieferanten und Dienstleister fanden sich zur vierten allkauf-Hausmesse in der Europahalle in Castrop-Rauxel ein.

den', sie können Erfahrungen austauschen und kehren danach hochmotiviert in den Berufsalltag zurück." Und qualifizierte Beratung, freundlicher Service und individuelle Betreuung seien nach wie vor die besten Methoden, Kunden langfristig an ein Geschäft zu binden.

Weiteres Messethema: der Einstieg des Unternehmens in das E-Commerce, das Online-Verkaufen über das Internet. Ab

## Vierte Hausmesse in der Europahalle in Castrop-Rauxel

Mitte 2000 soll es auch bei allkauf Informationen und Kaufmöglichkeiten rund um die Uhr geben. Pollmeier: „Mit dem übersichtlichen und einfach zu bedienenden Internetauftritt erleben die Kunden der über 250 Fachgeschäfte der Unternehmensgruppe 24 Stunden am Tag abwechslungsreiches Online-Shopping in allen Sortimentsbereichen. Virtuelle Assistenten, wie zum Beispiel der Filmberater, führen den Kunden durch das breite Angebot an Markenartikeln und beraten ihn bei der Produktauswahl.“

Hintergrund der Einführung dieses Angebotes ist die Erkenntnis, daß sich im Internet ein neuer, effizienter Absatzmarkt entwickelt. Um die vernetzte, medial ausgerichtete Zielgruppe zu erreichen, müsse ein Unternehmen wie allkauf seine Kommunikation und seine Vertriebskanäle auf die multimediale Zukunft ausrichten. „Wir wollen dabei nicht, daß sich der Umsatz von der Straße auf die Compu-

terbildschirme verlagert“, stellte Pollmeier fest. „Unser Ziel ist es, strategische Synergien zu schaffen, durch die sowohl neue Umsätze im Internet als auch höhere Umsätze im Fachgeschäft erzielt werden.“ Dies sei nur möglich, wenn das Web-Angebot neben den Lieferanten auch die Einzelhandelsgeschäfte mit ihrem umfassenden Angebot integriere. So werde beispielsweise dem Franchise-Partner die Möglichkeit

### allkauf in Stichworten

Die allkauf Franchise GmbH wurde 1990 als Tochterunternehmen der allkauf Gruppe gegründet. Sie löste die seit 1978 existierende allkauf Foto GmbH ab; das bereits bestehende Filialnetz wurde in ein Franchisennetz umgewandelt. Als 1998 die allkauf Gruppe an den Metro-Konzern überging, wechselte auch die Franchise-Tochter den Besitzer. Zum 1. Januar 1999 wurde das Unternehmen erneut verkauft. Es gehört heute zur R. P. Beratungs- und Beteiligungs GmbH, die mit Nina's Bildermarkt und Foto Sommer noch zwei Fotohandelsketten betreibt. Derzeit gehören rund 90 Franchise-Betriebe zum Unternehmen. Die Partner erwirtschafteten 1997 einen Gesamtumsatz von 149 Mio. DM. Bis Ende 2000 sollen 60 der 110 bestehenden Filialen in Franchise-Betriebe umgewandelt werden. Außerdem ist geplant, 30 weitere Betriebe zu eröffnen. Durch den Verbund mit Nina's Bildermarkt und Foto Sommer ergibt sich nach Ansicht des Geschäftsführers der R. P. Beratungs- und Beteiligungs GmbH, Rainer Pollmeier, eine Reihe von Vorteilen.



Verkaufstrainer Helmut Machemer (2. v. l.) und sein Team gehören zu den Partnern der neugegründeten allkauf-Handelsakademie.

geboten, sich unter dem Dach des „allkauf.net“ individuell im Internet zu präsentieren.

Als weitere Neuheit für das Jahr 2000 kündigte Pollmeier die allkauf card an. Sie bringe für den Inhaber eine Reihe von (finanziellen) Vorteilen mit sich und vereinfache sowohl den Einkauf im allkauf Geschäft als auch das Online-Shopping. hepä

# APS Gemeinschaftsaktion 19

## Fotohandel bestens im Bild

**Deutschlands Fotohändler, Verkäufer und Verkäuferinnen sind bei der Vermarktung von APS topfit. Das ist das Ergebnis von rund 500 Testkäufen, die im Rahmen der großen APS Gemeinschaftsaktion 1999 durchgeführt wurden. Zum offiziellen Abschluß wurden jetzt die zwei Gewinner je eines Ford Focus ermittelt.**

1.500 Fotohändler aller Größenordnungen beteiligten sich an der Gemeinschaftsaktion, die der C.A.T.-Verlag in Zusammenarbeit mit Unternehmen der Fotoindustrie, führenden Großlabors und dem Fotogroßhandel durchführte. Rund zwei Millionen Exemplare der attraktiven, 16seitigen Informationsbroschüre wurden dabei an den Fotohandel ausgeliefert. Sie wurde nicht nur im Geschäft verteilt, sondern auch als Wurf-sendung oder Beilage in der örtlichen Presse eingesetzt. Von der angebotenen Möglichkeit eines individuellen Firmeneindrucks machten zahlreiche Abnehmer Gebrauch.

### Testkaufaktion war ein voller Erfolg

Rund 500 Fotohändler, die sich an der APS Gemeinschaftsaktion 1999 beteiligten, wurden im Laufe des Sommers von Testkäufern besucht, die einen

unbestimmten Kaufwunsch nach einer Kamera äußerten. Wer beim Beratungsgespräch auch das Advanced

Photo System vorstellte, gewann auf der Stelle 100 DM. Deutschlands Fotoverkäufer und -verkäuferinnen zeigten sich bei dieser Aktion fit für das Advanced Photo System: 82,7 Prozent stellten auch Kameras dieses neuen Systems vor und erhielten auf der Stelle einen Gutschein über 100 DM.

### Die richtigen Verkaufsargumente

Dabei hatte die große Mehrheit des Verkaufspersonals auch die richtigen Verkaufsargumente für APS parat. Die Möglichkeit, zwischen drei Bildformaten zu wählen, kam in fast jedem Verkaufsgespräch vor. Auch das kinderleichte Einlegen des Films, die bequeme Archivierung der Filmkassetten in Verbindung mit dem obligatorischen Indexprint und das große Angebot besonders kleiner, leichter und handlicher Kameramodelle wurden häufig erwähnt.



*Birgit Hölker, Mitglied der Redaktion imaging+foto-contact, zog aus dem Berg der Einsendungen die glücklichen Gewinner.*

# 99 erfolgreich abgeschlossen

## Die Gewinner des Ford Focus stehen fest!

Im Rahmen der APS Gemeinschaftsaktion wurden zwei Gewinnspiele durchgeführt. Beim ersten konnte der Fotohandel einen Ford Focus, das Auto des Jahres 1999, gewinnen.

### Dietmar Schäfer,

Ringfoto Schäfer, Hauptstraße 64, 65719 Hofheim/Taunus kann sich über einen brandneuen Pkw freuen, der Anfang nächsten Jahres ausgeliefert wird. Zusätzlich gab es auch ein Gewinnspiel für die Kunden des Fotohandels. Auch hier war der erste Preis ein Ford Focus. Darüber freut sich nicht nur die Gewinnerin

### Renate Schütt,

An der Tonkühle 2, 21614 Buxtehude, sondern auch ihr Fotohändler Foto Köpke, 21614 Buxtehude, der den Preis Anfang nächsten Jahres übergeben wird. Weitere attraktive Preise gingen an:

#### 2. Preis:

#### Rundflug für 2 Personen im Luftschiff

Dieter Tuschen, Cyriakusstr. 20, 59590 Geseke /Foto Sommer, Geseke

#### 3.-12. Preis:

#### 1 Armbanduhr im Metalletui

Renate Harvey, Schwarzwaldstr. 140, 73527 Schwäbisch Gmünd/Müller GmbH Drogerie Center, Schwäbisch Gmünd; Michael Röschel, Stadtfeld 26, 31135 Hildesheim/Porst AG, Hildesheim; Ursula Muras, Nutzhornstr. 62, 27753 Delmenhorst/Hobby Foto, Oldenburg; Doris Heugen, Vor dem Klausentor 4, 06217 Merseburg/Galeria Kaufhof – Kaufhof Warenhaus AG, Günthers-

dorf; Robert Törner, Kürschnerstr. 6, 49124 Georgsmarienhütte; Lydia Mönig, Kanalstr. 6, 36358 Herbstein/Foto Hämel, Herbstein; Christine Arnold, Moosgraben 4, 92720 Schwarzenbach/Foto-Spezialgeschäft Heinrich Steinhauer, Erbdorf; Kurt Schmidt, Rapenseeweg 2, 86163 Augsburg/color Augsburg, Großlabor Mayer GmbH & Co., Augsburg; Angela Groß, Str. zum Löwen 11 A, 14109 Berlin/Karstadt Aktiengesellschaft, Berlin; Ursula Perlich, Wallstr. 51, 45899 Gelsenkirchen/Fotostudio Sauerland GbF, Gelsenkirchen.

#### 13. Preis:

#### 1 Schlauchboot

Florian Köllmayr, Albistr. 3, 80689 München/Foto Zierl, München

#### 14.-15. Preis:

#### je 1 Sonnenschirm

Angela Thalhofer, Geranienstr. 5, 90542 Eckental/Foto+Film Schreiber,



Erlangen; Jutta Müller, Hermesstr. 9, 54245 Trier/Photo-Phant, Portraitstudio & Photofachgeschäft, Siersburg

Die steigenden Marktanteile von APS beweisen die Attraktivität, die das neue System dank der umfangreichen Kamerapalette der Hersteller inzwischen am Markt gewonnen hat. Die starke Beteiligung des Fotohandels und die Berge von Gewinncoupons, die beim Amateurgewinnspiel eingegangen sind, zeigen die Effektivität von Gemeinschaftsaktionen für das neue System, das auch im kommenden Jahr mit effektiven Werbemaßnahmen unterstützt werden wird.

## Gemeinschaftsaktion in Österreich

Die Gemeinschaftsaktion für das Advanced Photo System in Deutschland strahlte auch in die Nachbarländer aus. Aufgrund des Erfolges in der Bundesrepublik gab der österreichische Fotohändler-Verband beim C.A.T.-Verlag eine Neuauflage der APS Broschüre in Auftrag, die im Sommer ausgeliefert werden konnte.

Damit hatten auch österreichische Fotohändler Gelegenheit, die Broschüren einzusetzen, um zahlreiche Fotoamateure für das Advanced Photo System zu begeistern.

# Unterstützung des Handels durch attraktive Gewinnspiele

Bereits zum zweiten Mal in diesem Jahr hat die Fuji Photo Film (Europe) GmbH im Rahmen von Gewinnspielen attraktive Autos verlost. Am 8. Oktober konnten zwanzig Preisträger einen Austin Mini Cooper in Empfang nehmen. Am 17. November wurde ein weiteres kunterbuntes Auto (VW Beetle) an eine glückliche Gewinnerin überreicht.



## Frischgebackene Autobesitzer dank Fujifilm

Der 8. Oktober dieses Jahres machte zwanzig Gewinner aus ganz Deutschland zu glücklichen Besitzern eines Austin Mini Cooper mit „Mr. Bean Signatur“. Shigetaka Komori, Managing Director der Fuji Photo Film (Europe) GmbH, übergab die Hauptpreise des Gewinnspiels, das Fujifilm im Rahmen der Frühjahrs-/Sommer-Werbekampagne mit dem englischen Starkomiker Rowan Atkinson alias Mr. Bean durchgeführt hat. Mehr als 17.000 Einsendungen erreichten die Düsseldorf

### Futter für den Farbschlurf

Glückliche Besitzerin des wohl buntesten Autos der Stadt wurde Grit Reepschläger aus Pasewalk am 17. November dieses Jahres. Sie ist die Gewinnerin des Fujifilm Gewinnspiels, bei dem es um die Frage nach dem besten Fotopapier für lebendige, farbenfrohe Bilder, die auch nach Jahren nicht verblassen, ging. Ihre richtige Gewinnspiel-Antwort lautete „Fujicolor Crystal Archive Paper“, welches laut Aussage von Fujifilm die perfekte Ergänzung für die neue Generation von Farbnegativfilmen ist. Diese arbeiten mit der von Fujifilm entwickelten Vier-Farbschicht-Technologie und sorgen somit für eine wirklichkeitsgetreue Farbwiedergabe. Zu dem Gewinnspiel erhielt das Unternehmen

mehr als 100.000 Einsendungen. Die Gewinnerin konnte ihr Glück kaum fassen, da sie nach eigener Aussage schon immer von einem bunten Auto geträumt hatte. Dieser Herzenswunsch wurde ihr jetzt erfüllt, und so trat sie von Düsseldorf aus zusammen mit ihrem Mann in einem in den schillernen Farben des Regenbogens lackierten VW Beetle die Rückreise an. Das neue Auto, das nicht nur in ihrem Heimatort nahe der polnischen Grenze für sehr viel Aufsehen sorgen wird, wurde ihr höchstpersönlich durch den Fujifilm Geschäftsführer Shigetaka Komori übergeben. Anschließend wurden die Gewinnerin und ihre Begleitung zum

Sushi-Essen eingeladen, wobei es sich Shigetaka Komori nicht nehmen ließ, eigenhändig der Preisträgerin den Teller mit japanischen Köstlichkeiten zu füllen.

Bleibt zu hoffen, daß dem neuen Gefährt auf der Heimfahrt keines dieser nach Farben gierigen Tierchen namens Farbschlurf begegnet ist. höl



Shigetaka Komori, Managing Director der Fuji Photo Film (Europe) GmbH (rechts), mit einem der zwanzig Gewinner des grünen Flitzers.

Zentrale bis zum Einsendeschluß am 31. 08. 1999. Die Wagen sind eine „Special Edition“ im klassischen englischen Dunkelgrün. Nach einer kleinen Feier in Düsseldorf konnten die Preisträger und ihre Angehörigen, die aus allen Teilen Deutschlands angereist waren, ihre grünen Renner direkt nach Hause fahren.



Übergabe des farnefrohen Hauptgewinns: (v. l.) Gewinnerin Grit Reepschläger; Shigetaka Komori, Fujifilm Managing Director; und Helmut Rupsch, Geschäftsleiter German Sales Division der Fuji Photo Film Europe GmbH.



# Las Vegas

# Convention Center

# Februar 3-6. 2000

Ausführliche Informationen erhalten Sie unter folgenden Nummern:  
PMA Internationale Zentrale: Jackson, Michigan U.S.A.  
Fax: 001 517 788 8371, Tel. 001 517 788-8100, (bitte verlangen Sie Frau Elisabeth Scherer) Email: [escherer@pmai.org](mailto:escherer@pmai.org) PMA Büro für Europa: München Deutschland Fax: 089-273-0291, Tel: 089-399-686, oder informieren Sie sich über die PMA Homepage: <http://www.pmai.org>



Internationale Fachmesse mit über 750 Ausstellern aus aller Welt

Mehr als 120 Vortragsveranstaltungen mit über 300 Referentinnen und Referenten

Las Vegas! International bekannt für sein Nachtleben und sein Unterhaltungsprogramm.

## Preisgünstige Reiseangebote

In Zusammenarbeit mit dem PMA Büro für Europa bietet die Hapag-Lloyd Geschäftsreise GmbH attraktive Reiseangebote zur PMA in Las Vegas an. Ein Komplettpaket inkl. Flug, Steuern, 4 Übernachtungen im Doppelzimmer und Versicherungspaket gibt es bereits ab 1.699,- DM pro Person, individuelle Arrangements auf Anfrage. Weitere Informationen: Hapag-Lloyd Geschäftsreise GmbH, Messen & Kongresse, Ferdinandstr. 58, 20095 Hamburg, Tel. 040/3001-4355, Fax 040/3001-4325, E-Mail: [muk@hlg.de](mailto:muk@hlg.de).

Besuchen Sie auch die Konferenzen der PMA Sektionen  
DIMA, für Digital Imaging • PIEA, für Photo Imaging Ausbilder-  
Association • PSPA, für Schulphotographen



# Display schafft Überblick

**Herma hat ein neues Klemmstab-Display vorgestellt, mit dem das Herma Papiersortiment auch in kleinen Geschäften problemlos präsentiert werden kann. Außerdem führte das Stuttgarter Unternehmen Neuheiten für die Bildarchivierung und neue Tintenstrahlpapiere ein.**

Das Klemmstab-Display hat einen Durchmesser von 40 Zentimetern und bietet bis zu einer Höhe von zwei Metern Platz für etwa 80 Packungen DIN A4-Papier. Der namensgebende Klemmstab läßt sich bis zu einer Höhe von 3,70 Metern ausziehen. So kann der Ständer zwischen Boden und Decke festgeklemmt werden. Ab einem Warenbestellwert von 500 DM liefert Herma das Klemmstab-Display kostenlos. Für 75 DM gibt es auf Wunsch auch einen massiven Rollensockel dafür, der das Display in einen mobilen Rollständer verwandelt. Beide Ausführungen bieten sicheren Halt und sind einfach zu montieren.

Der Hermafix transfer Klebepender ist in einer verbesserten Version auf den Markt gekommen. Er besitzt jetzt eine Aufwickelvorrichtung. So läuft das verbrauchte Band nicht mehr aus dem Gerät heraus und muß von Hand abgerissen werden, wenn die Klebepunkte auf die gewünschte Stelle übertragen sind. Vielmehr wickelt es sich

um eine zweite Spule im Inneren des Hermafix transfer. Zum Nachfüllen entleert der Anwender einfach die Abfallrolle und setzt eine Nachfüllrolle ein.

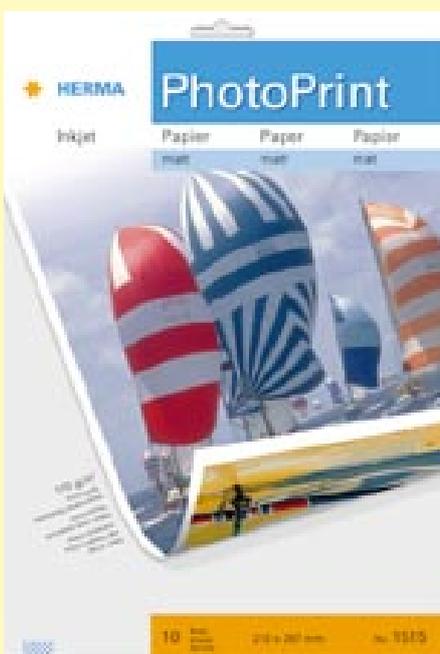
Am Prinzip der Klebepunkte hat sich nichts geändert: Der Benutzer kann gezielt 52 kleine blaue Klebepunkte pro Quadratzentimeter auftragen, auf denen das gewünschte Objekt fest und zuverlässig hält.

Zu den Neuheiten im Bereich Tintenstrahlpapiere gehört beispielsweise ein zweiseitig bedruckbares Papier. Es ermöglicht Drucke in Profiqualität. Dieses neue Papier läßt sich zum Beispiel als Albumblatt zum Selberlochen einsetzen oder in fotophan-Sichthüllen einlegen. Gefaltet kann es auch als individuelle Einladungskarte genutzt werden.

Ebenfalls neu ist ein hochglänzendes, farbbrillantes 170g/m<sup>2</sup>-Papier für Visitenkarten. Es zeichnet sich durch eine kurze Trocknungszeit aus und ist wischfest. Zum Heraustrennen der einzelnen Karten besitzt das Papier eine Microperforation. Die Packungen enthalten zehn Blatt Papier, auf denen sich jeweils zehn Visitenkarten im Format 85 x 55 mm drucken lassen. Sehr vielseitig in der Anwendung zeigen sich die neuen Visitenkarten-Etiketten auf spezialbeschichtetem 90 g/m<sup>2</sup>-Papier. Sie eignen sich vor allem zum Aufkleben auf Prospekte, Angebote oder Präsentationsunterlagen.

Im Lieferumfang für Visitenkarten und -Etiketten ist ein Gutschein für die Plazierungs-Software enthalten.

*Das neue Klemmstab-Display von Herma bietet Platz für etwa 80 Packungen DIN A4-Papier.*



*Drei Papierneuheiten für Tintenstrahlprinter im Herma-Sortiment (v. l.): zweiseitig bedruckbares Papier, Visitenkarten und Visitenkarten-Etiketten*

## Alcatel

Alcatel ist von gedas telematics, Berlin, mit der Einrichtung eines Billing-systems beauftragt worden. Der Telematikdienstleister der Volkswagen-Gruppe kann damit seine Dienste nutzungsbezogen abrechnen. Der Auftrag umfaßt das Billingssystem Alcatel 1343 NT zum Tarifieren der Dienste und Erstellen der Rechnungen an Endkunden und gegebenenfalls an Wiederverkäufer sowie umfangreiche Dienstleistungen im Rahmen der kundenspezifischen Anpassung. Für den Individualverkehr besteht das Telematiksystem von gedas telematic aus drei Serviceleistungen: Verkehrsmeldungen, Pannenservice und Notruf. Für diese Dienste werden monatliche Gebühren fällig.

## AVM

AVM hat die Preise für die populären ISDN-Controller der Fritz!Card-Familie gesenkt. Der Hersteller reagierte damit nach eigenen Angaben auf die kontinuierlich steigende Nachfrage und erleichtert gleichzeitig neuen

Anwendern den Einstieg ins digitale Netz. Die neuen Preise lauten: 159 DM (statt 179 DM) für die Fritz!Card Classic und 179 DM (statt 199 DM) für die Fritz!Card PCI. Bei der Fritz!Card PCMCIA, der Lösung für den mobilen Einsatz von ISDN in Notebooks, sank der Preis von bisher 598 DM auf 498 DM.

## Bosch

Bosch präsentiert mit dem Integral @trading eine für Händler besonders interessante neue Anwendung der Computer Telefonie Integration. Mit der Kombination von PC-Anwendungen und Telefonie kann diese Berufsgruppe ihre Arbeit effizienter und flexibler leisten. Alle möglichen Funktionen eines Bosch-Händlerplatzes lassen sich damit auch am PC ausführen. Das System ist nach Angaben des Unternehmens einfach und schnell zu bedienen. Integral @trading kann Daten per E-Mail, Fax oder Internet direkt abrufen oder versenden. Es bietet mittels Lautspre-

cher die verfügbaren Sprachkanäle an und informiert auch Händlergruppen über aktuelle Angebote. Mit individuellen Verbindungstasten lassen sich rasch und komfortabel Partner anwählen und ankommende Rufe anzeigen. Die Verbindung zur Datenbank ermöglicht, daß beim Anruf alle verfügbaren Kundendaten einschließlich der Webseiten aus dem Internet auf dem Monitor angezeigt werden. Steht der persönliche Arbeitsplatz wegen Störung einmal nicht zur Verfügung oder ist der Händler im Büro unterwegs, gibt er an einem

## quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit  
 \* Format-Indikatoren  
 \* Haftfixierung  
 \* Seitenkennung

anderen Arbeitsplatz seine Pin-Nummer ein und sieht sich seiner persönlichen Monitor-Oberfläche gegenüber.

## Drillisch

Der Drillisch Konzern hat in den ersten drei Quartalen 1999 Umsatzerlöse von 191,9 Mio. DM und ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit von 0,8 Mio. DM erzielt. Bereinigt um Abschreibungen auf den Firmenwert (im wesentlichen Alphatel-Gruppe) von 3,1 Mio. DM beträgt das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit 3,9 Mio. DM. Insgesamt sei die erfreuliche Entwicklung im Bereich Mobilfunk durch negative Ergebniserträge der Bereiche Festnetz und Internet in Höhe von 8,1 Mio. DM belastet worden, hieß es in einer Pressemitteilung.

## Ericsson

Ericsson verfügt über eine neue Internet-Website, die speziell für jüngere Kunden konzipiert worden ist. Sie ist Teil des kürzlich vorgestellten Kommunikationstools Chatboard. Dieses aufsteckbare Keyboard ermöglicht in Verbindung mit einem Mobiltelefon die



Die Mitglieder des neuen Motorola-Händlerbeirats (v. l.): Timo Dietz, Frank Schipper, Andreas Lechelt, Lars Ditttrich, Hans Heinrich Gausmann, Reiner Lamparsky, Martin Wagner und Eduard Schwencke.

## Motorola gründet Händlerbeirat mit acht Top-Händlern

Im Jagdschloß Niederwald bei Rüdesheim hat sich Ende Oktober der Motorola-Händlerbeirat zu seiner konstituierenden Sitzung getroffen. Das neue Gremium soll nicht nur den Hersteller beraten, sondern auch der Fachhändlerschaft in Deutschland konkrete Mitspracherechte beim Handelsmarketing und bei der Verkaufsförderung von Motorola geben. Sprecher des neuen Händlerbeirates ist Eduard Schwencke, München. Die acht Top-Händler, die im Motorola-Händlerbeirat vertreten sind, bilden einen geografischen wie auch strukturellen Querschnitt des qualifizierten Fachhandels in Deutschland. So finden sich neben dem klassischen TK-Fachhändler auch kooperierende Händler und qualifizierte Filialisten.



## Walter Hühn neuer General Manager bei Motorola

Walter Hühn (37) zeichnet ab sofort bei der Motorola GmbH als General Manager Netzbetreiber für den Vertrieb von Mobiltelefonen und Konsumerprodukten in Deutschland und Österreich verantwortlich. In enger Zusammenarbeit mit den Netzbetreibern und dem indirekten Kanal, flankiert von den Marketingaktivitäten



der Consumer Solutions Group, ist es Aufgabe von Hühn, die Marktanteile von Motorola in beiden Ländern zu steigern. Vor seinem Wechsel zu Motorola war der studierte Diplom-Wirtschaftsingenieur als Director Major Account Business bei der Fujitsu Computer GmbH tätig.

## Eva-Maria Bauch steigt bei ciao.com ein

Mit ihrem interaktiven Marktplatz für Meinungen im Internet startet die Münchner ciao.com AG unter der Webadresse [www.ciao.com](http://www.ciao.com) jetzt durch. Online-Kompetenz für die neue Consumer-Site bringt Eva-Maria Bauch mit ein, die ab sofort das Management-Team verstärkt. Die 29-jährige ist seit langem im Online-Business aktiv. Zuletzt verantwortete sie als Leiterin der Online-Redaktion den Webauftritt der Zeitschrift Allegra, eines der führenden Online-Angebote für Frauen. Bei ciao.com ist Eva-Maria Bauch als Head of Product Development eingestiegen und betreut ab sofort den redaktionellen Aufbau und die Entwicklung der Web-Site.

schnelle Übermittlung von SMS- und E-Mail-Nachrichten sowie das Editieren persönlicher Internet-Sites. Beim Kauf des Chatboard sind der Zugang zur Chatboard-Website und eine persönliche E-Mail-Adresse bereits enthalten. Chatboard-Besitzer erhalten darüber hinaus eine private, an die Community-Site angehängte Webseite, die sie nach eigenen Vorstellungen gestalten können. Durch die Weitergabe eines Paßworts an Freunde und Bekannte kann der Benutzer die unter seiner Site abgelegten Informationen wie z. B. Fotos, Mitteilungen usw. zur gemeinsamen Nutzung freigeben und sich darüber hinaus mit seinem Freundeskreis in einem ganz privaten Chatroom treffen. Die Chatboard-Website ist unter <http://www.ericsson.com/chatboard> zugänglich.

## Global TeleSystems Group

Die Global TeleSystems Group (GTS) hat eine eigenständige IP Services Group gegründet. Gleichzeitig kündigte das Unternehmen eine massive Ausweitung der internationalen Internet-Dienste an. So will GTS innerhalb der nächsten zwölf Monate in sechs neue Segmente des Internet-Marktes einsteigen: Internet-Telefonie (Voice over IP), Webhosting, Messaging-Outsourcing, Virtual Private Networks (VPN) auf IP-Basis für B-to-B-Anwendungen, IP Call-Terminierung und Remote LAN Access via Internet Protocol. Zur Unterstützung der IP-Strategie will GTS vier neue Daten- und Webhostingzentralen in Europa aufbauen. Das erste Zentrum in London soll noch in diesem Jahr in Betrieb gehen. Die weiteren Zentren in Frankfurt, Amsterdam und Paris sind für die erste Jahreshälfte 2000 geplant. An den vier Standorten will GTS Services für Webhosting, Server Co-Location, Transit und Electronic Commerce anbieten. Die Anbindung der Zentren an das europaweite GTS-Glasfasernetz ist mit bis zu 100 Gbit/s vorgesehen.

## Interroute Telecom/ Nacamar

Das Frankfurter Telekommunikationsunternehmen interroute Telecom Deutschland und der Internet-Provider Nacamar Data Communications aus Dreieich haben eine weitreichende Zu-

sammenarbeit vereinbart – mit dem Ziel, im kommenden Frühjahr eine bahnbrechende Lösung auf dem Gebiet der Sprach- und Datenabwicklung zu präsentieren. Kern des Projektes ist die Möglichkeit, die bisher separat eingesetzten Netze (interoute Sprach-, Nacamar Datenabwicklung) künftig kombiniert zu nutzen. Der Kunde – anvisiert sind kleine und mittelständische Unternehmen – erhält somit für seinen gesamten Kommunikationsverkehr eine einheitliche Lösung. Sein Vorteil dabei: Die benötigte technische Ausrüstung, das hochwertige Glasfasernetz sowie die umfassende Betreuung erhält er aus einer Hand. Dadurch wird eine technische Qualität gewährleistet, die sonst nicht durchgängig erreicht werden könnte. Beide Unternehmen gewährleisten für das zukünftige „Vollsortiment-Netz“ höchste Kapazität und Sicherheit. Möglich wird dieses Produkt durch die Anwendung der Voice-over-Internet-Protocol-Technologie (VoIP). Das Produkt wollen beide Kooperationspartner auf der CeBIT 2000 vorstellen.

## Tedas

Geht es nach dem Willen des Marburger Unternehmers Michael Bartels, dann werden schon in Kürze Telefonanlagen aus Unternehmen verbannt, weil diese über das firmeninterne Computernetz telefonieren. Bartels hat seit 1995 Software für das Telefonieren im Netz entwickelt und bringt jetzt mit seinem Unternehmen Tedas (Telekommunikations-, Daten-, Audiosysteme) ein Programm auf den Markt, das herkömmliche Telefonanlagen vollkommen überflüssig machen kann: Die Software Phoneware SBX bietet die Funktionen einer komfortablen Telefonanlage auf einem Windows NT-Rechner. Das soll Kostenvorteile von über 30 Prozent bringen, die Produktivität erhöhen und Komfortmerkmale bieten, die mit einer herkömmlichen Anlage nicht zu realisieren seien. Für die Verbindung zwischen der firmeninternen Computer-Telefonie und dem öffentlichen Telefonnetz sorgt der NT-Server mit Phoneware SBX Gateway. Die Qualität entspricht ISDN. Moderne Kommunikationsformen wie Videokonferenzen und die gemeinsame Nutzung von Anwendungsprogrammen werden durch die Integration von Telefon- und

Datenverkehr vereinfacht. Integriertes Least Cost Routing sorgt dafür, daß für jeden Anruf die jeweils kostengünstigste Telefongesellschaft gewählt wird.

## Siemens

Siemens hat das erste schnurgebundene Smartphone mit Internet-Zugang vorgestellt, mit dem E-Mail und Online-Dienste genutzt werden können, ohne daß dazu ein PC notwendig ist. Das Smartphone mit dem Namen „IC15 – The Messenger“ bietet erstmals neben einfach bedienbaren E-Mail-Funktionen einen integrierten WAP-Browser (Wireless Application Protocol) für die Nutzung von Internet-basierten Informationsdiensten. Das handliche Komforttelefon ist mit kompletter Tastatur, Display, Organizer und Anrufbeantworter ausgestattet und verfügt über einen Chipkartenleser sowie zwei Einschübe für Multimedia-Karten. Mit dem Gerät lassen sich schnell Texte schreiben und per Knopfdruck faxen oder als E-Mail verschicken. Umgekehrt lassen sich genauso einfach elektronische Nachrichten empfangen, speichern, beantworten und weiterleiten. Außerdem ist das Bearbeiten und Senden von Textmel-

dungen zu Mobiltelefonen über Short Messaging Services (SMS) möglich. Bis zu fünf verschiedene, jeweils mit einem Paßwort schützbare E-Mail-Konten können verwaltet werden. Das LC-Display stellt bis zu elf Zeilen und bis zu 50 Zeichen pro Zeile dar. Das integrierte Adreßbuch läßt sich mit Telefonregister und E-Mail-Verzeichnis verknüpfen.

## Viag Interkom

Viag Interkom darf erneut einen Innovationspreis entgegennehmen: Die Leser des Wirtschaftsmagazins „DM“ haben das Mobilfunkprodukt Genion in der Kategorie „Märkte & Chancen“ auf den ersten Platz gewählt. Bei der jährlich ausgeschriebenen Auszeichnung „Goldene DM“ wählen die DM-Leser aus sieben Kategorien ihren Spitzenkandidaten. Prämiert wird in jeder Kategorie ein Produkt, das im betreffenden Jahr neu auf den Markt gekommen ist, zukunftsweisende Ideen enthält oder einen hohen Kundennutzen garantiert. Die unabhängige Jury aus Top-Managern, Unternehmensberatern und Wirtschaftspublizisten stellt die Kategorien nach Kriterien wie Erfinder-

geist, unternehmerische Risikobereitschaft oder gutes Preis-/Leistungsverhältnis zusammen. Mittlerweile kann sich Viag Interkom über eine beachtliche Trophäensammlung freuen. Erst kürzlich landete Genion beim Verbrau-



chermagazin „plus“ (Ausgabe 11/99) auf Platz eins als innovativster TK-Service. Im Oktober nominierte die Financial Times den TK-Anbieter bei der international ausgeschriebenen Auszeichnung „FT Telecoms Awards“ für die Kategorien „Best New Telecommunications Company“ und „Most Competitive Local & National Carrier“.

## Panasonic erweitert Sortiment um GSM-Telefonmodell und kompakte Laserfaxe

Eine integrierte Freisprecheinrichtung und eine Reihe zusätzlicher Funktionen sind die wichtigsten Kennzeichen des neuen GSM-Telefons EB-GD50 von Panasonic. Zu den Funktionen, die den Geschäftsalltag erleichtern sollen, gehören beispielsweise ein Taschenrechner mit Währungs-



umrechner oder vorformatierte SMS-Kurzmitteilungen. Das Gerät unterstützt Konferenzschaltung und Anrufumleitung. Insgesamt stehen 20 Klingelsignale und Vibrationsalarm zur Auswahl. Bis zu 100 Rufnummern können gespeichert und mit Hilfe der übersichtlichen Bedieneroberfläche sowie der Navigationstaste bequem abgerufen werden. SIM Toolkit Claas 2 erschließt Mehrwertdienste der Netzanbieter und Serviceangebote der Zukunft. Das EB-GD50 bietet eine Standby-Zeit von 95 Stunden und eine Dauergesprächszeit

von 180 Minuten. Eine Uhr und die Weckfunktion runden die Ausstattung ab. In Verbindung mit einem Software-Modem ermöglicht das neue Panasonic-Handy die Kommunikation per Fax und E-Mail und den Zugang ins Internet. Das Gerät wiegt 115 Gramm und ist in den Farben Blau, Silber-Titan und Schwarz zu haben.

Schnell und benutzerfreundlich präsentieren sich die neuen Kompakt-Laserfaxe UF-595 und UF-585 von Panasonic. Nur drei Sekunden Übertragungszeit benötigt das Modell UF-595 dank seines schnellen Super G3-Modems, das Einsteigerfax UF-585 benötigt etwa sechs Sekunden pro Seite. Die Geräte zeichnen sich weiterhin durch hohen Bedienkomfort und ergonomisches Design aus. Sie beweisen nicht nur als kompaktes Normalpapierfax ihre Wirtschaftlichkeit, sondern lassen sich auch als Drucker, Scanner und PC-Fax einsetzen. Eine hohe Druckqualität, viele Komfortfunktionen und der Stromverbrauch von 0,8 Watt im Schlafmodus runden das Leistungsspektrum ab.



# Foto Quelle, T-Online und guideguide präsentieren Internetservice „fotoguide“

## Mobile



## Bilder



**Anlässlich einer Pressekonferenz am 28. Oktober dieses Jahres präsentierten die drei Unternehmen Foto Quelle, T-Online und guideguide den neuen Internet-Service „fotoguide“.**

**Ab sofort können auch Besitzer von Kleinbild- und APS-Kameras ihre Bilder ins Netz stellen.**

„Mit der Einführung des neuen Services fotoguide verbindet Quelle die klassische Fotografie mit den Möglichkeiten, die digitalisierte Bilder bieten“, erklärte Stefan Hagemann, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, Foto Quelle, den Teilnehmern der Pressekonferenz in München. Den 180 Mil-

lionen Filmen, die im Jahr entwickelt werden, stehen inzwischen 20 Millionen PC-Besitzer gegenüber, von denen etwa 11 Millionen über einen Internetzugang verfügen, so daß eine Verbindung zwischen Fotos und digitaler Medienwelt ein enormes Umsatzpotential für den Handel und das Geschäft mit Bildern bedeuten könnte.

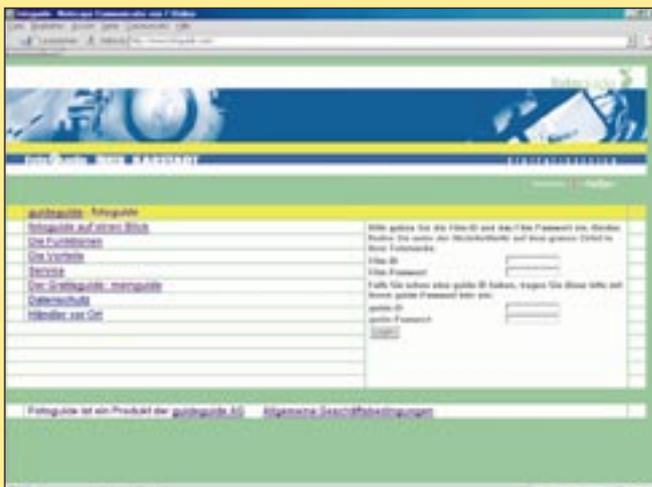
Um den neuen Service in Anspruch nehmen zu können, kreuzt der Kunde zusätzlich zu seiner normalen Bildbestellung die Option „fotoguide“ auf der Auftragstasche an. Beim Abholen seiner Bilder im Fotogeschäft erhält er dann eine Kenn-Nummer und ein Paßwort,

mit denen nur er Zugriff auf die digitalisierten Bilder im Internet erhält. Der neue Service soll zukünftig in allen 4000 Annahmepunkten von Foto Quelle, Karstadt und Hertie angeboten werden. Zum Preis von 14,95 DM pro Film werden dabei die Bilder ein Jahr lang im Internet unter [www.fotoguide.com](http://www.fotoguide.com) gespei-

chert. Eine Verlängerung dieses Zeitrahmens ist natürlich möglich. Um diesen Service anbieten zu können, werden die Fotos zusätzlich zur normalen Bildentwicklung im Labor mit einem Hochleistungsscanner digitalisiert. Anschließend liegen sie dann im JPEG-Format in einer hochaufgelösten



„Wir verbinden die Fotografie“, erklärte Stefan Hagemann, Geschäftsführer Marketing + Vertrieb, Foto Quelle, zum neuen digitalen Service fotoguide.

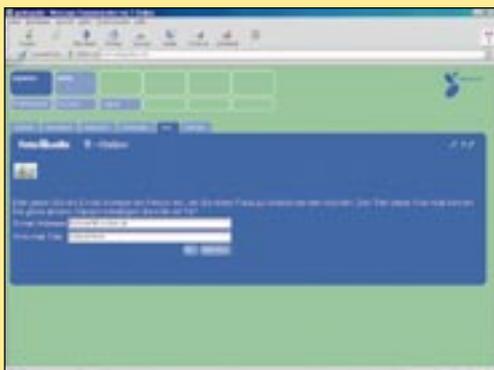


Auf der Startseite trägt der Nutzer sein Paßwort und seine persönliche ID-Nummer ein und erhält so Zugriff auf seine Bilder im Netz.



*Ralf Eck, Geschäftsführer T-Online, wies darauf hin, daß T-Online mit über 3,6 Millionen Kunden und mehr als einer Milliarde Verbindungen in den ersten neun Monaten dieses Jahres der führende Online Dienst Deutschlands sei.*

Version mit 1536 x 1024 Bildpunkten (im ersten Monat) und in einer Standardversion von 640 x 426 Bildpunkten (die gesamten zwölf Monate) vor. Dem Nutzer von fotoguide eröffnen sich hiermit verschiedene Anwendungsmöglichkeiten. In der Indexansicht kann er für seine Bilder Namen vergeben, die Vollbilddarstellung erlaubt ihm die Betrachtung von Details. Darüber hinaus bietet die bediener-



*Unter der Funktion „fotomail“ klickt der Kunde die Bilder an, die er verschicken möchte, fügt die E-Mail-Adresse des Empfängers und einen Kommentar hinzu und schickt anschließend die elektronische Post ab.*

freundlich gestaltete Benutzeroberfläche weitere Funktionen, mit denen die Bilder vielfältig genutzt und organisiert werden können.

## Nachbestellung

Durch einfaches Anklicken per Maus kann jedes Foto in verschiedenen

Größen nachbestellt werden, wobei von der hohen Auflösung Abzüge in den Formaten 10 x 15 cm bis 20 x 30 cm und von der Standardauflösung Abzüge im 10er-Format gemacht werden können. Die hochwertigen, auf Fotopapier ausbelichteten Bilder werden, nachdem sie das Labor verlassen haben, an einen vom Kunden ausgewählten Fotohändler oder Quelle-Shop-Partner verschickt.

## E-Mail-Versand

Fotoguide bietet seinen Anwendern die Möglichkeit, Fotos Freunden und Bekannten weltweit im Netz zugänglich zu machen. Dazu werden einfach die betreffenden Bilder ausgewählt, bei Bedarf mit einem Text versehen und das fertige „fotomail“ durch Klicken auf OK abgesendet.

## Albumfunktion

In der Albumfunktion können digitalisierte Bilder von verschiedenen Filmen in einem Album zusammengestellt werden. Diese Funktion ist auch gut für die Archivierung von Bildern geeignet. Die Möglichkeit, alle Fotos mit Titeln versehen zu können, erleichtert das Wiederfinden von Aufnahmen.

## Download

Der heimische PC-Anwender hat die Möglichkeit, sich seine Bilder von fotoguide in unbegrenzter Zahl auf den eigenen PC herunterzuladen, wo sie beispielsweise mit handelsüblichen Bildbearbeitungsprogrammen kreativ weiterverarbeitet werden können. Die hochauflösten Bilder stehen etwa zwölf Stunden, nachdem der Kunde sie angefordert hat, zur Verfügung. Darüber hinaus bietet fotoguide eine Reihe von weiteren Funktionen, beispielsweise für die Verwaltung von Terminen und Adressen.

Entwickelt wurde fotoguide von der guideguide AG, einem Softwarehaus, das sich auf consumerorientierte Internet-Angebote spezialisiert hat. Die leistungsfähigen Systeme von T-Online sichern den Kunden einen schnellen Zugriff auf das Angebot. Foto Quelle stellt die erprobte Logistik für die An-



*Zum Nachbestellen von Bildern werden einfach die entsprechenden Aufnahmen ausgewählt und die Anzahl der gewünschten Bilder eingetragen. Fotoguide leitet die Bestellung weiter zum Labor. Die auf Fotopapier ausbelichteten Aufnahmen kann sich der Kunde bei einem Fotohändler in der Nähe abholen.*

nahme und Bearbeitung der Filme und zeichnet für die Digitalisierung der Bilder verantwortlich. Die Einführung von fotoguide wird durch zahlreiche Werbemaßnahmen wie Zeitungsbeilagen, Messeauftritte, POS-Kampagnen u.s.w. begleitet.



*Michael Hecken, Vorstandsmitglied von guideguide, erklärte in München, daß der neue Service über das Bilderangebot hinaus auch eine elektronische Adressen- und Terminverwaltung zu bieten habe.*

## Digitale Welt

Der Internet-Service fotoguide vervollständigt die digitale Welt von Foto Quelle, zu deren Angebot bereits die Speicherung von Fotos auf CD-ROM, das Auslesen von Speichermedien und die anschließende Ausbelichtung auf Fotopapier sowie das umfangreiche Dienstleistungsangebot von Digital-Stationen zählt. höl

Die DKC-FP3 von Sony:

# Digitale Spiegelreflexkamera für höchste Ansprüche



Anwender herkömmlicher SLR-Kleinbildkameras profitieren von den vertrauten Funktionen des optischen Suchers mit eingebautem Scharstellungsfeld und LCD-Display der Einstellwerte, der eine präzise Aufnahmesteuerung bei jeder Blendenöffnung erlaubt. Einstellung und Vorschau können aber auch über den 2,5"-LCD-Monitorbildschirm vorgenommen werden, der aufgrund einer Bildwiederholungsrate von 30 Bildern pro Sekunde für eine flimmerfreie und gestochen scharfe Wiedergabe sorgt.

Der 1/2"-Sensor in Progressive-Scan-Technik umfaßt 1,5 Millionen Bildpunkte, was eine beachtliche Auflösung von 1344 x 1024 Pixeln (wahlweise 640 x 480) ergibt.

## 5-fach-Zoom

Das vergütete Objektiv ist mit einem optischen 5-fach-Zoom ausgestattet – entsprechend einem Kleinbildkamera-Zoombereich von 28–140 mm. Für Motive, die weiter entfernt sind, aber auch für kreative Effekte, läßt sich die Vergrößerung mit Hilfe des zusätzlich elektronischen 2-fach-Zooms sogar auf das Zehnfache steigern.

Die neue Digitalkamera von Sony bietet wie bei einer Profi-Spiegelreflexkamera insgesamt fünf automatische bzw. manuelle Betriebsarten. Bei wahlweise belichtungsgesteuerter (1/4–1/2000 Sekunde) oder blendengesteuerter

(f2–f11) Aufnahme läßt sich durch das manuelle Zoom exakt die gewünschte Aufnahme erzielen. Durch den integrierten Puf-

**Sowohl der ambitionierte Fotoamateur, der gewerbliche als auch der berufliche Anwender gehören zu der Zielgruppe für die neue digitale Spiegelreflexkamera DKC-FP3 von Sony. Mit einer hohen Auflösung von 1,5 Millionen Bildpunkten und einer großen Farbtreue bietet sie eine ausgezeichnete Bildqualität.**

ferspeicher der Kamera sind schnelle Bildfolgen von maximal zwei Aufnahmen pro Sekunde (Auflösung: 640 x 480) möglich, somit lassen sich auch bewegte Motive dokumentieren.

## TTL-Belichtungsmessung

Die von dem TTL-Belichtungsmesser mit mittelpunktgewichteter Durchschnittsbildung oder der Spot-Messung ermittelte Belichtung ist in Stufen von 1/4 EV um maximal plus/minus 2 EV korrigierbar, um beispielsweise Gegenlicht und andere Aufnahmeeinflüsse zu kompensieren.

Die DKC-FP3 ist mit einer praktischen Histogramm-Funktion ausgestattet, die eine sofortige grafische Analyse und Bestätigung der Einstellungen auf dem Monitor erlaubt.

Bei der Speicherung seiner Bilder hat der Anwender der digitalen Spiegel-

reflexkamera die Wahl zwischen komprimiertem JPEG-beziehungsweise unkomprimiertem TIFF-Format. Da der CCD-Sensor mit quadratischen Pixeln arbeitet, ist eine präzise Wiedergabe der Bildproportionen auf dem PC – ohne zusätzliche Korrekturen – gewährleistet. Die Abspeicherung der Bilder erfolgt entweder auf einer austauschbaren PC-Karte (ATA-Typ II) oder über den mitgelieferten PC-Kartenbeziehungsweise den Memory Stick-Adapter auf einem Memory Stick – dem ultrakompakten Halbleiter-Datenträger aus dem Hause

Sony. Im Lieferumfang der neuen digitalen Spiegelreflexkamera ist ein 8 MB-Memory Stick enthalten, der im High-Compression-Modus bis zu 40 Bilder im 1344 x 1024-Pixel-Format unterbringen kann.

## IEEE-1394

Die Übertragung von Bilddateien über ein einziges Kabel zu jedem anderen System ermöglicht die integrierte IEEE-1394-Schnittstelle der Kamera.

Der leistungsfähige InfoLithium-Akku der DKC-FP3 reicht für bis zu 1700 Aufnahmen (ohne Blitz und LCD-Monitor) aus. Das mit umfangreichem Zubehör wie Fernbedienung oder Memory Stick/PC-Karten-Adapter ausgestattete Digital-Modell ist ab sofort verfügbar und kostet 3.900 DM zuzüglich Mehrwertsteuer. höl

### HP kooperiert mit Adobe und Apple

Hewlett-Packard integriert im Rahmen der getroffenen Vereinbarungen eine anwenderfreundliche Version von Adobes PressReady Printing und Proofing System in den neuen HP DesignJet ColorPro GA Drucker. Dieses Gerät ist konzipiert für die schnelle und kostengünstige Erstellung von Proofs und Bildern bis zu DIN A3-Übergröße. Der gemeinsame Einsatz eines HP DesignJet ColorPro GA Druckers und der auf Adobe PressReady PostScript 3-basierenden Software sparen Zeit und Geld. Den Designern stehen damit die Adobe PostScript 3-Technologie sowie Farbstandards der Industrie zur Verfügung, womit sie hochwertige Farb-Proofs im eigenen Haus erzeugen können. Durch die Kooperation mit Apple kann HP auch den professionellen Grafikanwendern, die mit Macintosh arbeiten, diesen Industriestandard im Farbmanagement bieten. Die DesignJet Drucker des Unternehmens sollen künftig kompatibel mit Apple ColorSync sein. Darüber hinaus wird der neue HP DesignJet Color Pro GA Drucker über Apple-Distributoren vertrieben.

### CD-ReWritable-Laufwerke von Sony

Sony vervollständigt die CRX-Serie um die Laufwerke, CRX120Ei-RP mit i.LINK-Schnittstelle und CRX120Eu-RP mit USB-Schnittstelle. Beide Laufwerke haben ein sehr futuristisches Design, das nicht nur optimal zu den Notebooks der Vaio-Serie des Unternehmens paßt. Beide Modelle sind plattformübergreifend für Windows-PCs und Macintosh-Computer einsetzbar, unterscheiden sich aber aufgrund der jeweiligen Schnittstelle. So findet das CRX120Eu-RP mit seiner hot-plugging-fähigen USB- (Universal Serial Bus) Schnittstelle, die man inzwischen an den meisten neueren Computern vorfindet, problemlos und ohne zusätzlichen Aufwand überall Anschluß. Anwender, die dagegen die Performance des eingebauten 4x/4x/24x CD-RW-Laufwerks voll ausschöpfen wollen, sollten über das CRX120Ei-RP mit i.Link-Schnittstelle (IEEE-1394 Standard/Firewire) nachdenken. Während USB nämlich systembedingt maximal

1,4 MB/s Datentransfer ermöglicht, sind dank der theoretisch möglichen 50 MB/s bei der i.LINK-Technologie auch



beim Lesen mit vierfacher Geschwindigkeit noch Reserven vorhanden. Beide neuen Laufwerke werden als komplette Retail Kits inklusive Software und Zubehör geliefert. Neben der eigentlichen Brennsoftware und einer Backup-Software gehört dazu Multimedia-Software. Mit ihr lassen sich zum Beispiel eigene Musikdateien oder digitale Fotoalben erstellen.

### Schneetaugliche Digitalkamera

Selbst im kommenden Skiurlaub brauchen Fotografen nicht auf eine Digitalkamera zu verzichten. Olympus bietet zu der Camedia C-920Zoom mit 1,3 Mil-



lionen Bildpunkten das Aqua Case an. Es schützt die Digitalkamera zuverlässig vor Schnee, Wasser, Staub und auch vor Stößen. Natürlich kann man sie auch solo einsetzen. Der Preis für die Camedia C-920Zoom liegt bei 1.300 DM. Das Aqua Case PT-003 kostet um die 300 DM.

Online bestellen  
Geld sparen

Rexam-Graphics

Hewlett-Packard

Encad

Epson

Kodak

Seal

► preiswert

► kompetent

► einfach

► schnell

► sicher

► aktuell

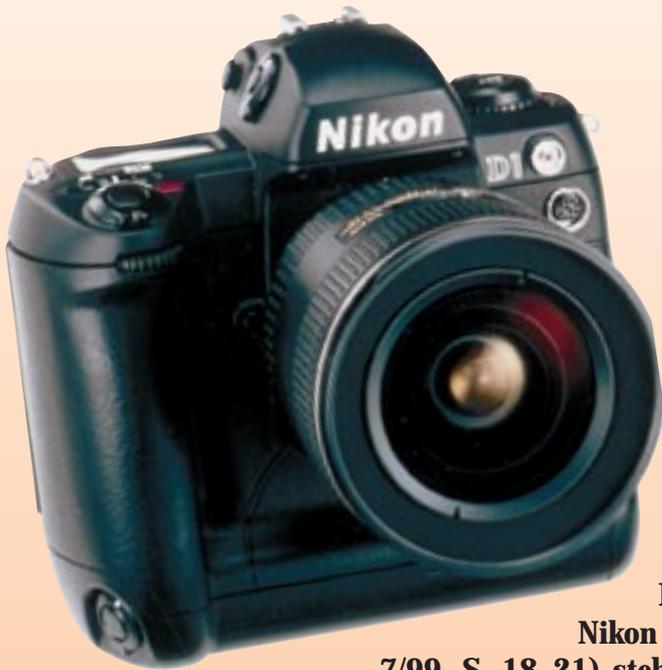
www.polyplan.de



Fon: 0221/92 15 30-0

Fax: 0221/92 15 30-7

# Mit Spannung erwartet:



## **Nikon D1 in Kürze lieferbar**

**Die Markteinführung der neuen Digitalkamera D1 von Nikon für professionelle Anwender (i+fc berichtete in Ausgabe 7/99, S. 18–21) steht kurz bevor. Bei ihrem Besuch in der Redaktion von *imaging+foto-contact* hatten Nikon-Mitarbeiter Jens Gutzeit und Eva-Maria Schulz bereits ein voll leistungsfähiges Anschauungsmodell im Gepäck.**

Vor allem Berufsfotografen, Bildjournalisten, aber auch anspruchsvolle Amateurfotografen erwarten schon mit Spannung das Profimodell, dessen Auslieferung für Mitte November geplant ist. Ihre Feuerprobe hat die Kamera bereits vor einiger Zeit hinter sich gebracht. Fotografen aus aller Welt hatten während der Leichtathletik WM in Sevilla Gelegenheit, die D1 vor Ort mit überzeugenden Ergebnissen zu testen.

### **Hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis**

Die in erster Linie für professionelle Anwender konzipierte Kamera wird sicherlich aufgrund ihres hervorragenden Preis-/Leistungsverhältnisses auch andere Anwendergruppen ansprechen. Sie ist mit einem 2,74-Megapixel-CCD-Sensor für hochauflösende Bilder von 2.012 x 1.324 Pixel ausgestattet. Hervorragende Ergebnisse garantieren außerdem die Infrarotfilterung mittels eines hauchdünnen Lithium-Niobat-Tiefpassfilters (LiNb) direkt vor der CCD und eine optimale Signalverarbeitung durch Original-Nikon-Algorithmen. Die D1 bietet eine schnelle Startbereitschaft und eine

kurze Auslöseverzögerung von zirka 0,05 s.

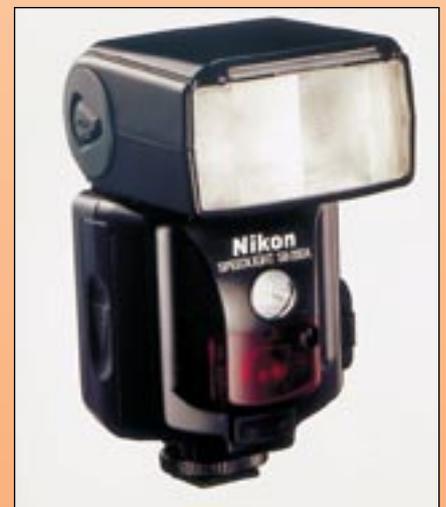
Für Aufnahmen von bewegten Motiven oder zum Ablichten von sportlichen Abläufen ermöglicht die D1 Serienaufnahmen mit bis zu 4,5 Bildern pro Sekunde bei bis zu 21 aufeinanderfolgenden Aufnahmen. Die kürzeste mögliche Verschlusszeit beträgt 1/16.000 s, die Blitzsynchronzeit liegt bei 1/500 s.

### **Drei intelligente Belichtungsarten**

Die digitale 3D-Meßsensorik (3D-Matrixmessung, TTL-Weißabgleich und Tonwertkorrektur) des neuen Profimodells arbeitet mit einer 1.005-Pixel-CCD und ermöglicht so eine hohe und gleichmäßige Bildqualität. Nikon's D1 verfügt über drei intelligente Belichtungsarten – Programmautomatik, Zeitautomatik und Blendenautomatik – , die zusammen mit einer Belichtungskorrektur und einer Funktion für automatische Belichtungsreihen eine exakte und vielseitige Belichtungssteuerung ermöglichen.

Der durch einen Fünf-Segment-TTL-Multisensor gesteuerte 3D-Multisensor

Aufhellblitz der D1 kann in Verbindung mit dem neuen Blitzgerät SB-28DX genutzt werden. Das zu allen Nikon-Spiegelreflexkameras kompatible Modell verfügt über einige Funktionen, die speziell für die digitale Spiegelreflexkamera D1 entwickelt wurden. So löst das Blitzgerät beispielsweise vor dem eigentlichen Blitz eine Reihe von Meßblitzen aus.



*Ergänzend zu den Funktionen des Nikon Blitzgerätes SB-28 ermöglicht das neue Blitzgerät SB-28DX eine TTL-Blitzsteuerung mit der professionellen Digital-Spiegelreflexkamera D1.*

Diese Meßblitze werden von jedem der fünf Meßsegmente des TTL-Multisensors registriert und sorgen für eine präzise Blitzlichtausleuchtung des Hauptmotivs. Während das SB-28DX aktiviert ist, werden umfangreiche Daten wie Empfindlichkeit, Blendenwert, effektive Brennweite des Objektivs und Wert der Belichtungskorrektur automatisch an das Blitzgerät übermittelt. Der integrierte Aufhellblitz umfaßt umfangreiche Modi zur Blitzsynchronisation. Dazu gehören: Synchronisation auf den ersten Verschlussvorhang (Normal-synchronisation), Reduzierung des Rote-Augen-Effekts, Reduzierung des Rote-Augen Effekts mit Langzeit-synchronisation, Langzeitsynchronisation und Synchronisation auf den zweiten Verschlussvorhang.

### Unterstützung mehrerer Bildqualitätsstufen

Für die Speicherung der Aufnahmen stehen dem Fotografen bei der D1 mehrere Bildqualitätsstufen zur Verfügung. Je nach Verwendungszweck kann er dabei



*Das PC Micro-Nikkor 85 mm/2.8D von Nikon bietet die Möglichkeit, das optische System sowohl in jeder beliebigen Richtung zur optischen Achse zu verschwenken als auch parallel zur Filmebene zu verschieben.*

unter drei unterschiedlichen Formaten Raw (12 Bit), YCbCr-Tiff (8 Bit) und RGB-Tiff (8 Bit) für unkomprimierte Bilder auswählen. Komprimierte Bilder werden im JPEG-Format mit Baselinekomprimierung bei Kompressionsraten von zirka 1/4, 1/8 und 1/16 gespeichert. Außerdem ist der Graustufenmodus wählbar.

Eine zuverlässige Vorschau auf die Bilder gewährleistet der extra große, ergonomische LCD-Monitor (2-Zoll, wärmereduziert, TFT-Display, der zusätzlich Menüs und Histogramme zeigt.

Die D1 von Nikon ist mit einer IEEE 1394-Schnittstelle für die schnelle Datenübertragung ausgestattet. Weitreichende Datenkompatibilität ist mit der CompactFlash Speicherkarte (Typ I oder II) gegeben. Komfortabel ist auch die wahlweise Videoausgabe für NTSC oder PAL. Als Sonderzubehör zu der Kamera sind das Akkuteil EN-4 mit NiMH-Akkus und das Spezial-Schnelladegerät MH-16 (kompatibel mit MH-15 für die F100) erhältlich.

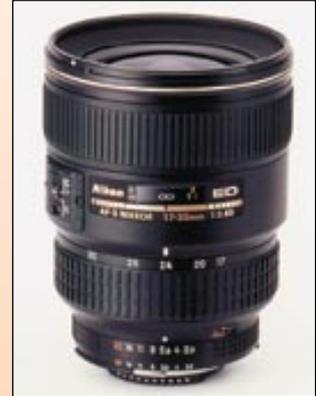
Die D1 hat von Nikon's bewährten Modellen F5 und F100 die ungewöhnliche Stabilität sowie die Benutzervorgaben, mit denen der Fotograf seine eigenen Kombinationen aus den 29 in der D1 eingebauten Funktionen wie Tonwertkorrektur und Scharfzeichner erstellen kann. Durch die Verwendung einer Magnesiumlegierung für das Kameragehäuse ist sie extrem robust und leicht. Selbst schlechte Wetterbedingungen wie Regen können ihr nichts anhaben.

Profifotografen, die schon seit Jahren mit einer Nikon-Ausrüstung arbeiten, können ihr Zubehör auch für das neue digitale Profimodell einsetzen, da es mit über 80 Nikkor-Objektiven mit F-Bajonett kompatibel ist.

Die Kamera wird sowohl einzeln als auch im Basis-Kit, zu dem das D1 Gehäuse, EN-4NiMH Akku, MH-16 Ladegerät, Browser View DX, Speicherkarte EC-64CF und ein EC-AD1 PC Card Adapter gehören, angeboten. Der unverbindlich empfohlene Gesamtpreis für das Basis-Kit liegt bei 11.499 DM.

### Neue Objektive

Passend zur D1, aber auch zu vielen anderen Nikon-Modellen, sind die beiden neuesten Objektive, das Superweitwinkel-Zoomobjektiv AF-S Zoom-Nikkor 17-35 mm/2.8 D IF-ED und das makro-



*Besonders für die Reise- und Reportagefotografie eignet sich das Superweitwinkel-Zoomobjektiv AF-S Zoom-Nikkor 17-35 mm/2.8D IF-ED.*

taugliche Teleobjektiv PC Micro-Nikkor 85 mm/2.8 D mit dezentrier- und verschwenkbarer Optik konzipiert worden. Das Superweitwinkel-Zoomobjektiv ist ideal für den Bildjournalismus und allgemeine Anwendungen und besticht durch seine Abbildungsleistung und die kürzeste Naheinstellung seiner Kategorie von 0,28 m. Das PC Micro-Nikkor 85 mm/2.8 D gestattet die Manipulation der Perspektive, die Beseitigung perspektivischer Verzeichnung und die Dehnung der Schärfe. höl

### D1-Servicevertrag

Die Nikon GmbH Düsseldorf bietet für die Anwender der D1 einen Service-Vertrag auf freiwilliger Basis an. Händler können sich an der Vermittlung des Vertrages beteiligen, sind aber keineswegs verpflichtet dazu. Wenn sie mit dem jeweiligen Kunden die Vorteile des Vertrages, der gewisse Sonderleistungen innerhalb Deutschlands und Österreichs durch die Nikon GmbH garantiert, durchgesprochen haben und ihn anschließend vom Kunden ausgefüllt und mit ihrem Händlerstempel versehen an Nikon einsenden, wird ihnen ihr Einsatz mit 150 DM bzw. 1000 ÖS zuzüglich Mehrwertsteuer vergütet. Dies erfolgt jeweils gesammelt am Ende eines Quartals. Nach Vertragsabschluß erhält der Anwender jährlich zwei kostenfreie Prüfungen und Reinigungen seiner Nikon D1 und, sofern vorgesehen, Firmware-Updates zu einem von ihm gewünschten Zeitpunkt bzw. nach Aufforderung durch die Nikon GmbH. Darüber hinaus gehören kostenfreie Verschleißreparaturen innerhalb der Vertragslaufzeit (zwei oder drei Jahre) dazu, und der Anwender hat Anspruch auf ein kostenfreies Leihgerät im Schadensfall der versicherten D1. Außerdem schließt der Vertrag eine Transportversicherung durch das Unternehmen für Hin- und Rücktransport ein. Der D1 Service-Vertrag kostet für die gewählte Laufzeit von zwei Jahren 1.856 DM, für die Laufzeit von drei Jahren 3.248 DM, jeweils inklusive 16% Mehrwertsteuer.

Epson PhotoPC 850Z:

# TOPMODELL der Digital- kamera-Palette



In einem speziellen Verfahren, Hypict Modus genannt, erzielt die PhotoPC 850Z die hohe Auflösung von 1.984 x 1.488 Pixeln und tritt damit laut Pressemitteilung in Konkurrenz zu den analogen Spiegelreflexkameras. Die Kamera ist mit einem 3fach optischen Zoomobjektiv ausgestattet (entsprechend einer Brennweite von 35 bis 105 mm im Kleinbildformat). Zum Lieferumfang der PhotoPC 850Z gehört ein Adapter, der es ermöglicht, zusätzliche Linsen vor das Objektiv zu schrauben. Damit steht dem erfahrenen Anwender eine unbegrenzte Auswahl an Fil-

tern und Effekten für die Gestaltung seiner Bilder zur Verfügung.

Das neueste Modell von Epson ähnelt beispielsweise durch das an der rechten Seite leicht ausgewölbte Batteriefach auch optisch einer analogen SLR-Kamera.

## Freie Programmwahl

Für die Bildaufnahme stehen dem Fotografen neben den drei automatischen Programmen (Sportprogramm, Portraitprogramm, Programm für Landschaftsaufnahmen) und der automatischen Steuerung aller Funktionen auch die manuelle Beeinflussung von Blende und Verschlusszeit zur Verfügung. Makroaufnahmen sind mit der entsprechenden Funktion in einer Entfernung von 20 bis 50 Zentimetern möglich.

Darüber hinaus bietet die Kamera einen zweifach digitalen Zoom, der eine zusätzliche Vergrößerung des Motivs ermöglicht, ein Programm für die Schwarzweiß-Fotografie und eine automatische Auslösefunktion, mit der sich je nach Auflösung ein bis zwei Bilder pro Sekunde und bis zu zehn Bilder hintereinander erstellen lassen.

Eine Funktion, die nur eine Digitalkamera bieten kann, findet sich auch bei

Das ist vor allem dann vorteilhaft, wenn viele Bilder hintereinander geschossen werden sollen oder die Kamera auf Reisen mit entsprechend wenig Auflademöglichkeiten mitgenommen wird.

## Flashspeicher

Für die Speicherung der Aufnahmen steht standardmäßig ein 8 MByte großer Flashspeicher zur Verfügung, der sich mit optional erhältlichen Karten auf bis zu 96 MByte erweitern läßt. Die nur 400g schwere Kamera (ohne Batterien) ist mit einem integrierten Blitz ausgestattet,

der sich automatisch zuschaltet, wenn das Umgebungslicht nicht ausreicht. Bei größeren Entfernungen oder bei Aufnahmen in einem Studio können dank des eingebauten Blitzschuhs auch externe Blitzgeräte an die Kamera angeschlossen werden.

Zur Weiterverarbeitung der Aufnahmen ist das Digitalkamera-Modell mit einem umfangreichen Softwarebundle ausgestattet. So lassen sich beispielsweise mit dem Programm Presto! Mr. Photo for Epson per Mausclick Bildschirm-schoner, Diashows, AVI-Videofilme und Bilder für den Drucker anfertigen.

Der Epson PhotoPC 850Z ist seit Mitte November zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 1.599 DM im Handel erhältlich. höl

**Epson startet mit einem Angebot für professionelle und anspruchsvolle Fotografen in die Weihnachtssaison. Mit der Epson PhotoPC 850Z präsentiert das Unternehmen das derzeitige Spitzenmodell seiner Digitalkamera-Range.**

der PhotoPC 850Z. So kann jedes Bild mit 2,5 oder 10 Sekunden langen Anmerkungen abgespeichert werden.

Zum Ausstattungsumfang gehört ein S-VHS-Kabel, mit dem die Kamera direkt an einen Videorecorder oder einen Epson Multimediaprojektor angeschlossen werden kann. Die Ausgabe findet wahlweise nach dem PAL- oder dem amerikanischen NTSC-Standard statt.

## Drucken ohne Umweg

Auch das neueste Digitalkamera-Modell von Epson läßt sich direkt an viele der Epson Photodrucker anschließen und ermöglicht so Bild-Ausdrucke ohne Umweg über den Computer. Die Energieversorgung der Kamera kann sowohl über den mitgelieferten Akku als auch über herkömmliche Batterien erfolgen.

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

Ständig neue Nachrichten

Kostenlose Kleinanzeigen

Downloads

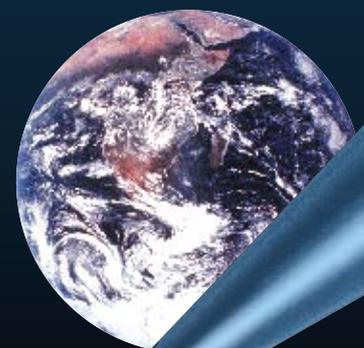
Heftarchiv

der grosse fotokatalog  
Produktdatenbank



im Netz!

imaging + foto contact  
GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE





eingehen, die Möglichkeit zu zusätzlichen Einnahmen.

### Gewerbliche Nutzer

Pixelnet sieht neben dem Service für private Verbraucher auch ein Angebot vor, das gewerbliche Nutzer, wie z. B. Makler, Gutachter oder Bildstellen, ansprechen möchte. Diese Nutzergruppe erhält eine spezielle Version der p2p Pixelnet-Zugangssoftware, um die Bildverarbeitung und vor allem die Bildverwaltung ihren speziellen Wünschen anpassen zu können.

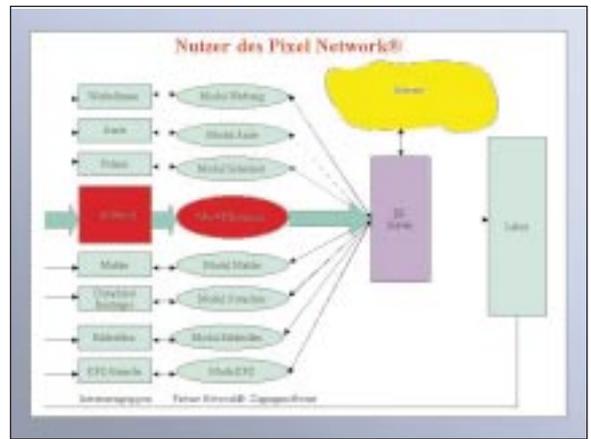
### Virtueller Einkaufsshop

Eine weitere Komponente des digitalen Systems ist der Web-Shop. Hier hat der Kunde die Möglichkeit, eine Vielzahl interessanter Produkte aus den Be-

reichen digitale Fotografie und Multimedia zu erwerben. Neben digitalen Kameras, Scannern, Druckern und Zubehör besteht die Möglichkeit, Foto-PCs, und komplette Pakete für den Internetzugang sowie für die Nutzung des PCs als Multimedia-Plattform zu erwerben.

Ein ständiger Ausbau des Shops um neue Produkte und innovative Technologien ist fest eingeplant.

Darüber hinaus wird das Pixel Network weitere Links wie Pixelnet-Info (Informationen über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten der digitalen



Die Darstellung zeigt das riesige Kundenpotential, das mit dem Pixel Network angesprochen werden soll.

und analogen Fotografie), Geschichte der Fotografie und Produktinformationen zu vielen Produkten rund um die digitale Fotografie beinhalten.

## Interview mit Dr. Walter Kroha, Vorstandsvorsitzender der PixelNet AG



**imaging+foto-contact:** Herr Dr. Kroha, die PixelNet AG führt im Januar nächsten Jahres ein komplettes System von Internet- und E-Commerce-basierenden digitalen Dienstleistungen ein. Woran lag es Ihrer Meinung nach, daß in der Vergangenheit digitale Produkte und Dienstleistungen den Markt nicht so schnell durchdrungen haben, wie es erwartet wurde?

Dr. Walter Kroha: Ich bin der Ansicht, daß hier mehrere Faktoren zusammentreffen. Nehmen wir einmal das Beispiel Digitalkameras. Die Modelle, die in der Vergangenheit den Konsumenten angeboten worden sind, haben einfach keine ausreichenden Bildqualitäten erzielt, um die kundenfreundlichen Formate 9 x 13 bzw. 10 x 15, geschweige den Posterformate, erzielen zu können. Hinzu kam, daß die Preise für die ersten digitalen Kameramodelle bei weitem die Preise der analogen Modelle übertroffen haben, und letztendlich hatte der Kunde zu Beginn der digitalen Ära keine Möglichkeit, seine Aufnahmen in Großlaboren entwickeln zu lassen, sondern war auf einen Drucker zur Ausgabe seiner Bilder angewiesen.

**imaging+foto-contact:** Warum glauben Sie, daß jetzt der richtige Zeitpunkt für die Einführung des Systems gekommen ist?

Dr. Walter Kroha: 1999 war das entscheidende Jahr im Durchbruch der Qualität von digitalen Kameras. Die Klasse der Digitalkameras, die mit über einer Million Pixel ausgestattet

sind, erbringt nunmehr eine Bildqualität, die für das Ausdrucken von Bildern bis 13 x 18 und eingeschränkt bis A4 in guter Qualität möglich ist. Und die Klasse der Kameras, die über mehr als 2 Millionen Pixel verfügen, wird sogar die Erstellung von Postern ermöglichen. Wenn die Probleme der Qualität und des Preis-/Leistungsverhältnisses der Vergangenheit angehören, kommt der Lösung der preiswerten Erstellung von Fotos auf qualitativ hochwertigem Silberhalogonidpapier eine entscheidende Rolle zu. Das ist einer der Punkte, an dem wir mit unserem Konzept anknüpfen möchten.

**imaging+foto-contact:** Welche weiteren digitalen Produkte und Dienstleistungen zählen zu dem Angebot der PixelNet AG?

Dr. Walter Kroha: Die Verknüpfung der digitalen Kameras, Scanner und weiterer Eingabegeräte mit der preiswerten Erstellung der Bilder und anderer digitaler Dienstleistungen innerhalb des World Wide Web unter Nutzung der modernsten Netztechnologien und des E-Commerces hat die PixelNet AG entwickelt und wird diese Technologien nunmehr in den Markt bringen. In der Startphase werden den Interessenten ein digitaler Bilderdienst, ein mailordergestützter klassischer Bilderdienst, Informationen über die vielfältigen Möglichkeiten der analogen und der digitalen Fotografie sowie die Möglichkeit, über den digitalen Web-Shop alle Produkte rund um die digitale Fotografie und Multimedia zu kaufen, geboten. Darüber hinaus gibt es Produktinformationen zu allen relevanten Produkten rund um die digitale Fotografie und ein Link, der interessante Informationen zur Geschichte der Fotografie beinhaltet. Für die Zukunft sind weitere Dienstleistungen wie die Teilnahme an Informationsveranstaltungen oder eine Börse für gebrauchte Kameras geplant.

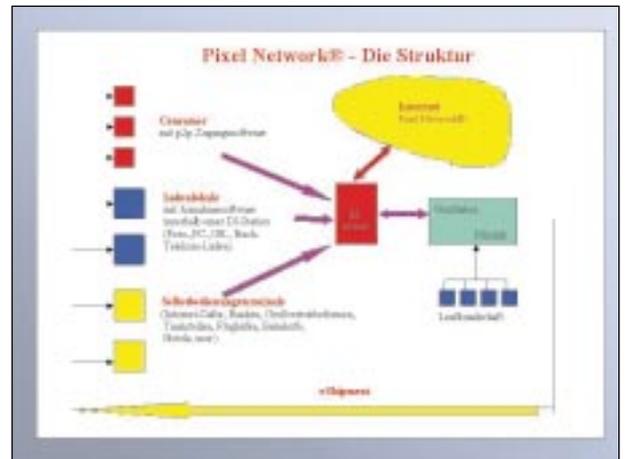
**imaging+foto-contact:** Herr Dr. Kroha, vielen Dank für dieses Gespräch.

### Händler-System

Händler erhalten durch die PixelNet AG die Möglichkeit, sich zu einem Internet-Anbieter zu entwickeln. Denn obwohl in einem rasanten Tempo die Zahl der Haushalte zunimmt, die mit einem PC und einem Internetzugang ausgestattet sind, werden auf lange Sicht immer noch viele Fotografen nicht die Gelegenheit haben, diesen neuen Weg zu nutzen. Für diese bietet das Unternehmen eine händlerbasierende Variante an, bei der der Kunde an einem Selbstbedienungsterminal oder mit Unterstützung des Händlers beziehungsweise des Verkaufspersonals die Bildbearbeitung vornimmt und die Bilder über das Netz an das Labor versendet. Darüber hinaus kann der interessierte Händler die Aufstellung weiterer Terminals, zum Beispiel im Vorraum einer Bank oder in einem Internet-Cafe, organisieren, so daß der jeweilige Anbieter die Chance erhält, neben dem Bilderdienst auch sein gesamtes Dienstleistungsspektrum im Internet und vor allem auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten anzubieten.

### Analoge Fotografen

Über das Angebot der reinen digitalen Dienstleistungen hinaus, wird die PixelNet AG auch eine Fülle von analogen und hybriden Dienstleistungen anbieten. Für Fotografen, die auch weiterhin ihre konventionelle Ausrüstung einsetzen wollen, werden beispielsweise Produkte wie der Pixelnet-Film oder die Pixelnet-Single-Use-Kamera angeboten, die davon gefertigten Abzüge enthalten Informationen über die vielfältigen Möglichkeiten des Internets. Außerdem wird es möglich sein, herkömmlich aufgenommene Bilder im Labor einzuscannen und auf CD brennen zu lassen. Zusammen mit der CD erhält der Kunde einen schönen Viewer zur Bildbetrachtung und die p2p-Zugangssoftware. Die eingescannten Bilder können im Web



Aufträge für das Pixelnetwork sollen sowohl über den Verbraucher, Fotohändler, die mit der Aufnahmesoftware ausgestattet sind, als auch über Selbstbedienungsterminals eingehen.

mittels eines Passworts für den Anwender gespeichert werden. Damit ist er für die Bildbetrachtung, das Herunterladen der Bilder und deren E-Mail-Versand autorisiert. Zukünftig wird das System so weit verbessert, daß auch höher aufgelöste Bilder gespeichert und übers Netz nachbestellt werden können. höl

## Pixel2picture-Software ist Herzstück des Systems

Die p2p Zugangssoftware vereinigt verschiedene Funktionen rund um die digitale Fotografie. Dazu zählen:



Unproblematisches Einlesen und Auswahl von digitalen Bildern aller Quellen und Formate.



Komplexe, aber einfache Bildbearbeitung.



Vorbereitung der Bilder zum Druck.



Versendung der Bilder an das Pixelnet-Labor oder an das Pixelnet-Minilab.

### Kostenlose Bildbearbeitung übers Netz

Die Extensis Products Group, Geschäftseinheit der Creativepro.com Inc., vergrößert das Angebot von Online Tools für Kreative. Intellihance Online ist bisher der einzige Service, der Bilder direkt online analysiert und optimiert. Desktop Software muß weder installiert noch konfiguriert werden, einzig ein Internetzugang ist nötig. Intellihance Online steht dem Anwender unter [www.creativepro.com/intellihance](http://www.creativepro.com/intellihance) zur freien Verfügung. Das Service Programm analysiert einzeln digitale Bilder und bestimmt dabei optimale Auflösung und Farbkontraste. Anwender können schnell Eigenschaften des eingescannten Bildes mit zahlreichen Optionen wie Kontrast, Helligkeit, Sättigung, Schattierung oder Schärfe verändern. Das Ergebnis läßt sich direkt am Bildschirm mitverfolgen. Intellihance Online ermöglicht die gleichzeitige Betrachtung der verschiedenen gestalteten Bilder in einzelnen Dialogfenstern. Darüber hinaus können Anwender Teile eines Bildes heranzoomen und innerhalb des Bildes nach Belieben umherschwenken, und das in fast jedem Maßstab. Ein besonderes Kennzeichen des E-Services der Extensis Products Group ist, daß keine Installation von Programmen notwendig ist. Die Bildbearbeitung findet lokal auf dem Computer des Anwenders statt, ohne die Installation und den Gebrauch von Desktop Software. Intellihance Online ist derzeit kostenlos erhältlich.

### Rimage vereinfacht Kopieren und Bedrucken von CDs

Das Unternehmen Rimage, Spezialist für vollautomatische Publishing- und Duplizierungssysteme für CD-R und Diskette, präsentiert den STA CopyPlus für das einfache Kopieren und Bedrucken von CDs. Mit vier schnellen CD-Brennern, einem CD-Farbdrucker und einer optimierten Robotik ausgestattet, kann der Rimage STA CopyPlus auf Knopfdruck bis zu 24 CD-Rs pro Stunde kopieren und in Farbe bedrucken. Basierend auf einem Perfect Image Producer mit vier schnellen 8x CD-Recordern und einem CD-Farbdrucker, hat das Unternehmen einen Stand-Alone CD-Kopierer entwickelt, der ohne weiteren PC arbeiten kann.



Das Gerät kopiert und bedruckt bis zu 50 CD-Rs vollautomatisch und ohne Benutzereingriff. Einfach Master einlegen, benötigte Kopienanzahl angeben, auf Wunsch ein CD-Label per Diskette oder LS-120 MB angeben – und schon

nach einer Stunde liegen mindestens 24 farbig bedruckte CD-Rs im Ausgabefach.

Der Rimage STA CopyPlus wird in der Komplettausstattung geliefert und beinhaltet daher auch die Rimage Perfect Print Erweiterung und kann damit sogar Siebdruck und individuelle Beschriftung kombinieren.

### Encad

Für die Anwender von Encad Großformat-Inkjetdruckern stellt das Unternehmen eine neue, rückseitig bedruckbare Folie für hinterleuchtbare Displays vor. Die dimensionsstabile 7-mil (0,18 mm) starke Polyesterfolie für hinterleuchtete Anwendungen etwa in der Werbetechnik wird rückseitig bedruckt. Die im Leuchtkasten dem Betrachter zugewandte, unbedruckte Seite schützt das Bild vor Beschädigungen und Feuchtigkeit. Nach einer Trocknungszeit von zirka 20 Minuten ist außerdem ein ein- oder beidseitiges Laminieren der Folie möglich. Sie ist in den gängigen Breiten von 61 cm (24") bis 152 cm (60") erhältlich.

### LightPhase unterstützt Mamiya 645 AF

LightPhase, das digitale Kamera-Rückteil von Phase One, läßt sich nun auch zur Unterstützung der neuen Autofocus-Kamera 645 AF von Mamiya einsetzen. Die Kamera verfügt über ein TTL-Autofocus-System. Ein automatischer Infrarotstrahler ermöglicht dem Anwender auch die Aufnahme von spärlich beleuchteten oder kontrastarmen Objekten. Mit einer Verschußzeit von bis zu 1/4000s ist die Mamiya 645 AF universell einsetzbar, angefangen bei der Portraitfotografie mit einem Weitwinkelobjektiv bis hin zur Action-Fotografie mit schnellen Bildfolgen und Teleobjektiv. Dank eines neu entworfenen Anschlusses lassen sich für die Mamiya 645 AF alle 22 Objektive der bekannten M645-Serie verwenden. Darüber hinaus sind auch alle manuell focussierbaren Objektive des Mamiya 645-Systems, die in den letzten 25 Jahren auf den Markt gekommen sind, mit der neuen Kamera kompatibel. Das neue digitale Kamerarückteil LightPhase für die Mamiya 645AF basiert auf einer CCD-Technologie, die eine Auflösung von 2.032 x 3.056 Pixeln ermöglicht. Es erzeugt RGB-Files von 18 MB mit 8 Bit pro Farbe sowie 36 MB mit 16 Bit pro Farbe, was laut Pressemitteilung genug Informationen für Ausdrücke von Bildern sind, die über das A4-Format hinausgehen. Die Filmempfindlichkeit der LightPhase ist vergleichbar mit einem Wert von ISO 50, die empfohlene Belichtungszeit liegt bei ungefähr zwei Sekunden. Darüber hinaus stehen dem Fotografen elf dynamische Blendenstufen zur Auswahl. Das digitale Kamerarückteil erlaubt Aufnahmen im Abstand von nur 1,5 Sekunden; bereits nach drei Sekunden ist die erste Vorschau auf die gemachten Bilder möglich, so daß die Kamera effiziente und schnelle Arbeitsabläufe ermöglicht. Für die rasche Übertragung der Daten sorgt eine schnelle IEEE1394- (besser bekannt als FireWire) Schnittstelle. Das dazugehörige Kabel ist lang genug, um dem Fotografen ausreichend Bewegungsfreiheit zu gewährleisten. Ab März 2000 soll das digitale Kamerarückteil von Phase One für die Mamiya 645 AF ausgeliefert werden. Der empfohlene Verkaufspreis wird bei 23.990 US-Dollar liegen.

DSC-F505 von Sony kombiniert  
2,11 Millionen-Pixel-Chip mit  
5-fach-Zoomobjektiv aus dem  
Hause Carl Zeiss

# Eine starke Verbindung



Auf den ersten Blick fällt dem Anwender die recht ungewöhnliche Bauart der DSC-F505 auf. Das um 140° vertikal schwenkbare Objektiv dominiert ganz klar das Erscheinungsbild der Kamera. Es verfügt über eine Brennweite, die 38 bis 190 mm im Kleinbildformat entspricht, bei einer maximalen Blendenöffnung von 2,8. Beim Scharfstellen von Motiven hat der Anwender die Auswahl zwischen automatischer und manueller Focussierung – eine Beson-

**Zur Internationalen Funkausstellung im August dieses Jahres präsentierte Sony die Digitalkamera DSC-F505 mit 5-fach-Zoom Vario-Sonnar Objektiv von Carl Zeiss. Wir unterzogen das mit einem 2,11 Millionen-Pixel-Chip ausgestattete Modell einem Praxistest.**

derheit, mit der zur Zeit nur wenige digitale Kameras aufwarten können. Mit Hilfe des 2-fach-Digitalzooms lassen sich auch Motive, die weiter entfernt sind, näher heranholen. So wird das Scharfstellen von kleinsten Motivdetails möglich.

verfügt das Gerät über einen Hybrid-LCD Bildschirm mit einer 6,35 cm Diagonale. Gleichzeitig dient dieser auch zur Funktionsauswahl und zur Menüsteuerung. Über ein Einstellrad erhält der Anwender rasch Zugriff auf die verschiedenen Funktionen, die die Digitalkamera bietet.

## Memory Stick

In der Index-Ansicht kann man sich einen Überblick über die bisher gemachten Aufnahmen verschaffen, das beste Motiv auswählen und schon mal entscheiden, was vielleicht besser gelöscht werden sollte. Bei einer Speicherkapazität des mitgelieferten Sony Memory Sticks von 4 MB, der Platz für ungefähr acht hochaufgelöste Bilder bietet, eine sinnvolle Sache. Für Anwender, denen das nicht ausreicht, bietet das Unternehmen inzwischen Memory Sticks an, die Kapazitäten von bis zu 64 MB bieten. Eine andere Alternative besteht darin, die Bilder statt im Fine-Modus, was die bestmögliche Bildqualität bedeutet,

Die Sony Digitalkamera ist mit einem Makroschalter ausgestattet, der brillante Nahaufnahmen ab 8 cm Entfernung erlaubt. Bei einer Bildqualität von 1600 x 1200 Pixeln, die die Kamera liefert, sind die Ergebnisse so überzeugend, daß man wirklich von einer fotorealistischen Qualität sprechen kann. Zur Vorschau und für die Aufnahme der Bilder



*In punkto Schärfe und Farbdarstellung bleiben bei der DSC-F505 keine Wünsche offen. So bleibt die in „griechisch-blau“ gestrichene Bank auch bei der Ausgabe genauso farbenfroh wie das Original.*



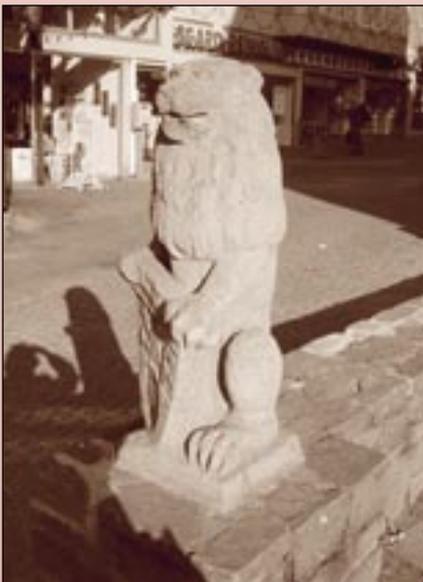
Überzeugende Farben und eine exzellente Schärfe liefert das Zoom-Objektiv, wie die appetitlich aussehenden Weintrauben zeigen.



Um Strom zu sparen, kann der Anwender bei Sonnenlicht den LCD-Monitor abschalten und das Tageslicht zur Beleuchtung des Displays ausnutzen. Auf diese Weise wurde die Herbstimpression auf dem Bild eingefangen.

im Standard-Modus abzuspeichern, was bei einer Bildqualität von 1600 x 1200 Pixeln die Aufnahme von 10 bis 15 Aufnahmen erlaubt und eine Bildqualität ergibt, die für die meisten Anwendungen ausreicht.

Das Cyber-shot-Modell bietet noch einige weitere Einstellmöglichkeiten, mit denen man den Aufnahmemodus auf den jeweiligen Verwendungszweck



Auf „alt“ getrimmte Bilder erreicht man mit dem Sepia-Effekt.

der Bilder abstimmen kann. So bietet die Funktion „Voice“ die Möglichkeit Fotos mit Ton aufzunehmen. Unter E-Mail werden die Bilder in einer 320 x 240 JPEG-Datei aufgenommen, wodurch sie besonders gut für den Versand übers Netz geeignet sind. Auch kleine selbstgefertigte Kurzzeit-Videos lassen sich so auf die Reise schicken.

## Digital-Effekte

Unter dem Menü-Punkt „Effekte“ eröffnen sich dem Fotografen Möglichkeiten, mit denen er seine Bilder kunstvoll verfremden kann. So verleiht Sepia den Aufnahmen eine romantische Note, Schwarzweiß läßt sie wirken wie aus einer anderen Zeit, Solarize verwandelt sie in Illustrationen, und Negativ-Art läßt Fotos wie Negative wirken.

## Große Programm-Auswahl

Darüber hinaus bietet die Kamera für die ganz normale Bild-Aufnahme zahlreiche automatische und manuelle Einstellmöglichkeiten. Mit sechs verschiedenen Automatikprogrammen einem Blendenprioritäts-Modus, einem Belichtungszeitprioritäts-Modus (es stehen 12 Belichtungszeiten zwischen 1/6 und 1/600 Sekunde zur Auswahl), einem Zwielflicht- und einem Plus-Zwielflicht-Modus ist der Anwender jeder Aufnahmesituation gewachsen. Speziell für Landschaftsaufnahmen gibt es einen entsprechenden Modus, der nur auf entfernte Motive scharfstellt, und der Panfocus-Modus ermöglicht die schnelle und einfache Änderung der Focussierung. Bei der Belichtungsmessung läßt die Kamera dem An-

wender die Auswahl zwischen der automatischen Belichtung, die normalerweise die Helligkeit des gesamten Bildes auswertet, und der Spotbelichtungsmessung. Letztere empfiehlt sich bei starkem Gegenlicht oder hohen Kontrasten zwischen Motiven und Hintergrund. Darüber hinaus bietet die DSC-F505 die Möglichkeit der manuellen Beeinflussung der Belichtung. Der Weißabgleich erfolgt automatisch. Für besondere Lichtverhältnisse, wie zum Beispiel Sonnenuntergänge oder Aufnahmen von Feuerwerken, kann zwischen drei weiteren Weißabgleichmodi gewählt werden

## Sinnvolle Batterielösung

Die Stromversorgung erfolgt über Lithium Ionen Akkus. Mit einer Batterieladung läßt sich die Kamera ungefähr für eine gute Stunde in Betrieb nehmen, was natürlich auch von der Wahl des Aufnahmemodus,



Präzise Miniaturaufnahmen wie von diesem Spielzeugflitzer sind mit dem Makro-Schalter der DSC-F505 leicht zu realisieren.

dem Einsatz des LCD Back Lights und der gewählten Bildgröße abhängig ist. Nach einer kurzen Ladepause (zirka zwei Stunden) am mitgelieferten Netz- bzw. Ladeadapter kann es mit den Aufnahmen weitergehen.

Neben der Möglichkeit der ganz normalen Bildaufnahme kann der Fotograf mit Sonys Digitalkamera auch kurze Videofilme aufzeichnen. Dafür wird der Mode-Wahlschalter auf Movie gestellt, der Auslöser ganz nach unten gedrückt und solange festgehalten, wie man die bewegten Bilder zusammen mit Ton aufnehmen möchte bzw. die Kapazitäten ausreichen. Beispielsweise lassen sich bei einer Bildqualität von 160 x 112 Pixeln im Video-Mail-Modus maximal 60, bei höher aufgelösten Bildern im Präsentationsmodus (320 x 240) maximal 15 Sekunden aufzeichnen. Die bewegten Bilder, die im MPEG-1-Format abgespeichert werden, lassen sich problemlos von jedem Web-Browser darstellen.

### Individuell einstellbare Blitzstärke

Die DSC-F505 ist mit einem Blitzlicht ausgestattet, das sich über einen Schalter ausklappen läßt. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, über die Option „Flash Level“ die Blitzstärke individuell zu beeinflussen. So empfiehlt sich bei einem dunklen Motiv oder einem dunklen Hintergrund der Low-Level, bei einem hellen Motiv oder Hintergrund dagegen der High-Modus.

Dem Anwender stehen für die Bildwiedergabe mehrere Alternativen zur Verfügung. Um Batterienstrom zu sparen, läßt sich die Kamera für die Bildbetrachtung direkt ans Netzkabel anschließen.

### Bildübertragung

Wer Bilder seiner Familie oder dem Bekanntenkreis vorführen möchte, kann die Kamera direkt an einen mit Videoausgang ausgestatteten Fernseher anschließen. Besonders effektiv ist das, wenn man die Bilder in eine Slide-Show einbindet, bei der in vorher bestimmbaren Intervallen von wahlweise einer Minute bis zu 3 Sekunden Aufnahmen nacheinander automatisch wiedergegeben werden.

Für die Übertragung der Bilder zum Computer stehen dem Anwender drei

verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung. Laptop-Besitzer, die ohne Kabelsalat und auch unterwegs schnell Aufnahmen zur Verfügung haben wollen, bietet sich der Erwerb eines optional erhältlichen PC-Kartenadapters an. Um die Bilddaten auszulesen, wird der Memory Stick zusammen mit dem Adapter in den PC eingesetzt, das dafür benötigte Programm gestartet, und wenig später stehen die Bilder zur Verfügung.

### USB-Schnittstelle

Für die schnelle und unkomplizierte Datenübertragung verfügt die Digitalkamera über eine USB-Schnittstelle. Nach der Installation der mitgelieferten USB-Treiber-Software auf dem Computer muß nur noch über das Kabel eine Verbindung zwischen der Kamera und dem USB-Anschluß des Computers hergestellt werden, und innerhalb weniger Sekunden erscheinen die Aufnahmen auf dem Bildschirm.

Für Anwender, die nicht über einen USB-Anschluß verfügen, bietet sich die Möglichkeit der Bildübertragung mit Hilfe des seriellen PC-Kabels und des Sony-Programms PictureGear 3.2 Lite, das darüber hinaus auch Funktionen zur Auflistung und Verwaltung der Bilder bietet. Zum Lieferumfang der Kamera gehören sämtliche für die Bildübertragung benötigten Kabel (A/V-Kabel, DC-Anschlußkabel, USB-Kabel, seriell PC-Kabel und Netzkabel) sowie die benötigten Software-Programme, USB-Treiber-Software und Sony PictureGear 3.2 Lite.

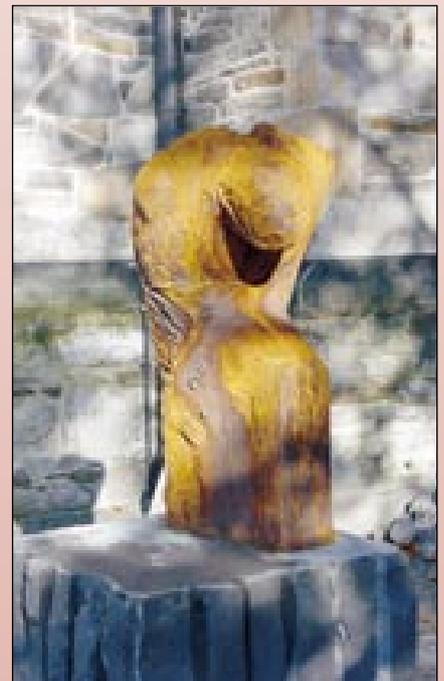
Die Kamera ist seit November dieses Jahres im Handel erhältlich, hat die Maße 10,7 x 6,2 x 13,5 cm und wiegt ohne Akku nur erstaunliche 435 Gramm. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Digitalkameramodell liegt bei 1.999 DM.

### Fazit

Die DSC-F505 von Sony ist eine einfach zu bedienende Digitalkamera, die



Das „Einfahrt-Verboten-Schild“ (oben) läßt sich durch den Einsatz des digitalen Zooms übergehen und schafft so freie Sicht auf das Kunstwerk (unten).



dank ihrer ausgefeilten Technik und dem erstklassigen Zeiss-Objektiv eine herausragende Bildqualität bietet.

Hinzu kommt ihr ansprechendes Design in Gestalt eines schicken Magnesiumgehäuses, das von dem schwenkbaren Zoomobjektiv dominiert wird.

Die Vielfalt der Funktionen, die weit über die reine Bildaufnahme hinausgeht, Video-Modus, Slide-Show, Ton-Aufnahme etc., macht die Kamera zu einem Allroundmodell, das sich sowohl für den ambitionierten Privatanwender als auch für den beruflichen Einsatz anbietet.

höl



## Foba Studiostativ im mittleren Segment

Nach dem Studiostativ DSS-Alpha für Kameras bis zum Format 8x10" hat Foba jetzt das Modell DSS-Omega für das mittlere Segment vorgestellt. Es richtet sich vor allem an Digitalstudios (MultiShot) und an Studios, in denen fast ausschließlich mit den Formaten 4x5" bzw. 13x18 cm gearbeitet wird. Das hohe Eigengewicht von 128 Kilogramm sorgt für große Stabilität der Kamera – auch in höchster Positionierung (Stativhöhe 285 cm). Der Durchmesser der Säule von 124 mm (Sechskantprofil) ist identisch mit dem des DSS-Alpha. Auf vielfachen Wunsch aus Anwenderkreisen wurde insbesondere für Deutschland ein spezieller Stativ-

fuß realisiert: Die Arretierung erfolgt durch Eindrehen der Fußrollen. Sämtliches Zubehör ist mit dem des DSS-Alpha identisch. Unverbindl. Preisempfehlung: ca. 6.000 DM.

## Zwei Prego-Kameras neu im Rollei-Sortiment

Rollei erweitert seine 35 mm-Kleinbild-Kamerareihe Prego um die Modelle Rollei Prego 125 und Rollei Prego 140. Beide neuen Kameras verfügen über eine nahezu identische technische Ausstattung. Während die Rollei Prego 125 jedoch ein 4,6–11,1/38–125 mm Rollei Apogon-Zoomobjektiv besitzt, legt das größere Schwestermodell mit einem 4,6–12,2/38–140 mm-Rollei Apogon-Zoomobjektiv in der Telebrennweite



noch 15 mm drauf. Beide Prego Kameras sind mit einem passiven Autofocussystem ausgestattet, das Aufnahmen ab einer Motiventfernung von 68 Zentimetern ermöglicht. Die Belichtung erfolgt bei beiden Kameramodellen per Programmautomatik mit Gegenlicht-

### AZ-Video

Videoschnitt-Produktion-Videobedarf  
Transfer von Super 8/Normal 8, Videofilme auf CD im MPG-Verfahren.  
Schnutenhausstr. 41, 45136 Essen, Tel. 0201/267237, Fax 0201/256241  
<http://www.az-video.purespace.de>

kompensation und Verschlusszeiten von 1/3 bis 1/400 Sekunde. Die Prego Kameras sind außerdem mit einem eingebauten Blitzgerät ausgestattet. Zu den Funktionen zählen (Doppel-) Selbstauslöser, Landschafts- und Pan-



orama-, Intervallaufnahme sowie eine Schnappschußbeinstellung. Die Kameras haben ein Metallgehäuse mit einer Frontschale aus Aluminium. Die Abmessungen lauten 118,5 x 66,5 x 45,7 mm (B x H x T), die Rollei Prego 125 wiegt 235 g (ohne Batterie), die Rollei Prego 140 250 g. Beide Modelle gibt es mit oder ohne Datenrückwand. Sie stehen dem Handel in einer hochwertigen Geschenkverpackung zur Verfügung. Im Lieferumfang ist ein Lederbeutel enthalten. Eine Infrarot-Fernbedienung ist als Zubehör zu haben. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten: Rollei Prego 125: 399 DM; Rollei Prego 125 Data: 449 DM; Rollei Prego 140: 499 DM; Rollei Prego 140 Data: 549 DM.

## Photo Classics bietet Taschenserie aus Filz

Der Münchner Fotodirektversender Photo Classics hat sein Lifestyle-Repertoire um ein Sortiment an Kamera- und Handytaschen für Damen erweitert.



Insgesamt stehen innerhalb der „Come Bag“-Serie fünf Modellvarianten zur Verfügung, die jeweils in den Farben Beige und Anthrazit zu haben sind: Bodybag (Bauchtasche), Shopper, Rucksack, Umhängetasche oder Lomobag. Alle Modelle besitzen je eine separate Tasche für eine Kompaktkamera und ein Mobiltelefon. Das Besondere an der Taschenserie, die von der Münchner Designerin Uli Hoefle entworfen wurde, ist das Material: Es wird ausschließlich Filz verwendet. Dieser Stoff ist weich und natürlich und dennoch reißfest. Die Preisempfehlungen für die Come Bag-Taschen liegen, je nach Modell, zwischen 30 DM und 150 DM.

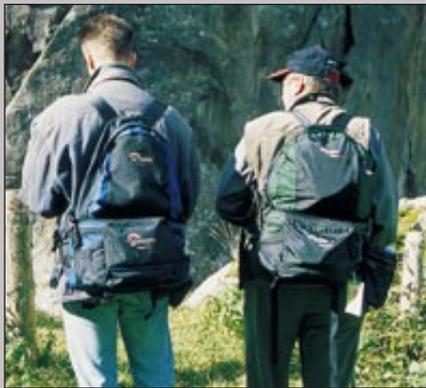
## Minolta legt limitierte Version der Dynax 9Ti auf

Minolta hat die exklusive Dynax 9Ti vorgestellt, die gegen Ende des Jahres in einer limitierten Stückzahl von weltweit 1.000 Exemplaren auf den Markt kommen soll. Zu den Hauptmerkmalen gehören hochwertige Gehäuseteile aus einer Titan- und Magnesiumlegierung, die fortschrittliche Oberflächenbehandlung, die schmutzabweisend wirkt, metallbeschichtete Einstellräder und der gummierte Kameragriff. Außerdem wurden die Custom-Funktionen überarbeitet und um drei neue Funktionen ergänzt. Die Dynax 9Ti verfügt damit über insgesamt 23 Custom-Funktionen, die vom Benutzer individuell eingestellt werden können. Preis: ca. 3.800 DM.



# Workshop mit gbb im Zillertal

Durch das Herausstellen von Details ergeben sich vollkommen andere Sichtweisen. Fotos: hepä



Dank des Engagements von gbb und Canon hatten die Workshopteilnehmer Gelegenheit, Lowepro-Fotorucksäcke und -taschen, Tiffen-Filter, Slik-Stativ und Canon-Kameras zu testen.



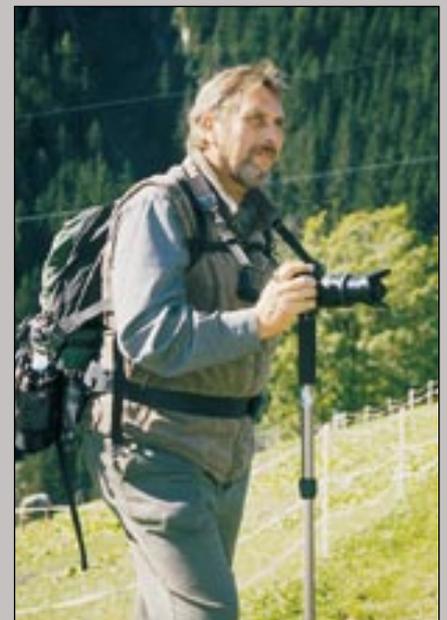
**Zu einem dreitägigen Foto-Workshop hatten im Oktober die Extremkletterer und Bergfotografen Peter Mathis, Bernd Ritschel, Jürgen Winkler und Heinz Zak ins Zillertal gebeten. Unter den 60 Teilnehmern befanden sich auch 15 Fotohändler bzw. -verkäufer. Sie erhielten, auf Einladung der gbb handels gmbh, Willich, bei überwiegend traumhaftem Herbstwetter die Gelegenheit, nicht nur ihren fotografischen Kenntnisstand zu erweitern, sondern auch Produkte der Hersteller Lowepro, Tiffen und Slik zu testen. Weiterer Sponsor der Veranstaltung: die Canon Euro-Photo GmbH, die mit Leihkameras und -objektiven vertreten war.**

„Ich bin stolz, mich bei einer solchen Gruppe als Sponsor betätigen zu dürfen“, erklärte gbb-Geschäftsführer Dietrich Müller zur offiziellen Begrüßung seiner Gäste am Abend des ersten Veranstaltungstages. „Vier Spitzenfotografen, tolle Frauen, die die Organisation erledigen, eine phantastische Gegend und eine wundervolle Berglandschaft, die mit der Farbenpracht des Herbstes sofort ein positives Lebensgefühl ver-

mittelt“, so Müller. „Ich bin sicher, die Teilnehmer werden nicht nur wegen der vielen Tips und Anregungen, die sie hier erhalten werden, erfolgreiche Tage erleben.“

Es sei ihm ein wichtiges Anliegen gewesen, für eine der vier Gruppen Fotohändler oder deren Mitarbeiter aus dem Verkauf anmelden zu können, meinte der gbb-Geschäftsführer im Gespräch mit imaging+foto-contact. Zwar seien sie alle bereits Experten in den entsprechenden Produktbereichen, „aber es ist doch für alle Beteiligten viel sinnvoller, wenn der Verkäufer seine eigenen Erfahrungen schildern kann und nicht das Wissen, das er nur aus Prospekten hat, anwenden muß“. Immerhin gehe es um Profiprodukte für Fotografen, die diese Dinge wirklich benötigten. Müller: „Wenn die Teilnehmer diese Produkte ausprobiert haben und mit ihnen zufrieden waren, können sie viel ehrlicher argumentieren und wirklich für ihre Empfehlungen einstehen.“ Ein Verkaufsgespräch sei so viel überzeugender, und auch die Zufriedenheit des Kunden mit seinem Kauf werde gesteigert, weil er die im Laden gehörten Vorzüge tatsächlich wiederfinde.

Die Auswahl der Lowepro Produkte, die gbb allen Workshop-Teilnehmern zum Testen zur Verfügung stellte, umfaßte zehn Taschen aus der Nova-Serie, fünf Orion AW mit Rucksackansatz, Photo Runner Hüfttaschen, verschiedene kleinere Modelle sowie Objektivköcher



Auch gbb-Chef Dietrich Müller hörte den Ausführungen der Workshopleiter aufmerksam zu.

und weiteres Zubehör aus dem Street and Field-System. Slik war mit 20 Carbon- und ATM-Stativen, Drei-Wege- und Kugelköpfen vertreten, und von Tiffen hatten die gbb-Mitarbeiter mehrere Sets in allen Größen im Gepäck. Canon stellte den Teilnehmern darüber hinaus Kameragehäuse vom Einsteigermodell EOS 500N bis zur Profivariante EOS 1N sowie eine breite Palette an Objektiven bis zur Brennweite 300 mm (mit ImageStabilizer) zur Verfügung.

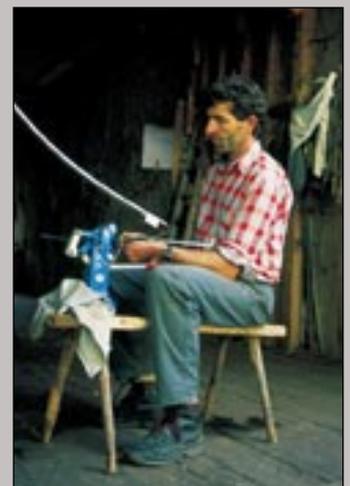
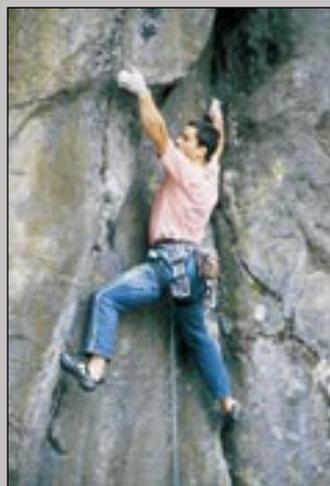
An zwei Tagen brachen die vier Gruppen mit jeweils 15 Teilnehmern zu Fotoexkursionen ins Tuxer Tal auf. Die fotografischen Themen reichten dabei von „Schwarzweiß-Fotografie in den Bergen“ (Jürgen Winkler) über „Bergsportaction“ (Klettern, Mountainbiken etc.; Peter Mathis) und „Klassische Landschaftsfotografie in den Bergen“ (Heinz Zak) bis zur „Porträt- und Reportagefotografie im Gebirge“ (Bernd Ritschel). Da alle vier Work-



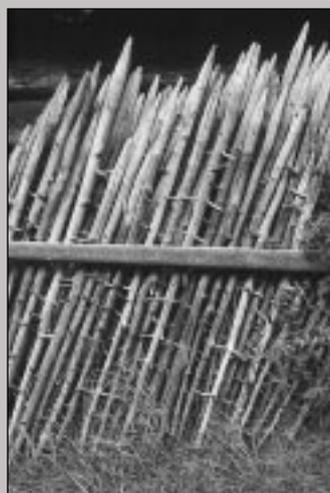
Die Workshopleiter, hier Peter Mathis (Bild links) und Jürgen Winkler (Bild rechts, 2. v. l.), warteten mit vielen nützlichen Tips und Tricks auf.

shopleiter selbst Kletterer und Bergsteiger sind, erhielten die Teilnehmer nicht nur wichtige Anregungen zur Verbesserung der eigenen Bilderergebnisse, sondern auch Tips zum Verhalten in den Bergen. Einen Einblick in ihre Fähigkeiten und unterschiedlichen Arbeitsweisen gaben Mathis, Zak und Ritschel an zwei Abenden im Rahmen von Diavorträgen. Hier waren es nicht nur die beeindruckenden Aufnahmen, sondern auch der sym-

pathische und individuelle Stil der Redner, die die Diashows zu einem Erlebnis werden ließen. Während der abendlichen Treffen erfuhren die Teilnehmer auch, daß sich die vier Fotografen zunächst in der editionBERGE im Bergverlag Rother zusammengeschlossen hatten, um gemeinsam Bildbände herauszugeben. Aus dieser Zusammenarbeit entwickelte sich schließlich die Idee, gemeinsame Workshops zu veranstalten. hepä



Bilder oben: Um Actionfotografie ging es im Workshop von Peter Mathis. Atemberaubende Kletterkünste an einer äußerst schwierigen Wand gaben reichlich Gelegenheit, auf den Auslöser zu drücken. Ruhiger war dagegen das Thema „Der Mensch im Gebirge“. Bernd Ritschel zeigte mit Unterstützung des Einheimischen Norbert Mitterer, wie sich die harte Arbeit eines Bergbauern sensibel in Szene setzen läßt. Bilder rechts: Jürgen Winkler führte die Teilnehmer in seine Sichtweise der Schwarzweiß-Fotografie ein und demonstrierte, daß sich auch aus vollkommen alltäglichen Dingen gelungene Aufnahmen komponieren lassen.





gbb-Geschäftsführer Dietrich Müller (r.) und Mitarbeiter Michael Drebes, Verkauf ASS-Partner-System, stellen den am Firmensitz in Willich neu eröffneten Schulungs- und Demonstrationsraum vor. Dort können sich Besucher einen Überblick über das aktuelle Zubehör-Sortiment des Unternehmens verschaffen. Fotos: hepä

stimmige Idee steht, und zwar die Idee, Taschen nicht über die Menge, sondern über ein Sortiment zu verkaufen.“ Wer in der Lage sei, dem Kunden einen umfassenden Überblick über ein gesamtes Produktportfolio zu geben, erweise sich genau als der Problemlöser, den der Kunde im Fachhandel erwarte.

„Natürlich erwarten wir nicht, daß der Händler das mit zirka 70 verschiedenen Taschenmodellen, dem Street and Field System und diversem Zubehör sehr umfangreiche Lowepro-Sortiment komplett anbieten kann“, meinte Drebes. „Doch er sollte in der Lage sein, die verschiedenen Produktgruppen darzustellen.“ Wobei insbesondere auf das Vorhandensein von Trekking- und Profitaschen im Laden Wert gelegt werde, „denn“, so Drebes, „zum einen haben diese Modelle sich inzwischen als Umsatz- und Margenbringer etabliert, zum anderen steigt durch zunehmende Freizeit- und Outdoor-Aktivitäten die Nachfrage nach geeigneten Taschen

## „Das ASS-Partner-System

Als die gbb handels gmbh, Willich, Anfang 1997 ihr neues ASS-Partner-System vorgestellt hat (ASS = Active Sales Service), lautete eines der Ziele, daß kein Bundesbürger zum Kauf einer Lowepro-Tasche weiter als 50 Kilometer fahren müsse. Um dieses Ziel zu erreichen, müßten sich bundesweit etwa 300 Händler als ASS-Partner finden, hieß es. Knapp drei Jahre nach der Einführung ist dieser Wunsch mit gut 160 Partnern noch nicht Realität geworden. Dennoch zogen gbb-Geschäftsführer Dietrich Müller und Michael Drebes, Verkauf ASS-Partner-System, im Gespräch mit *imaging+foto-contact* eine positive Bilanz. Ihr Resümee: „Das ASS-Partner-System hat sich bewährt.“

## hat sich bewährt“

„Entscheidend für den Erfolg unseres Konzeptes ist letztlich nicht die Zahl der Händler, sondern deren Qualität“, so Müller. „Und mit dieser können wir mehr als zufrieden sein.“ Alle am Programm Beteiligten seien überaus engagiert beim Ver-



kauf des Lowepro-Taschen- und Zubehörsortiments. Deshalb seien auch die beiden wichtigsten angestrebten Ziele des ASS-Partner-Systems erreicht worden: die Stärkung der Marktposition des Fotohandels und der Ausbau des Images der Lowepro-Produkte. Müller: „Unsere Partner im Handel haben festgestellt, daß hinter dem System eine

auch bei Verbrauchern, die bislang nicht klassischerweise zu den Stammkunden des Fotohandels gehören.“

Um dem interessierten Fotohändler den Einstieg ins ASS-Partner-System zu erleichtern, gibt es kein feststehendes Pflichtsortiment. Im Gegenteil: Je nach individuellen Anforderungen können beim Abschluß des Partnervertrages geeignete Artikel aus den verschiedenen Bereichen zum Stammsortiment kombiniert werden. Bei der Auswahl der „richtigen“ Produkte werden die unterschiedlichsten Faktoren wie die Größe des Händlers, sein Einzugsgebiet und die Wettbewerbssituation einbezogen. Ein Einstieg in das System ist für kleinere Händler bereits mit einer Investition von 1.500 DM bis 2.000 DM möglich.

Die auf diese Weise ausgewählten Artikel bilden fortan das Mustersortiment, auf das der Händler einen Einkaufsvorteil erhält. Um die Möglichkeit auszu-schließen, daß Händler den Vertrag nur

deshalb unterschreiben, um günstig an Ware zu kommen, wird zwischen gbb und dem Partner eine Reihe von „Spielregeln“ festgelegt. So muß der Händler sich beispielsweise verpflichten, das Sortiment nicht nur in ausreichender Sortierung und Menge vorrätig zu haben, sondern es auch ansprechend zu präsentieren. Und er muß einen Mindestumsatz erzielen, der sein Engagement für die Marke beweist. Müller: „Natürlich sind die angestrebten Umsatzzahlen keine vollkommen aus der Luft gegriffenen Beträge. Wir stützen uns auf die bisherigen Verkaufszahlen und legen auf dieser Basis eine realistische Summe fest.“

Weiterhin muß er sich bereiterklären, mindestens einen Mitarbeiter zum Lowepro-Experten auszubilden bzw. ausbilden zu lassen, um den Verkauf wirklich aktiv betreiben zu können. Dieser geschulte Fachverkäufer sollte nicht nur generelle Kenntnisse des Lowepro-Systems haben, er sollte auch über Produktneuheiten und Hintergründe Bescheid wissen und Auskunft geben können.

Damit endet bereits die Liste der Pflichten der ASS-Handelspartner. Dieser stehen zahlreiche Aktivitäten gegenüber,

mit denen gbb den Verkauf des Lowepro-Sortiments unterstützt. So stellt das Willicher Unternehmen dem ASS-Partner kostenlos Prospektmaterial, Werbe- und Verkaufshilfen sowie POS-Materialien wie Displays und Verkaufsständer zur Verfügung.

Als Besonderheit hält gbb ein Produkt-Handbuch bereit, in dem das Lowepro-Sortiment detailliert beschrieben wird. Neben einer ausführlichen Beschreibung der einzelnen Produkte findet der Leser hier auch Anwendungsbeispiele, Farb- und Materialmuster, eine Preisliste und einen Überblick über Veröffentlichungen in Form von Anzeigen oder redaktionellen Beiträgen. „Ich kenne keinen anderen Taschen- bzw. Zubehöranbieter, der eine derart

## gbb zieht nach drei Jahren positive Bilanz

umfassende Informationsmappe für seine Handelspartner bereithält“, stellte Drebes fest.

gbb liefert dem ASS-Händler außerdem Informationen über Markttrends und Neuheiten sowie über spezielle Marketing- und Werbeaktionen. Weiterhin ist eine intensive Betreuung durch den gbb-Außendienst vorgesehen. Darüber hinaus wird der ASS-Partner bei der Einführung von Neuheiten sowohl finanziell als auch bei der Belieferung bevorzugt.

„Einer der wichtigsten und erfolgreichsten Punkte der Verkaufsunterstützung waren die verschiedenen Anzeigenkampagnen in Fotozeitschriften“, stellte Müller fest. Dabei habe sich vor allem die Namensnennung der einzelnen ASS-Partner bewährt.

Die zahlreichen Produktschulungen und Verkaufsseminare, die in den vergangenen Jahren durchgeführt wurden, hätten schließlich ebenso zum Erfolg beigetragen wie die exklusiven ASS-Partner-Aktionen. Hier nannte Müller ausdrücklich die beiden Workshops auf Mallorca (im vergangenen Jahr) und im Zillertal (im Oktober, siehe in dieser Ausgabe auf den Seiten 56–57). Müller: „Derjenige, der die



So könnte eine Lowepro-Produktpräsentation beim ASS-Partner aussehen.

Lowepro-Produkte im Praxiseinsatz kennenlernt, kann sich besser mit ihnen identifizieren und viel überzeugender verkaufen. Alle ASS-Partner, die dieses Wissen nutzen und sich wirklich für Lowepro engagieren, haben gemerkt, daß sie mit demselben Kundenkreis den Umsatz um 50 Prozent oder mehr erhöhen können; und das in einem Bereich, in dem die Rendite noch stimmt.“

hepä

### Das Lowepro-Sortiment

Das Lowepro-Sortiment, das den ASS-Partnern zur Verfügung steht, umfaßt folgende Taschenserien:

- Professional mit derzeit acht verschiedenen Modellen
- Omni mit derzeit zwölf verschiedenen Modellen
- Trekking mit derzeit 18 verschiedenen Modellen
- Nova mit derzeit sechs verschiedenen Modellen
- Mini mit derzeit acht verschiedenen Modellen
- Video mit derzeit sechs verschiedenen Modellen
- Computer mit derzeit sieben verschiedenen Modellen
- Street- and Field System
- sowie das komplette Taschen- und Foto-Zubehör



Eine spezielle Serie von Lowepro-Taschen, in denen Digitalkamera und Notebook untergebracht und transportiert werden können, sowie neue Carbon-Stativ von Slik sind die aktuellsten Sortimentserweiterungen bei gbb.

**Zufrieden haben sich die Verantwortlichen der Tura AG auf einer Pressekonferenz in Köln mit dem Geschäftsverlauf seit 1995 gezeigt. Vorstand Dr. Thilo Senst, Direktor Lothar Mörkens, Vertriebsleiter Martin Wiecek und Ralf Ollig, Marketing/Vertrieb, wagten dabei die optimistische Prognose, daß der Umsatz des Dürener Unternehmens langfristig die 100-Mio.-DM-Grenze erreichen werde. Zuwächse sollen vor allem im Auslandsgeschäft und bei Private Label Filmen erzielt werden.**

Diese beiden Bereiche erwiesen sich seit dem Neubeginn im Jahre 1995 als Stützen des Erfolges. Hatte seinerzeit der Umsatz lediglich sechs Millionen DM betragen, so wurden in diesem Jahr bereits etwa 23 Mio. DM Umsatz erzielt.

Kapazität angekommen wäre. Senst: „1999 haben wir erstmalig seit zehn Jahren wieder im Zwei-Schicht-Betrieb gearbeitet, und auch die Samstage wurden regelmäßig als Werktage genutzt.“ Um das angestrebte Wachstum von

## Tura strebt Umsatz von 100 Mio. DM an

Von dieser Summe entfallen nach derzeitigen Schätzungen zirka 13,5 bis 15 Mio. DM auf die Umsätze, die im Ausland erzielt wurden. „Daß der Export ein wesentlicher Antriebsmotor für un-

30 Prozent pro Jahr nicht zu gefährden und den Kundenwünschen gerecht zu werden, sind für das kommende Jahr große Investitionen geplant. So werden noch im Dezember neue Signier- und



Tura Vorstand Dr. Thilo Senst (r.) und Tura Vertriebsleiter Martin Wiecek berichteten über den Geschäftsverlauf der vergangenen Jahre und stellten neue Produkte vor. Foto: hepä

seren Erfolg in den vergangenen Jahren war, zeigt sich in der Tatsache, daß wir Tura Produkte inzwischen in über 70 Länder liefern“, erläuterte Senst. „Im Jahre 1995 waren es nur sechs.“ Der diesjährige Umsatz wäre nach Aussage des Tura Vorstands problemlos zu steigern gewesen, wenn die Tura AG nicht bereits an den Grenzen ihrer

Spulautomaten mit einer Kapazität von über zwölf Millionen Filmen pro Jahr installiert. Im Februar 2000 soll ein weiterer neuer Papierrollenschneider für die Papierfabrikation in Betrieb genommen werden. Senst: „Das Investitionsvolumen für diese speziellen Sonderanfertigungen, die auf die spezifischen Anforderungen der Tura AG

zugeschnitten sind, beläuft sich auf zwei Millionen DM.“ Weitere Investitionen im höheren sechsstelligen Bereich seien darüber hinaus für ein komplett neues EDV-System für Fertigung und Verwaltung vorgesehen.

Um das für das Jahr 2000 angestrebte Umsatzziel von etwa 30 Mio. DM zu erreichen, will Tura einerseits die Aktivitäten in wichtigen ausländischen Märkten intensivieren. So ist beispielsweise die Gründung einer Tura Australien geplant, und in Ländern wie Rußland und USA soll an die derzeitigen Verkaufserfolge angeknüpft werden. Dazu strebt Tura auch Kooperationen mit international tätigen Unternehmen bzw. den Kauf von ins Konzept passenden Firmen an. Andererseits will das Dürener Unternehmen durch den Ausbau des Nischengeschäftes den Inlandsumsatz stabilisieren.

Durch die Hinzunahme weiterer Nischenprodukte soll insbesondere auf dem Inlandsmarkt eine weitere Flexibilisierung der Tura AG zugunsten ihrer Kunden vorangetrieben werden. Außerdem wurde bei Tura eine neue Digitalabteilung gegründet, die das Geschäft mit Papieren, Tinten und Zubehör für den Digitaldruck voranbringen soll. „In diesem Bereich wurde auch in Personal investiert“, betonte Senst.

## Neue Tura Produkte

Eines dieser Produkte könnte der neue Verkehrsüberwachungsfilm sein, den Tura Vertriebsleiter Martin Wiecek auf der Pressekonferenz vorstellte. Er besitzt eine stärkere Trägerfolie und wurde speziell für die Bedürfnisse der Verkehrsüberwachungsbehörden sensibilisiert. Weiterhin gibt es unter der Bezeichnung Tura Pan Line Film einen neuen Schwarzweißfilm mit steiler Gradation für Reproduktionen von Schrift und Strichvorlagen oder von Transparentmaterialien. Mit dem Tura BW-C41 ist jetzt auch ein monochromer SW-Film für die Entwicklung im Farbprozeß C41 im Programm. Neu ist ebenfalls wieder eine eigene Tura Chemie, und auch bei Papieren gab es Neues zu berichten. So steht das Tura Porträtpapier jetzt mit der Oberfläche 317 (Seidenraster) zur Verfügung. hepä



Dauerkalender der Serie Top.

## Desk Top-Artikel von Erno



Quartzuhr der Serie Style.

**Die Erno Warenvertriebsgesellschaft hat eine Reihe von Desk Top-Artikeln vorgestellt. Sie eignen sich durch ihr futuristisches Aussehen als Designelemente für jeden modernen Schreibtisch.**



*Bild links: Ein Arrangement mit Produkten der Trend-Collection und dem (Bild oben) dazu passenden Brieföffner.*

*Bild rechts: Ein champagnerfarbener Bogen an der linken Seite kennzeichnet die Accessoires der Style-Collection.*



### Camcorder-Zubehör von Canon

Für ambitionierte Amateurfilmer und Profis bietet Canon neues Zubehör an: Die Zoomfernsteuerung ZR-1000 erlaubt die externe Bedienung der wichtigsten Kamerafunktionen, wenn vom Stativ aus gefilmt werden soll. Sie wurde für die Montage am Schwenkhebel des Stativs konzipiert und ist mit sämtlichen Canon Camcordern mit LANC-Anschluß einsetzbar. Bedienbare Funktionen sind Start und Stop, Zoom, Zoom-Geschwindigkeit, Scharfeinstellen und Aufnahmeschlauf. Mit dem Stehbild-Disketten-Recorder FR-100 können digitale Stehbilder mittels eines handelsüblichen DV-Kabels auf eine 3,5"-Diskette überspielt und dort im JPEG-Format gespeichert werden. Dabei stehen drei Qualitätsstufen zur Verfügung. Im Modus Superfein eignen sich die Bilddaten für Ausdrucke im Postkartenformat.

Im Weihnachtsgeschäft können sie als Edelumensilien besonders bei den Kunden zum Renner werden, die noch in letzter Minute ein passendes Geschenk suchen. Die neuen Desk Top-Artikel umfassen vier Produktserien. Sämtliche Artikel wurden in den Trendfarben Champagner und Schwarz gestaltet. Die Top-Collection stellt mit zehn Produkten die umfassendste Serie dar. Zu ihr gehören ein Kugelschreiber mit -halter, eine Zettel-Box, ein Visitenkartenhalter, ein Büroklammerspender, eine Stiftbox, ein Brieföffner, eine Quartzuhr, ein Dauerkalender, ein Untersetzer-Set und Untersetzer. Zur Style-Collection gehören eine Zettel-Box, ein Visitenkartenhalter, eine Quartzuhr und ein Dauerkalender. Zwei Produkte mehr sind in der Wave-Collection zu finden: Hier gibt es neben der Quartzuhr und dem Untersetzer-Set eine Zettelbox, eine Stiftbox, einen Visitenkartenhalter und einen Brieföffner. Und die Trend-Collection bietet schließlich ebenfalls sechs verschiedene Schreibtisch-Utensilien: Stiftbox, Brieföffner, Dauerkalender, Visitenkartenhalter, Quartzuhr und Untersetzer.

**PLL Laserlab**  
Digital-Prints mit Biß.  
Der Brüller in Sachen Qualität und Speed.  
[www.techlab-gmbh.de/laserlab.htm](http://www.techlab-gmbh.de/laserlab.htm)

**TECHLAB**  
Lisc-Meitner-Strasse 4-6  
D-64823 Groß-Umstadt  
Phone: (+49)-6078-7807-0  
Fax: (+49)-6078-71194

HIGH-QUALITY

echt schnell... echt scharf... echt foto... echt toll!

# PENTAX ROADSHOW 1999

## APS- und Kompaktkameramodell für das Weihnachtsgeschäft



**Im November dieses Jahres lud Pentax seine Handelspartner in zehn verschiedenen Städten Deutschlands zur Roadshow ein. Neben dem bewährten Profi-Produkt-Sortiment gab es aus dem Bereich Consumer Imaging zwei neue Produkte zu sehen, die sich Fotohändler für das Weihnachtsgeschäft vormerken sollten. Die Redaktion von imaging+foto-contact war in Köln mit dabei.**

In einem schicken Edelstahlgehäuse präsentiert sich das neue APS-Kameramodell Pentax efina T. Es ist mit einem 26-69 mm Zoomobjektiv (29-86 mm Kleinbild) ausgestattet, das zusammen mit dem passiven Fünffeldautofocus und der Mehrfeldbelichtungsmessung für gelungene Aufnahmen sorgt. Weitere Features sind ein eingebauter Blitz mit automatischer Gegenlichtkorrektur und ein Selbstauslöser. Brillenträger werden sich über die Möglichkeit der Dioptrienkorrektur freuen. Darüber hinaus bietet die efina T natürlich die klassischen APS-Vorteile, wie die drei Formate C, P, und H, sowie den Midroll Change, das heißt die Möglichkeit des vorzeitigen Wechsels teilbelichteter Filme. Mitte November wurde mit der Auslieferung des neuen Modells begonnen. Der emp-

fohlene Verkaufspreis liegt bei 499 DM, inklusive Tasche.

### Neues Kompaktkameramodell

Mit der Espio 120Mi präsentiert Pentax eine edle Zoom-Kompaktkamera im schicken Voll-Aluminium-Gehäuse. Das mit einem ausgesprochen leise arbeitenden Zoom-Objektiv ausgestattete Modell hat einen Brennweitenbereich von 38 bis 120 mm. Der Fotograf kann zwischen dem Einsatz des Fünf-

feld-Autofocus und des Spot-Autofocus wählen. Der Clou der Kamera ist ein beleuchtbares Display, das auch bei schlechten Sichtverhältnissen die Kontrolle der Aufnahmen ermöglicht. Das hochwertige Kompaktkameramodell wird ebenfalls seit Mitte November



*Das neue Kompaktkameramodell Espio 120Mi besticht durch seine hochwertige Ausstattung.*

ausgeliefert und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 479 DM.

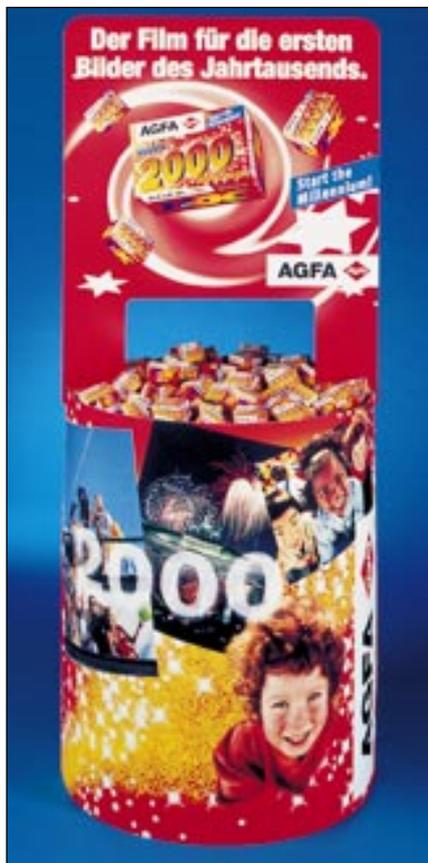
Um der Roadshow den passenden unternehmenseigenen Rahmen zu verleihen, war Pentax mit neuen, elegant in Aluminium und Glas gestalteten Präsentern angereist. Vitrinen- und Vitrintische eigneten sich hervorragend für die Präsentation der Produktpalette. Die diesjährige Pentax-Roadshow war ein Angebot, das die geladenen Fachhändler gerne genutzt haben, um sich rechtzeitig zu Beginn des Weihnachtsgeschäftes in Ruhe über das Produktsortiment des Unternehmens zu informieren. höl



*Vor den neuen Pentax-Präsentern: (v. l.) Stefan Thode, Key Account Manager Foto/Optik bei Pentax, und Pentax-Direktor Andreas Timm-Stöffhaas.*

# Agfas HDCplus 400 im „Happy 2000“-Design

**Mit dem Wechsel ins Jahr 2000 bietet sich die Chance, Bilder aus zwei Jahrtausenden auf einem Film festzuhalten. Speziell für diesen Anlaß hat Agfa den Agfacolor HDCplus 400 mit 20 Aufnahmen im „Happy 2000“-Millennium-Design aufgelegt.**



*Spezielle Schütten sollen den Kunden auf die Happy 2000-Filme aufmerksam machen.*

Der Film soll als besonders unempfindliches Material gegen Fehlbelichtungen dafür sorgen, daß die unwiederbringlichen Aufnahmen fast automatisch gelingen. Als Kurzfilm mit 20 Aufnahmen kommt er zudem schnell zur Ausarbeitung ins Geschäft zurück.

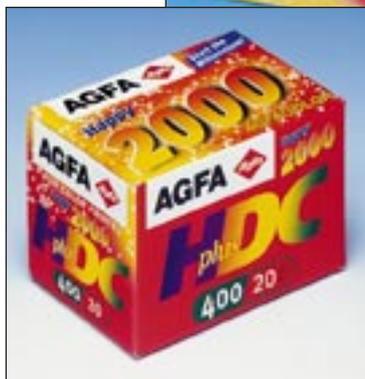
Dafür, daß das Angebot vom Kunden angenommen wird,

spricht nicht nur der jahreszeittypische Trend zu hochempfindlichen Filmen. Auch Agfas besondere Kurzlängen-Filme haben sich eigenen Angaben zufolge bislang stets bewährt. So bildete die Test & Smile-Aktion zu Jahresbeginn die Grundlage des Verkaufserfolges für Agfa in diesem Jahr.

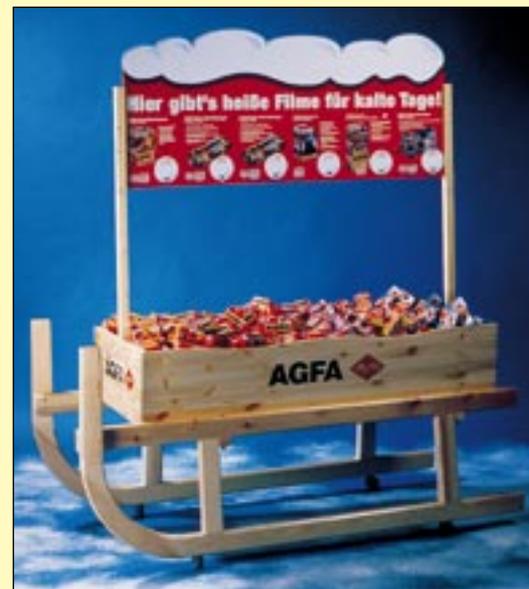
Neben dem Film stellt Agfa dem Handel auch eine besondere Single-Use-Kamera zur Verfügung: Die Le Box Go Flash Happy 2000 ist mit einem HDCplus 400 24+3 bestückt und wird im Aktionszeitraum ebenfalls im Happy 2000-Design angeboten. Sie soll Kunden zu Spontankäufen animieren, die ihre teure Kamera(ausrüstung) auf einer feucht-fröhlichen Millenniums-Feier nicht gefährden, aber dennoch Erinnerungsfotos haben wollen.

Für APS-Fotografen wird der Agfacolor Futura 400-15 als Aktionsprodukt angeboten.

Um den Abverkauf zu unterstützen, hat Agfa für die Happy 2000-Aktion zwei Rundschütten für maximal 250 bzw. 500 Einzelfilme entwickelt. Sie besitzen Topschilder, die den HDCplus 400-



*Zum Millennium bringt Agfa einen HDCplus 400 und eine Le Box Go Flash im Happy 2000-Design heraus.*



## Agfa-Schlitten löst Agfa-Marktwagen ab

Im Sommer hatte Agfa mit der Marktwagen-Aktion einen großen Erfolg erzielt: Über 400 Fotohändler nutzten seinerzeit das attraktive Dekoelement zur Steigerung des Filmumsatzes. Auf den positiven Erfahrungen aufbauend bietet Agfa seinen Partnern im Fotohandel jetzt auch für das Winter- und Weihnachtsgeschäft die Möglichkeit, auf eine entsprechende Groß-Plazierung zurückzugreifen. Diesmal ist es ein Schlitten, der die Aufmerksamkeit der Kunden auf das attraktive Agfa Filmpaket in wintergerechten ISO 200- und ISO 400-Klassen lenken soll. Der Winterschlitten hat die gleichen Abmessungen wie der Marktwagen und ist prall gefüllt mit 720 Filmriegeln bzw. Schnäppchen- und Mehrfachpacks sowie 30 Le Box Go Freestyle Single-Use-Kameras.

20 Happy 2000 zeigen und den Kunden im Laden auf das Angebot aufmerksam machen. Für den Futura 400-15 steht die Standard Futura-Schütte mit einem adaptierten Happy 2000 Futura 400-15 Topschild zur Verfügung.

Außerdem wird für die Aktionsprodukte eine Fernsehkampagne mit Zehn-Sekunden-Spots geschaltet. Diese startet bewußt am ersten Weihnachtstag, um der vorweihnachtlichen Werbeüberflutung zu entgehen und möglichst zeitnah zum Anlaß des Filmes präsent zu sein. Verschiedene Anzeigen in Handels- und Publikumszeitschriften runden die Werbemaßnahmen für Agfas Millennium-Film ab.



Ein Event der Extraklasse fand in der Hertener Rundhalle statt, in der Horst Hamann seine spektakulären Fotos „New York vertical“ als Lambda-Digitalprints im Format 2,40 x 7,20 m zeigte.

**Alle zwei Jahre im Herbst zieht die westfälische Bergbaustadt Herten Fotobegeisterte von nah und fern magisch an. Der Grund: Das BildForum, getragen von der Agfa-Gevaert AG und der Stadt Herten, eröffnet die Internationalen Fototage. Die fünfte Auflage des inzwischen auch im Ausland mit hohem Renommee versehenen Fotofestivals fand vom 30.9. bis zum 24.10. statt. Wie immer gab es viele Ausstellungen an ungewöhnlichen Orten, Vorträge und Auftritte großer Fotografen sowie einen bunten Veranstaltungsreigen rund um die Fotografie.**

thema japanische Fotografie wurde begeistert aufgenommen“, zog Agfa-Öffentlichkeitsarbeiter Hansjoachim Nierentz, neben Bild Forum-Mitarbeiterin Susanne Barth der Hauptverantwort-



„Mr. Fototage“, Agfa-Öffentlichkeitsarbeiter Hansjoachim Nierentz, zeigte sich mit dem Verlauf der Fototage hochzufrieden.

liche der Internationalen Fototage Herten, im Gespräch mit imaging+foto-contact eine äußerst positive Bilanz. „Meiner Ansicht nach haben wir in diesem Jahr die Krönung der bisherigen Festivals erlebt.“ Dabei ließen die Fototage von Beginn an keinen Zweifel daran, daß sie ihrem Anspruch nach Internationalität auch

# „Die Krönung der bisherigen Fotofestivals“

1999 wieder gerecht werden würden. So fand mit Dr. Harald Wachenfeld, General Manager Europe, Consumer Ima-

Dr. Harald Wachenfeld, General Manager Europe, Consumer Imaging Agfa-Gevaert AG (Bild rechts), war einer der Redner des Eröffnungsabends. Nach dem offiziellen Teil fand er unter anderem Zeit zu einem Gespräch mit Agfa-Presseschef Dr. Hartmut Hilden (Bild unten, l.).



ging Agfa-Gevaert AG, nicht nur ein Vertreter des internationalen Geschäftes des Hauptsponsors als Redner des Eröffnungsabends den Weg ins nördliche Ruhrgebiet, auch Masafumi Fukagawa, Kurator des Kawasaki City Museums, war eigens zum Festival aus



Traditioneller Bestandteil der Hertener Fototage sind Workshops (Bild links zeigt die Chinesin Xiao Hui Wang, die sich einen Überblick über die Ergebnisse ihres Frauenworkshops „Gefühl festhalten?“ verschafft) und Aktionen, bei denen Besucher und Hertener Bürger in die Fotoaktivitäten miteinbezogen werden. Bild rechts zeigt Kinder, die sich an der Fotoaktion „Pommes-Camera & Co.“ beteiligten.



Die besondere Atmosphäre entsteht in Herten auch durch die ungewöhnlichen Ausstellungsorte wie die Große Kaue der Zeche Schlägel & Eisen (Bild links) und das ehemalige Hallenbad im Stadtzentrum (Bild rechts), das dem BildForum in diesem Jahr zum letzten Mal zur Verfügung stand.

Japan angereist, um den Gästen des Eröffnungsabends in fließendem Deutsch eine Einführung in das fotografische Schwerpunktthema Japan zu geben. Mit ihm kamen rund 20 weitere japanische Gäste als Vertreter der unterschiedlichsten Bereiche.

Auch die Riege internationaler Fotografen, die sich in diesem Jahr ein Stelldichein in Herten gaben, konnte sich sehen lassen. Unter anderem begrüßte das BildForum den US-amerikanischen Magnum-Fotografen Alex Webb und Jane Evelyn Atwood, die auf Einladung der Leica Camera AG nach Herten kam, den französischen Fotojournalisten

Die Verleihung dieser Auszeichnung gehört traditionell zu den Höhepunkten des Hertener Festivals.

Besonderes Ereignis mit internationalem Anstrich: die Portfolio Reviews, bei denen Fotografen die Möglichkeit hatten, eigene Arbeiten von 20 Experten (Kuratoren, Bildredakteure, Fotografen und Galeristen) aus 15 Ländern in (kostenpflichtigen) Einzelterminen begutachten zu lassen. Anstoß zu diesem Event gab das gleichzeitig in Herten stattfindende Treffen internationaler Festivalkuratoren.

Leica, Kamera Werk Dresden, PSL, Multiblitz und Hedler, die die Gerätetechnik stellten, Agfa, das für die Verbrauchsmaterialien sorgte, der Volkshochschule Herten und dem HSL Laborservice in Düsseldorf sowie renommierten Workshopleitern war

## 5. Internationale Fototage Herten

wieder ein breitgefächertes Weiterbildungsprogramm auf die Beine gestellt worden.

Und auch die Tradition, Besucher und Hertener Bürger in die Aktivitäten mit einzubeziehen, wurde 1999 fortgesetzt. So brachen zum Beispiel Kinder ab acht



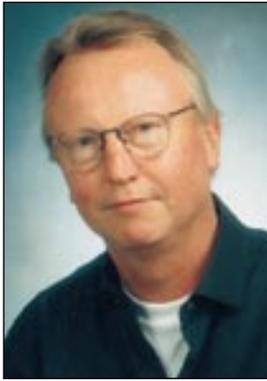
Eine weitere Hertener Tradition sind die Workshops, die auch in diesem Jahr wieder großen Zuspruch fanden. Mit Unterstützung des Agfa Förderprogramms Fotografie sowie der Firmen

Bild links: Hansjoachim Nierentz mit den Gewinnern des Preises für jungen Bildjournalismus, Joachim Ladefoged (l.) und Nikolaus Geyer (r.). Bild unten: Magnum-Fotograf Alex Webb (l.) begutachtet im Rahmen des Portfolio Review die Aufnahmen eines Besuchers. Bild rechts: Auch Altmeister Walter Schels (l.) gab sich in Herten ein Stelldichein.

und Autor Paul Almasy (Paris), der für sein Lebenswerk mit der Auszeichnung „Fotopersönlichkeit des Jahres“ geehrt wurde, die Chinesin Xiao Hui Wang, die als Workshopleiterin fungierte, sowie den dänischen Nachwuchsfotografen Joachim Ladefoged. Er freute sich mit seinem deutschen Kollegen Nikolaus Geyer über den Gewinn des Internationalen Preises für jungen Bildjournalismus.



Jahren im Rahmen der Aktion „Pommes-Camera & Co.“ mit einer Single-Use-Kamera von Agfa zu einer Fotorallye auf, und in Zusammenarbeit mit einer Lokalzeitung konnten sich Hertener Bürger von Foto-Designer Markus Bullik porträtieren lassen. hepä



**Ulrich Vielmuth**

# Camcorder von morgen

Der Camcorder von morgen wird ohne Band auskommen müssen. Und ohne zeitraubendes Hin- und Herspulen. Besonders bei der Nachbearbeitung eine komfortable Sache, was jeder engagierte Hobbyfilmer zu schätzen weiß. Auf der Funkausstellung in Berlin waren schon erste Konturen zu erkennen – vom bandlosen Camcorder der Zukunft. Doch bis eines

Tages solche revolutionären Aufnahmegeräte im Handel sind, wird sicher noch einiges Wasser die Spree hinunter fließen. Selbst Sony hüllt sich vornehm in Schweigen.

Ich muß gestehen, daß ich immer etwas skeptisch bin, wenn es darum geht, neue Technologien schon im Vorfeld euphorisch zu feiern, die vielleicht erst auf den zweiten Blick ihren praktischen Nutzen ausspielen können. Wer sich noch erinnern kann, hat sicherlich noch die Lobpreisungen bezüglich des hochauflösenden Fernsehsystems HDTV (High Definition TV) im Ohr, welches dann bei uns nie in die Gänge kam. So oder ähnlich verhält es sich zur Zeit mit den neuartigen Speichermedien Disc oder Chipkarte. Sicher kein großes Thema auf der IFA, aber immerhin.

Wir alle wissen: Das Filmen mit Videoband ist eine bewährte Sache und mit der Zeit immer besser und billiger geworden. Nicht umsonst hat das Mini-DV-Format seit seiner Präsentation zur Funkausstellung vor vier Jahren wegen seiner ausgezeichneten Bildqualität zu bezahlbaren Preisen dem Videohobby wieder deutlich meßbare Impulse gegeben. Zwar ist die hochkomplizierte Mini-Mechanik in den DV-Camcordern inclusive der nur fingernagelkleinen Kopftrommel immer mal wieder Anlaß für Beschwerden gewesen, doch sind im allgemeinen nicht nur die Mini-DV-Videokassetten ganz schön robust – auch wenn es mal in die Extreme geht.

So hat jüngst Filmemacher Martin Gremmelspacher bei den Hanfbauern im Himalaya mit verschiedenen DV-Camcordern für Voxtours produziert. In der Fachzeitschrift „Medien Bulletin“ berichtet er von seinen Erfahrungen: „Heiß und feucht ist es, die Kameras müssen hier in einem vollkommen anderen Klima arbeiten als weiter im Norden oder in Kathmandu. Kein Problem für die DVCAMs und auch kein Problem für die Canon XL1. Alle machen ihren Job so wie bisher, keine Ausfälle und kein Pixelwarrarr.“

## Sharp auf neuen Wegen

Bei Sharp hat die Zukunft schon begonnen mit der ersten Internet-Viewcam, die Videos digital im MPEG-4-Format speichern kann und auch schon lieferbar ist. Sicherlich nichts für die breite Masse der Hobbyfilmer, die mittlerweile in puncto Camcorder-Qualität verwöhnt ist. Aber bestimmt etwas für den Computerfreak und Internet-Anwender. Diese im wahrsten Sinne des Wortes einzigartige Kamera ist in der Lage, bis zu einer Stunde Bild und Ton (vergleichbar mit Telefonqualität) aufzuzeichnen und im neuen MPEG-4-Format so zu komprimieren, daß das Material problemlos ins Internet gestellt oder

per E-Mail verschickt werden kann. MPEG-4 ist übrigens die Multimedia-Variante unter den verschiedenen Video-Kompressions-Standards, so daß die noch einmal gegenüber MPEG-2 erhöhte Datenkompression es ermöglicht, die Videoübertragung in Zukunft per Telefon und Internet zu realisieren. Speichermedium ist eine austauschbare „Smartmedia“-Card mit bis zu 32 MB Speicherkapazität.

Optimistisch ist Thomas Benecke, Produktmanager bei Sharp Electronics (Europe):

„Die Internet-Viewcam VN-EZ 1 bringt Bewegung in Mails und Homepages. Ihre MPEG-4-komprimierten Aufnahmen müssen nicht mehr in aufwendigen Arbeitsschritten nachbearbeitet und konvertiert werden, sondern lassen sich direkt in E-Mails oder HTML-Dokumente integrieren.“ Aus der schlichten E-Mail wird auf diese Weise ein emotionales, buntes und vor allem bewegtes Medium.

Mit nur 200 Gramm Gewicht und den Abmessungen 81,4 x 89,5 x 42mm ist sie leichter und kleiner als die meisten Camcorder, hat ein 1,8-Zoll-TFT-Display und ein 270 Grad schwenkbares Objektiv sowie 4-fach Zoom. Der Marktpreis von 1499,- Mark scheint angemessen zu sein.

## Sony setzt auf MiniDisc

Daß auch Sony selbstverständlich schon länger im Verborgenen an einem bandlosen Camcorder werkelt, wird keinen der Leser groß überraschen. Da man mit der MiniDisc im Audiobereich langjährige Erfahrungen gesammelt hat, setzen im fernen Japan die Sony-Ingenieure nun auch beim bewegten Bild auf eine Scheibe gleicher Größe, genannt Data-MiniDisc. Aufzeichnungskapazität 650 MB. Der MD-Discam – wie er genannt wird – kommt im DV-Camcorder-Look, ist jedoch flach wie ein Taschenbuch. Er ist in der Lage, mehr als 20 Minuten Videoaufnahmen in recht guter Qualität auf die kleine 64 mm-Scheibe aufzuzeichnen. Dies geschieht im MPEG-2-Format magneto-optisch auf Basis eines roten Lasers (Wellenlänge 650 Nanometer).

Der besondere Witz bei diesem völlig neuen Camcorderkonzept ist jedoch die Möglichkeit, am Camcorder selbst einfache Schnittfunktionen per Zeichenstift und Touch-Screen zu bewerkstelligen. Also ein Camcorder mit integriertem Schnittcomputer.

In der Praxis kann das so aussehen, daß der ausklappbare LCD-Bildschirm in seiner Eigenschaft als sogenanntes Touchscreen-Display eine winzige Bedienleiste am Bildrand zeigt, die mit einem Stift bedient wird. Darüber hinaus wird im Rahmen der Nachbearbeitung einzelner Videoszenen tabellarisch jedes erste Bild einer Szene im Display sichtbar. Durch bloßes Antippen („touch“) wird die Reihenfolge der gewünschten Szenen festgelegt – ohne lästiges und zeitraubendes Spulen. Ebenso können natürlich auch mit kleinen Schreibprogrammen Titel und Schriften eingefügt und mit Hilfe eines Malprogramms auch handschriftliche Zeichnungen eingefügt werden.

Also der einfache Videoschnitt im Camcorder als Ei des Kolumbus? Schön wär's, kann ich da nur kurz bemerken. Man darf auf die nächste IFA gespannt sein!



### Polaroid Gewinner flogen nach Berlin

Marcus Weber (Foto Morchel, Köln) ist der Gewinner des Polaroid i-zone Gewinnspiels, das in der ifc-Ausgabe 9/99 ausgeschrieben worden war. Aus den Händen von Polaroid Verkaufsrepräsentant H. R. Laquer (r.) erhielt Weber sein Gewinnpaket, in dem unter anderem eine Wochenendreise mit Frau und den beiden Töchtern nach Berlin enthalten war. Dort hatte Familie Weber Gelegenheit, auf der Jugendmesse You die i-zone Generation hautnah mitzuerleben. Den zweiten Preis, zehn Kinogutscheine, gewann Ingrid Möller (Fotoladen Boje, Nortorf). Der dritte Preis, sechs Kinogutscheine, ging an Adrienne Schule (Photo Reinhardt, Suhl).



### Dan Carp zu Gast bei der Kodak AG

Dan Carp (l.), der ab Januar 2000 als Kodak CEO die Nachfolge von George Fisher antritt, hat vor kurzem die Kodak AG in Stuttgart besucht. Dort ließ er sich unter anderem von Kodak Vorstand Dieter Werkhausen (r.) das Konzept der Order Station erläutern, die bei der Stuttgarter Kodak AG entwickelt wurde und inzwischen in mehreren europäischen Ländern im Einsatz ist. Dieses Gerät soll, ebenso wie Picture CD und Kodak PhotoNet Online Service, die Nachfrage nach digitalen Bilddienstleistungen fördern. Im Dialog mit den Kodak Mitarbeitern unterstrich Carp, daß er vor allem in diesem Bereich noch besondere Wachstumschancen sieht.

# Die Photo-Grossisten der VGP:

## J. H. Annacker GmbH

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

## Batavia

Multimedia GmbH & Co. Vertriebs KG  
94113 Tiefenbach, Niedernhart 1  
☎ 0 85 46 / 9 19 - 0 • Fax 0 85 46 / 9 19 - 144

## Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)  
28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51  
☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55

## Dominik Dinkel KG

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



## Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5  
☎ 03 82 04 / 686 - 0 • Fax 03 82 04 / 686 - 90

## Kleffel + Aye (GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51  
☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55 • www.kleffel-aye.de

## Photo Universal

Kleiber GmbH & Co. KG  
70736 Fellbach, Max-Planck-Str. 28 • 70708 Fellbach, Postf. 18 04  
☎ 07 11 / 9 57 60 - 0 • Fax 07 11 / 9 57 60 - 40

## Carl Wöltje

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

Ihre  
Partner  
für Photo  
und  
Imaging!

## Wie gut geht es uns finanziell? Bleiben Arbeitsplätze erhalten?

Mit dem letzten Kommentar in diesem Jahre möchte ich in aller Bescheidenheit einmal darauf aufmerksam machen, wie gut wir in Deutschland, finanziell gesehen, in das erste Jahr des neuen Jahrtausends eintreten.

Beginnen möchte ich mit der berühmten Inflation von 1923. Wie unsere Eltern und Großeltern uns berichtet hatten, haben sie damals ihr gesamtes Vermögen verloren. Die ehemals berühmten braunen 1000-Mark-Scheine aus der Kaiserzeit waren Anfang der 20er Jahre plötzlich nichts mehr wert. Zu der damaligen Zeit war es in Deutschland Usus, zu Hause zu sparen, wo man frei nach dem Rat des „alten Fritz“, König von Preußen, das in einem Kästchen ansparte, was man für sein Alter brauchte. Und nun war mit einem Mal für viele die ganze Alterssicherung perdu.

Der lateinische Spruch „Tempora mutantur, nos et mutamur in illis“, auf deutsch „Die Zeiten ändern sich, und wir uns mit ihnen“, hat auch nach fast 2000 Jahren seine Richtigkeit behalten; und so wird es sicher auch im neuen Jahrtausend weiter sein. Mit unseren persönlichen Veränderungen hat sich auch unser Geld verändert. Die Inflation in den frühen 20er Jahren hat zu größten Kuriositäten im Geldmarkt geführt. Eine Firma wie Bayer mußte z. B. ihr eigenes Geld drucken, um damit die Löhne und Gehälter auszahlen zu können. Als besonderes Kuriosum können wir hier die Abbildungen von zwei Gutscheinen der Sparkasse der Stadt Uelzen zeigen mit dem unmißverständlichen Vermerk, daß diese 25- oder 50-Pfennig-

Gutscheine „spätestens mit dem 1. Juli 1922 außer Kraft treten“. Der ganze Geldmarkt lag darnieder! Durch das Münzgesetz vom 30. 8. 1924 wurde dann



die Reichsmark eingeführt. Eine Mark waren 100 Reichspfennige. Damit wurde die wertlose Papiermark ersetzt, mit einem Umrechnungskurs von 1 Reichsmark = 1 Billion Papiermark. Nach § 31 des damaligen Bankgesetzes, auch vom 30.8.1924, war die Reichsmark in Gold oder Devisen einlösbar. Kurs: Für 1 Reichsmark konnte man 0,358423 Gramm Feingold bekommen.

Nach dem Kriege wurde dann in der BRD am 21.6.1948 an Stelle der Reichsmark die D-Mark eingeführt. Eine Deckung war für die D-Mark nicht vorgesehen; dafür hatte die Deutsche Bundesbank die Aufgabe, den Geldumlauf



und die Kreditgewährung so zu steuern, daß die Währung gesichert war, was sie mit großem Erfolg getan hat. Unsere Deutsche Mark ist weltweit nach dem Dollar die zweitstärkste Währung geworden. Beim amtlichen Umrechnungskurs vom 19.9.1949 war ein US-Dollar = 4,20 D-Mark wert. Nach der freien Konvertierbarkeit ab 1958 sank der Dollar-Kurs auf DM 3,33. Heute notiert die D-Mark: 1 Dollar = 1,89 DM.

Nun haben wir inzwischen zwar unsere schöne harte D-Mark zugunsten des Euros schon weitgehend aufgeben müssen. Mit Beginn des neuen Jahrtausends werden wir dafür in Europa einheitlich nur noch den Euro haben. Der feste Kurs zur D-Mark beträgt seit der Einführung am 1.1.1999 1,9583 DM. Nachdem der Euro bei der Einführung noch ca. 1,18 Dollar betragen hatte, ist er, weitgehend aufgrund der hervor-

ragenden wirtschaftlichen Situation in den USA, auf zur Zeit 1,03 Dollar gefallen.

Man kann über die Aufgabe der D-Mark und die Entwicklung des Euros verschiedener Meinung sein. Jedenfalls ist es so, daß der hohe Dollarkurs im Verhältnis zur D-Mark den Export unserer Wirtschaft weitgehend beflügelt. Noch nie waren die Exportumsätze so hoch wie 1999. Damit wurden bei uns in Deutschland trotz der hohen Arbeitskosten die Arbeitsplätze gesichert, was die Kursverschiebung zugunsten des Dollars zur D-Mark möglich gemacht hat.

Vor dem Hintergrund der deutschen Geldstabilität ist noch zu berücksichtigen, daß durch die Generationen, die nach dem Kriege Deutschland aufgebaut haben und mit viel Sparsamkeit ihr Leben für die Zeit als Rentner bis heute abgesichert haben, noch nie so viel Geld in Deutschland unter den Menschen war, wie 1999, und daß auch noch nie nach über 50 Jahren Frieden soviel zu vererben sein wird, wie zu Beginn des neuen Jahrtausends.

So bleibt eigentlich zum Millennium der Schluß, wenn wir unsere allgemeine Finanzlage aus der Perspektive der Geldentwicklung betrachten, daß wir mit viel Optimismus in das berühmte Jahr 2000 gehen können. Das soll natürlich nicht bedeuten, daß wir uns auf unseren Geldlorbeeren ausruhen sollen.

Natürlich komme ich zum Schluß doch wieder auf die Gewerkschaften zu sprechen. Mit dem Gedanken, daß wir bald in Deutschland die größte Gewerkschaft der Welt mit dem Namen „VERDI“ haben, läßt mich als Positivum verbinden, daß der starke Mann der Gewerkschaft, Zwickel, dann weltweit wohl auch die Macht haben wird, andere Gewerkschaften so zu beeinflussen, daß nicht eine permanente Abwerbung von Arbeitsplätzen hier in Deutschland entsteht, damit vor allem die jüngeren Generationen in eine wirtschaftlich gesicherte Zukunft sehen können. Oder will er nur in Deutschland noch mehr „Druck machen“ und damit weitere Arbeitsplätze gefährden?

Joseph Blömer



### Die Reichsmark als Werbeträger

Eine Werbe-Idee der Agfa Anfang der 30er Jahre bestand darin, daß der damalige Direktor Bruno Uhl die Agfa Box statt für RM 5,- für RM 4,- vom Fotohandel verkaufen ließ. Jeder Käufer, der vier Reichsmarkstücke der Serien AGFA beim

Fotohändler vorlegte, konnte dafür eine AGFA-Box-Kamera bekommen. Das hatte zur Folge, daß von der AGFA Fotobox im ersten Jahr eine Million Stück verkauft wurden. Mit den einzulegenden 6 x 9 Rollfilmen ergab dies für den Fotohandel unerwartet hohe Umsätze im Bildergeschäft.



## Softeyes

Nach § 641 BGB ist die Vergütung beim Werkvertrag „bei der Abnahme des Werkes zu entrichten“. Diese Abnahme kann ausdrücklich oder stillschweigend erfolgen. Eine stillschweigende Abnahme eines Softwareprogramms liegt bei Vorkasse nicht schon darin, daß zwischen Installation und letzter Teilrechnung ein Jahr liegt, der Auftragnehmer selbst darauf hinweist, der Termin für eine Abnahme habe noch nicht stattgefunden, und der Auftraggeber fortlaufend wesentliche Funktionsmängel rügt (OLG Köln – Urteil v. 11.6.1999 – 19 U 7/99). Rechtsfolge: Der Besteller kann immer noch Schadensersatz wegen Nichterfüllung verlangen.

## Jubelpreise

Gibt es demnächst noch Sonderverkäufe, weil die Schwiegermutter des Filialleiters Hochzeitstag hat? Das UWG läßt Sonderveranstaltungen nur bei Firmenjubiläen im 25-50-75-100er Abstand zu. Massive Sonderangebote aus Anlaß eines 15jährigen „Firmenjubiläums“ können daher den Eindruck einer unerlaubten Sonderveranstaltung hervorrufen (BGH – Urteil vom 20.5.1999 – I ZR 66/97).

## Belagerungszustand

„Gibt der Mieter die gemietete Sache nach der Beendigung des Mietverhältnisses nicht zurück, so kann der Vermieter für die Dauer der Vorenthaltung als Entschädigung den vereinbarten Mietzins verlangen“, § 557 Abs. 1 BGB. Das kann z. B. einem Händler passieren, dessen Mietvertrag gekündigt worden ist, der aber seinen Laden weiter offen hält und nicht räumt. Bislang nahm man an, der Vermieter müsse seinen Anspruch extra einfordern. Das ist jetzt vorbei: Der BGH sagt, der Anspruch des Vermieters auf Zahlung der Nutzungsentschädigung bestehe von vornherein mindestens in Höhe des vereinbarten Mietzinses (Urteil v. 14.7.1999 – XII ZR 215/97).

## Euro-tische Spiele

Das LG München mahnt zur Vorsicht bei der Preisangabe in Euro. Nach seiner Auffassung verstößt es gegen die Grundsätze von Preiswahrheit und Preisklarheit, wenn bei der Werbung für Mietautos ausschließlich der Euro-

## Im Focus: Endlich amtlich.

### Eingeschränkter Schadensersatz beim Dienst-Pkw-Entzug

**Alte Geschichte:** Viele Arbeitnehmer bekommen zu ihrem Gehalt in cash noch Sachbezüge. Das kann ein Frühstück am Morgen oder der Firmen-Pkw zur Privatnutzung sein. Der Wert im ersten Fall macht vielleicht 2 Mark 53 aus. Und der im zweiten?

**Hintergrundwissen:** Sachbezüge sind steuerrechtlich Arbeitsentgelt. Der Firmen-Pkw kann entweder für jeden Kalendermonat mit 1 Prozent des inländischen Listenpreises zum Zeitpunkt der Erstzulassung zzgl. der Kosten für Sonderausstattung incl. MwSt. angesetzt werden oder nach Aufwendungsersatz mit Belegen und Fahrtenbuch (§ 6 Abs. 1 Nr. 4 Sätze 2 u. 3 EStG).

**Hard Facts:** Nun kommt es vor, daß ein Arbeitgeber seinem Mitarbeiter die Nutzung nachträglich wieder entzieht. Das ist bei Vorliegen eines sachlichen Grundes sogar erlaubt. Häufiger sind jedoch die Fälle, in denen der Boss unberechtigt kündigt, dem Kollegen die Schlüssel abnimmt oder einfach die Nummernschilder abschraubt. Dem Arbeitnehmer fehlt dann ein echter Gebrauchsvorteil, und da stellt sich die Frage, ob er dafür Ersatz verlangen kann.

**Druckvorlage:** Seit langem ist die Pkw-Überlassung als Zusatzleistung für die geschuldete Arbeit anerkannt. Entzieht der Arbeitgeber sie widerrechtlich, haftet er auf Schadensersatz wegen Nichterfüllung. Dieser Schadensersatz läßt sich einmal konkret berechnen (z. B. nach den Aufwendungen, die der Mitarbeiter nun zusätzlich für den ÖPNV aufwenden muß). Zum anderen läßt sich der Schaden aber auch abstrakt fassen: Er kann nach einem bestimmten, anerkannten Wert ermittelt werden, ohne tatsächlich in dieser Höhe eingetreten zu sein.

**Bad News:** Im Verkehrsunfallrecht dominiert bei der Berechnung von Nutzungsausfall die Tabelle von Sanden/Danner/Küppersbusch. Danach wären beispielsweise für einen BMW 520 I kalendertäglich 117,00 DM zu zahlen. Im Falle einer fristlosen Kündigung bei einer ordentlichen Kündigungsfrist von vier Monaten hieße das im Arbeitsrecht 14.040 Mark Entschädigung für den rechtswidrig blockierten Firmenwagen. Wenn man sich dann vorstellt, daß ein Kündigungsrechtsstreit Monate oder Jahre bis zum Bundesarbeitsgericht dauern kann, kann man dem Gekündigten besser ein Auto schenken. Das kommt auf Dauer billiger.

**Umbruch:** Das BAG war schon immer zaghaft, wenn es um die Beschränkung von Arbeitnehmeransprüchen ging. Mit Urteil vom 23.6.1994 – 8 AZR 537/92 – entschied es, daß ein Arbeitnehmer als Schadensersatz unter Beachtung der Schadensminderungspflicht mindestens den Betrag verlangen könne, der aufzuwenden sei, um ein entsprechendes Fahrzeug privat nutzen zu können. Es favorisierte dabei allerdings die sogenannte „ADAC-Tabelle“. In einem Fall, wo der Arbeitnehmer sein eigenes, gleichwertiges Fahrzeug genutzt hat, beschränkte es den Ersatz auf die dadurch verursachten tatsächlichen Mehrkosten. Lediglich das LAG Hessen sprach nach der „Sanden-Tabelle“ zu (Urteil vom 19.12.1997 – 17/12 Sa 1871/96).

**Good News:** Der Streit ist jetzt beendet. Mit seinem Urteil vom 27.5.1999 – 8 AZR 415/98 – hat das BAG beiden Tabellen eine klare Absage erteilt. Die Rechtseinheit verlange zwar auch im Arbeitsrecht die Möglichkeit abstrakten Schadensersatzes, das könne aber nicht nach den Regeln des Verkehrsunfallrechts passieren. Dort seien nur wenige Tage Nutzungsausfall zu überstehen, im Arbeitsrecht dagegen oft mehrere Monate. Das rechtfertige es, den steuerrechtlich maßgeblichen Bewertungsfaktor heranzuziehen, § 6 Abs. 1 Nr. 4 Satz 2; pro Kalendermonat 1 Prozent vom Listenpreis. Arbeitnehmer ärgern sich nun reihenweise. Für Arbeitgeber ist das Risiko dagegen überschaubar. Was allerdings niemanden veranlassen sollte..., und schon gar nicht jetzt, in der kalten Jahreszeit. Und dann noch so kurz vor Weihnachten...

Preis angegeben wird. Die neue Zahlungseinheit existiert bisher nur als Buchgeld, und so wird zudem der irreführende Eindruck erweckt, man könne bereits in der neuen Währung zahlen (Beschluß v. 26.02.1999 – 7 HK O 3403/98). Das hat grundlegende Bedeutung für den Einzelhandel: Die PreisangabenVO und das Irreführungsverbot gelten nämlich auch hier. Also immer schön den DM-Preis dazu schreiben...

## Red-Light-District

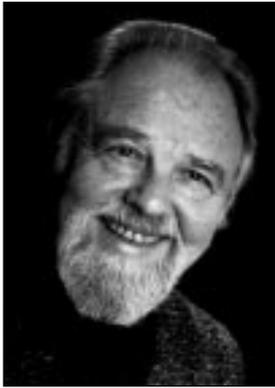
Man glaubt ja gar nicht, wie viele illegale Räumungsverkäufe versucht werden. Dabei sind die Voraussetzungen in § 8 UWG doch ganz klar umrissen. Wer einen unzulässigen Räumungsverkauf bewirbt, kann auf Unterlassung der Durchführung verklagt werden. Und eine Durchführung versucht, wer diesen Räumungsverkauf angekündigt hat, im Geschäft dann rote Schilder mit

dem Aufdruck „stark reduziert“ aufstellt, die Schaufenster völlig leer räumt und alle Waren im Laden reduziert und mit durchgestrichenen Preisen versieht. Es kommt nun nicht mehr darauf an, daß im Geschäft selbst nicht mehr mit „Räumungsverkauf“ geworben wird (OLG Karlsruhe – Beschluß vom 18.3.1999 – 6 W 31/99).

## Infektionsrisiko

Man holt sich schnell fremde Erreger auf die Festplatte. Das ist beim PC wie mit der Nase: anfällig für Infekte. Und trotzdem meint das LG Köln: Es besteht keine generelle Pflicht eines Absenders von Disketten, den Empfänger ohne besonderen Anlaß darauf hinzuweisen, daß mit Überspielung der darauf enthaltenen Daten die Gefahr einer Virusübertragung verbunden sei (Urteil vom 21.7.1999 – 20 S 5/99).

**Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff**



**Horst Dieter Lehmann**

# Weihnachten im Wandel

„Es ist doch jedes Jahr dasselbe, Hektik, Geschäftemacherei, zu viel geschlemmt, und was soll man überhaupt noch schenken?!“ Dies hören wir um die Weihnachtszeit leider viel zu oft, und es wiederholt sich tatsächlich alle Jahre wieder. Dabei beraubt man sich mit dieser Einstellung um mehr,

als man offensichtlich selber merkt.

Wünschen wir uns, und zu Weihnachten darf man sich ja etwas wünschen, daß möglichst viele Mitmenschen anders denken, den eigentlichen Sinn der Weihnacht nicht verkennen, es sich selbst und den anderen schön machen. Das muß nun einmal nicht mit der Menge der Geschenke oder dem materiellen Wert zusammenhängen. Auch kleine Geschenke können große Freude bereiten.

Freuen wir uns zuerst einmal, daß es Weihnachten überhaupt noch gibt! Das mag befremdlich klingen, aber nur bei oberflächlicher Betrachtung. Der Sonntag ist immer heftiger in die Schußlinie geraten. Die Geschäftszeiten an diesem Feiertag geben laufend Stoff für Kontroversen. Der Buß- und Betttag konnte sich (bislang) nur noch in Sachsen halten. Büßen und Beten sind kaum angesagt, also scheint auch ein kirchlicher Feiertag nicht gerade vonnöten. So könnte weiter gedacht werden, und Ostern, Pfingsten und Weihnachten sind ebenfalls Feiertage dieser Art, wenn auch ganz besondere. Das sollten sie auch bleiben, zumindest solange es Christen gibt.

Wenn wir auch in einer Wegwerfgesellschaft leben, so wäre es doch angebracht, vorher gut zu überlegen, ob das Neue nun so viel besser ist als das Altbewährte. Die Technik bleibt nicht stehen. Das zeigte ganz eindringlich das Jahr, was nun fast schon vorbei ist. Auf technischen Messen und „Events“ jagte eine Neuerung und Verbesserung die nächste. Vorteil und Nachteil zugleich.

Ein Vorteil, weil es Fortschritt bedeutet, ein Nachteil, weil es Verunsicherungen mit sich bringt. Der Fachmann kann nur mit Mühe alle Neuerungen nachvollziehen und verstehen und sie einem total verunsicherten Eventualkäufer erklären. Konzentration auf das wirklich Wichtige ist hier oberstes Gebot. Sehr hilfreich ist dabei natürlich die Lektüre der Fachliteratur und der Fachzeitschriften.

Obwohl alles ja viel einfacher geworden sein soll, werden die Fehler nicht weniger. Das liegt nicht etwa an der Dummheit der Käufer und meist auch nicht am Unwissen der Verkäufer, sondern hauptsächlich an den sich ständig wandelnden Techniken und Möglichkeiten, die aus einer einfachen Kamera schon ein wahres Wunderwerk machen können.

Nehmen wir als Beispiel einen Camcorder der gehobenen Mittelklasse. Durch einfaches Drehen eines kleinen Rädchens können wir nicht nur Personen größer oder kleiner machen, sondern auch die Bilder in Schwarzweiß oder Sepia erscheinen, in Mosaik zerfallen lassen oder in Solarize verwandeln, in Pastell verzaubern oder in ein Negativ umkehren.

Das ist nur ein Beispiel, und es werden ihrer immer mehr, die einen Laien schon in Erstaunen versetzen und beim Fachmann Verwunderung auslösen. Weihnachten ist eine Zeit der Wunder, also auch für „kühle Techniker“.

Manch Skeptiker könnte schon nachdenklich werden, wenn er sich mit dem technischen Fortschritt näher befaßt, obwohl – und da werden wieder leichte Zweifel wach – kaum zu leugnen ist, daß die Kamera von heute schon bald ein Relikt der Vergangenheit sein wird. Denn: Der technische Fortschritt ist nicht aufzuhalten! Dabei kommt es nur darauf an, in welchem Maße wir mitmachen wollen oder müssen!

Jugendliche haben hiermit kaum Probleme. Für sie gehören Begriffe wie PC, Faxen, E-Mail, Internet, www, CCD, Scanner, Chip etc. zum Alltagsvokabular. Für die ältere Generation hingegen tun sich zumeist viele Fragen auf. Nicht etwa, ob sie sich zu Weihnachten ein Buch wünschen sollen, welches ohne „sieben Siegel“ die Geheimnisse dieser „Computer 2000-Sprache“ in knappen Worten erklärt, sondern ob sie die Geduld aufbringen, sich mit dieser Thematik auseinanderzusetzen, ob man sich damit vertraut machen kann, ob die Investition lohnenswert ist. Für denjenigen, der beruflich damit zu tun hat, gibt es wohl kaum eine Alternative, wenn er kein „alter Naiver“ sein will, auf das Boot aufzuspringen, und zwar ganz schnell! Für denjenigen aber, der nur am Rande mit Computertechnologie zu tun hat und mit dem Gedanken spielt, sich vielleicht zu Weihnachten eine neue Kamera zuzulegen oder schenken zu lassen, sind vorweg drei Dinge zu klären: Es gilt, aus der „Dreifaltigkeit“ altbewährtes Kleinbild, APS mit den drei Formaten oder Digital fürs nächste Jahrtausend auszuwählen. Fragen, die auch der Verkäufer beantworten sollte und – gerade zu Weihnachten – zwar ehrlich.

Da werden ihm seine Erfahrung und das Gespräch mit dem Kunden helfen, wobei auch der Preis eine wesentliche Rolle spielen dürfte. Last but not least die Einschätzung des Käufers, inwieweit er sich mit den anspruchsvolleren Technologien befassen will und sie umsetzen kann.

Soweit das „Ideal“, in der Verkaufspraxis spielt jedoch auch der Lagerbestand des Händlers eine nicht zu unterschätzende Rolle.

Der technische Fortschritt kann aber ganz andere Probleme nach sich ziehen. Bei Inlandsflügen in Ländern mit weniger störungsfreien Kontrollgeräten in den Flughäfen konnte es schon mal vorkommen, daß ungeschützte Filme Schäden erlitten. Jetzt aber bereiten aktuelle Meldungen Sorgen, daß gerade neuartige Röntgenscanner mit einer 300mal höheren Dosis die Filme vernichten können!

Nun wollen wir zum Abschluß alle hoffen, daß die Weihnachtsgeschenke, wie auch immer sie geartet sein mögen, erfreuen, keine Pleiten, Pech und Pannen auslösen, Peinlichkeiten ersparen, so daß zum Schluß alle zufrieden sind, ein frohes Fest haben und mit frischem Elan in das Jahr 2000 starten!

Denn Zufriedenheit ist eines der höchsten Güter auf Erden. Da darf man sich auch freuen, wenn das Weihnachtsgeschäft alle Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern sogar übertrifft!

# Exklusivserie im imaging+foto-contact

## Polaroid Sofortbildfotografie – bietet für Ihre Kunden eine Vielfalt an Einsatzmöglichkeiten in Freizeit und Beruf

Auch im digitalen Zeitalter ist die Sofortbildfotografie von großer Bedeutung. Unzählige Einsatzmöglichkeiten der Sofortbildkamera für berufliche und private Zwecke und der Einsatz in der Freizeit, wo dem Fun-Faktor, der Spontanität und Kreativität keine Grenzen gesetzt sind, machen die Polaroid Sofortbildfotografie zu einem profitablen Umsatzträger. In dieser Exklusivserie geben wir Ihnen Tips rund um die Sofortbildfotografie.



### Thema heute: Was gibt es Neues? Teil 2

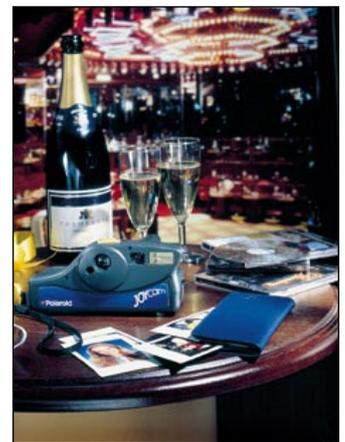
In der letzten Ausgabe haben Sie etwas über die Zielgruppen Kinder und Teenies gelesen; heute möchten wir Ihnen einige Tips rund um die Produkte für die Altersgruppen Twens und Familie vorstellen.



#### Zielgruppe **Teens + Twens 18 – 29 Jahre:**

Hier können Sie ganz kundengerecht die **JoyCam** anbieten, eine neue Sofortbildkamera für abgefahrenen Sofortbildspaß für junge Leute zwischen 18 und 29 Jahren. – Auf der Party, in der Disco, beim Skaten und überhaupt... Die JoyCam bietet schräges Design und leichte Bedienung für den Mega-Spaß. Motiv anvisieren, Auslöser drücken, Foto an dem gelben Ring aus der Kamera ziehen. Der Aufmerksamkeitsspiegel steigt sofort. JoyCam ist für jeden Spaß zu haben, macht alles mit. Dazu gehört der **Polaroid 500 Film** im Querformat. Platz für die wichtigen Infos auf dem weißen Rand bleibt auf jeden Fall. Eine ideale Kamera für alle, die das etwas andere lieben. Leicht zu

handhaben, leicht im Gewicht, groß im Funerlebnis. Ein Angebot auch für Ihre Kunden in dieser zahlungskräftigen Altersgruppe.



#### Zielgruppe **Familien 30 +:**

Auch hier gibt es ein umfangreiches Angebot für alle Bedürfnisse und Einsatzwünsche. Die 600er-Serie bietet von der **600 CL**, **600 Autofocus** über die **600 extreme** Kamera bis hin zur silbernen **P Kamera** eine breite Auswahl. Alle Kameras sind einfach zu handhaben, sind immer schnell einsatzbereit. Die Kameras sind robust und verwenden alle die **600 extreme Filme**, entweder in gloss, matt oder in schwarzweiß.



Als besonderes Geschenk zum Millennium können Sie Ihren Kunden auch den neuen Polaroid **PartyPack** anbieten, bestehend aus einer Sofortbildkamera 636CL in schwarzem Design mit blauen Emblemen und vier Sofortbildfilmen 600 extreme gloss, mit denen jeder in Minutenschnelle brillante Farbfotos auf seiner heißen Fete verteilen kann.



Nutzen Sie als Händler die weihnachtliche „Geschenksaison“ und weisen Ihre Kunden auf die Vielfalt der Polaroid Produktpalette hin und sichern sich ein interessantes Filmgeschäft.



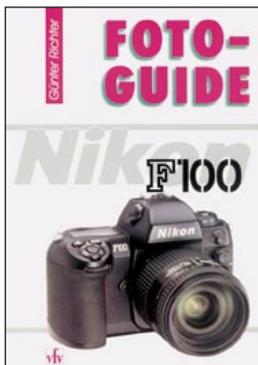
**Günter Richter:**

### Foto-Guide Nikon F100

Die Nikon F100 ist eine echte Profikamera und wendet sich somit an einen Käuferkreis, der die Grundkenntnisse der Fotografie bestens beherrscht. So konzentriert sich Günter Richter in seinem Kamerabegleitbuch auf die Vielfalt der Funktionen und Anpassungsmöglichkeiten, die unzählige Querverbindungen entstehen läßt, deren Erkennung und Nutzung eine intensive Beschäftigung mit der Kamera erfordern.

Gerade die Anpassung der F100 an die individuellen Wünsche oder Bedürfnisse des Fotografen ist sehr vielfältig, so daß es sich lohnt, das gesamte Spektrum der gebotenen Möglichkeiten abzutasten. Damit ist dieses Buch die erste Veröffentlichung über die Nikon F100, die nicht nur in dieser Form ins Detail geht, sondern zudem eine logische Zuordnung der einzelnen Bereiche und Funktionen und damit die Möglichkeit schafft, das Potential dieser Kamera richtig einzuschätzen und zu nutzen.

Ausführlich werden auch das allgemeine und das Spezialzubehör zur F100 sowie das reichhaltige Programm an Nikon-Objektiven besprochen. Damit wird das Buch zur fundierten Einführung in die F100 und zum Nachschlagewerk zugleich.



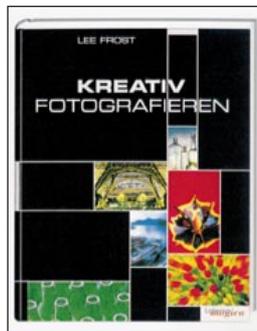
Günter Richter, Foto-Guide Nikon F100, 160 Seiten, über 200 Farb- und Schwarzweißabbildungen, Format 15 x 21 cm, Pb., vfv Verlag für Foto, Film und Video Christian Sauer, Gilching 1999, ISBN 3-88955-115-7, DM 29,80.

**Lee Frost:**

### Kreativ fotografieren

Meist werden Objekte so fotografiert, daß auf den ersten Blick erkennbar ist,

worum es sich handelt. Ob man nun ein Gebäude ganz oder als Ausschnitt aufnimmt – meist ist klar, was das Bild darstellt. Genauso werden Landschaften im allgemeinen mit Weitwinkel fotografiert, um das Panorama wiederzugeben. Doch es gibt auch eine völlig andere Arbeitsweise: Eine abstraktere Sicht alltäglicher Dinge führt oft zu spannenden Ergebnissen. Dabei gewinnt eine Abstraktion ihren Reiz durch Farben, Formen, Muster und Strukturen, aus denen sich das Motiv aufbaut.



Lee Frost stellt in seinem Buch die unterschiedlichsten Techniken vor, mit denen dann experimentiert und spielerisch interessante Bilder gemacht werden können. Mit über 200 Fotos und ohne viel „Fachchinesisch“ werden die Techniken der Fotografie von allen Seiten beleuchtet. Angefangen bei der Belichtung, über Schwarzweiß und Portraits, Nahaufnahmen, besondere und normale Entwicklungsverfahren, Schärfentiefe und Weichzeichner, Filter, schwierige Orte wie Rummelplätze, Fenster, Flutlichter, Sonnenuntergänge, bis zu Objektiven, dem Mitziehen, Mehrfachbelichtungen und Panoramaaufnahmen. Ausführlich wird beschrieben, was zur einzelnen Technik benötigt wird (Kamera, Objektiv, Zubehör und Film) und wie die Vorgehensweise verläuft (Belichtung, Filter, Standort, Ausschnitt wählen). Und: Fast alle Techniken sind leicht in die Tat umzusetzen.

Dabei machen die übersichtliche Gliederung in Form einer Listung in alphabetischer Reihenfolge und die in sich abgeschlossenen Einheiten das Buch zu einem grundlegenden Referenz- und Nachschlagewerk für alle.

Lee Frost, Kreativ fotografieren. Mehr als 50 Techniken von Abstraktion bis Zoom, 160 Seiten, 150 farbige und 50 schwarzweiße Abbildungen, 19,5 x 24 cm,

gebunden, Verlag Laterna magica, München 1998, ISBN 3-87467-727-3, DM 69,90.

### Unter Schienen schweben – Fotografien vom Bau der Schwebebahn vor 100 Jahren

Als im Tal der Wupper, in Barmen und Elberfeld, die Schwebebahn gebaut wurde, veränderten gigantische Baugerüste und monumentale Stahlkonstruktionen das Stadtbild ganz entscheidend. Über Land und Wasser schwebend, wurde die Bahn am 1. März 1901 als „Kunstwerk der Ingenieure“ gefeiert und der jubelnden Öffentlichkeit zur Benutzung freigegeben – als sensationelle Lösung weltweit vorhandener Verkehrsprobleme. Dennoch fand dieses System keine Nachahmer und zeichnet sich noch heute durch seine Einzigartigkeit aus.

Ein bislang unbekannt gebliebener Fotograf hat um die Jahrhundertwende sämtliche Arbeitsschritte von den Anfängen bis zur Fertigstellung dokumentiert. Die Ergebnisse dieser Arbeit werden in diesem Band vorgestellt. Aus verwegenen Perspektiven und von Standpunkten schwindelerregender



Höhen hatte er eine völlig neue Aufgabe zu bewältigen: Das Monument der neuesten industriell gefertigten Architektur, das ganz neue Sichtweisen erforderte, sollte in repräsentativen Darstellungen fotografiert werden. Die so entstandenen, einzigartigen Bilder eröffnen den Blick auf ein bislang völlig unbekanntes Kapitel der frühen Industriefotografie.

Unter Schienen schweben, Fotografien vom Bau der Schwebebahn vor 100 Jahren, hrsg. von Bodo von Dewitz und Jochen Heufelder; Buchgestaltung: Ulrich Tillmann, Gerhard Steidl, Ursula Stricker, 112 S. m. 40 Textabb. und 80 Fototafeln, 26 x 21 cm, geb. m. Schutzumschl., Steidl Verlag, Göttingen 1999, ISBN 3-88243-667-0, DM 38,-.

# KUNSTAUSSTELLUNG

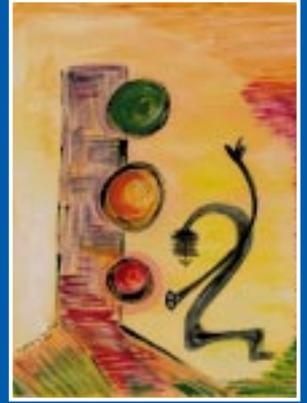


SUVRETTA HOUSE  
ST. MORITZ

DEZEMBER 1999 - APRIL 2000



Knospen aus Gottes Garten (30 x 40 cm), 1998



Verbeugung vor der Ampel (30 x 40 cm), 1998



Auf dem Präsentierteller wird uns die Natur serviert -  
wo bleibt der Mensch????? (40 x 30 cm), 1997



Mit Herz dominieren (40 x 30 cm), 1998



Masse gezähmt (24 x 32 cm), 1998

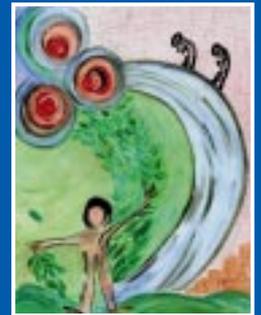
## NoraMiNora

Paar-Entwicklung I, II, III  
(24 x 32 cm), 1999



Drei Jahre nach ihrer  
Ausstellung mit Bildern  
„Typen der Gesellschaft“  
aus den Jahren 1964/66  
werden jetzt Bilder gezeigt,  
die 30 Jahre später  
entstanden sind.

Gerahmte, handsignierte  
Kunstdrucke können  
zum Preis von sfr. 420 – 600  
erworben werden.



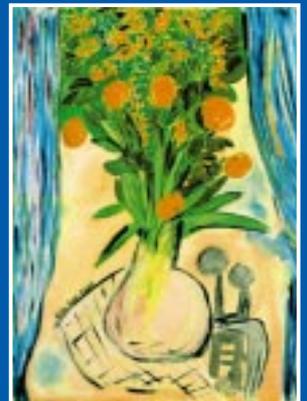
Phantasie und Realismus (30 x 40 cm), 1999



Die erste Arie (30 x 40 cm), 1998



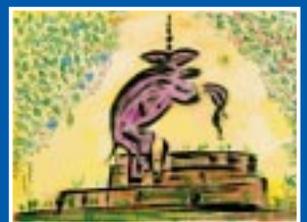
*Nora Mi Nora*



Eine heile Welt (30 x 40 cm), 1997



Das Pferd des Don Quichotte (24 x 17 cm), 1996



Geklont - wozu? (24 x 17 cm), 1998

# 10.558 Abonnenten (IVW 3/99)

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

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

**imaging+foto-contact** erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 11.500 Exemplaren bundesweit (IVW 3/99). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 11.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 1.250,- DM, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 625,- DM. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 10,- DM berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengentafel 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. 27 v. 01.01.2000) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im **imaging+foto-contact**:

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

#### Wir verkaufen

1 B 17-Profilfilm, Hängemaschine, 2 Jahre alt -, Preis VB;  
1 Schnellfix 007 + Sleever, autom. Diarahmungs- und Eintaschgerät, fast neu - Preis VB.

Fotolabor Muster  
Telefon 000/0000000

Wir sind ein gut eingeführtes und erfolgreiches Paß- und Portraitstudio mit Fotofachgeschäft in der City von 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 • 47000 Essen**

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

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

zum

mm-Preis von

**3,12 DM x 85 mm hoch =**

**265,20 DM**

**zzgl. gesetzl. MwSt.**

## Auftrag Klein- und Personalanzeigen im imaging+foto-contact

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

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

Größe: Breite 180,0 mm, Höhe ..... (9,36 DM / mm)  
Breite 129,5 mm, Höhe ..... (7,02 DM / mm)  
Breite 87,0 mm, Höhe ..... (4,68 DM / mm)  
Breite 56,0 mm, Höhe ..... (3,12 DM / mm)  
Breite 40,5 mm, Höhe ..... (2,34 DM / mm)

unter Chiffre (Gebühr: 10,- DM) Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

**D - 40832 Ratingen**

### Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

**Einzugsermächtigung:** Ich/wir ermächtigen 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

# Verkaufsleiter -Digitale Fotografie-

für unsere 3 Geschäfte  
in München gesucht.

Ihre aussagekräftige  
Bewerbung richten Sie  
bitte an

Gefra Foto Video  
Vertriebs-GmbH  
Postfach 1563  
76405 Rastatt



**FOTO VIDEO**  
**SCHAJA**

WILHELM SCHÄFER  
Kameraservice und  
Handels GmbH



Friedenstraße 5  
45964 Gladbeck  
Postfach 666  
45956 Gladbeck  
Tel. 0 20 43/2 12 02

Öffnungszeiten: Di. 10.00-14.00 Uhr  
Mi. 10.00-13.00 Uhr

Reparaturen von  
Foto-, Video-, Blitz-  
und Projektionsgeräten.

## FILM- u. VIDEOSERVICE

FILMKOPIEN, TONSPUREN  
VIDEOÜBERSPIELUNGEN  
VIDEOKOPIEN - NORMWANDLUNG  
VHS - SERIENKOPIEN

alle Formate  
8,9,5,16 mm Filme  
alle Systeme  
enorm preisgünstig

CHRIS-Filmtechnik GmbH  
Frühlingstr. 67, 85386 Eching/München, Tel. (089) 3194130

## Nikon ALBRECHT KAMERA SERVICE GmbH NIKON VERTRAGSWERKSTATT

Longericher Straße 205 • 50739 Köln-Bilderstöckchen  
Telefon (0221) 9 17 5100 • Telefax (0221) 9 17 5111

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

## K Tokina Kamera European Servicecenter Service GmbH

Longericher Straße 205      Telefon (0221) 9 17 52 22  
50739 Köln-Bilderstöckchen      Telefax (0221) 9 17 52 23

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

Photo-, Film-, Geräte-Service

## A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren  
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica Meiz Rollei

Kameras • Objektive  
Dia-Projektoren  
Blitzgeräte

Das Leica-Team  
für Sucherkameras  
und Projektoren

Rollei-Profi  
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS  
TRADING DIVISION

Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung  
Termine auf Anfrage

40233 Düsseldorf - Albertstr. 92 - 94  
Telefon 0211 / 98 68 88 0 - Fax 0211 / 98 68 88 29

## nass

GmbH & Co KG  
foto • video • elektronik

Rollei Nizo BRAUN SONY  
Ibotechnic Filmgeräte Blitzgeräte Camcorder

Nikon RICOH Leica

BAUER BOSCH Gruppe KINDERMANN JOBO

Reparatur-Service  
Foto • Film • Video • Blitz  
Dia • AutoLab

Feldstraße 4 • 30171 Hannover  
Tel 05 11-80 40 07 • Fax 05 11-88 99 50

## LICHT AN!

HALOGENLICHT, STUDIOBLITZE  
vom Professional-Ausrüster.

NEU: Ventilator-Halogenleuchten.  
Für Video, Foto, Film, Digital.  
Handlich und superhell.  
650 - 1250 Watt.

NEU



Einzel  
oder als Set im  
Hartschalenkoffer.

Leises Kühlgebläse.  
Umfangreiches Zubehör.  
Metall-Konstruktion.



Informationen und Service:  
Postfach 90 30 45, 51123 Köln  
Tel. 0 22 03 / 1 62 62, Fax 1 35 67

Autorisierte  
Vertragswerkstatt

**Canon**  
**Panasonic**  
**Rollei**

**BAUER** Fingerle  
Blitzgeräte  
Videogeräte

**Nizo** Fingerle

**BRÄUN** Blitzgeräte

**ZETT**

Leica  
Camera Gruppe

**Kodak**

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



**Canon** Service-Center Nürnberg-Feucht  
FOTOREPARATUR HERBERT GEISSLER GmbH  
Friedrich-Ebert-Straße 21 · 90537 Nürnberg-Feucht  
Telefon 0 91 28/70 76-0 · Telefax 0 91 28/70 76 36

**STADLER**

CAMERA-SERVICE-WERKSTÄTTE

• **KONICA** Max-Eyth-Str. 7  
• **MINOX** 73733 Esslingen  
• **PENTAX** Telefon 0711- 32 60 999  
• Telefax 0711- 32 60 909

**SERVICE**



Camera Reparatur Service GmbH  
Vogelsrath Weg 25  
41366 Schwaibtal - Waldhief

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

**Kleinanzeigen • Angebote**

**Zentraler Reparatur-Service**



**GEDDERT**

- Meisterbetrieb -

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

**Autorisierter Ricoh-Service**

Siegmundstraße 182  
90431 Nürnberg  
Postfach 82 02 36  
90253 Nürnberg  
Telefon 09 11/6 58 51 84  
Telex 62 28 14 rifo d  
Fax 09 11/6 58 83 46-47

**SPEZIAL REPARATUREN FÜR:**

Alfo - Carena - Chinon  
Cosina - Exakta - Haking  
Toshiba - Revue - Ricoh  
Petri - Porst - Noris  
- Naicom -

**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

**Aus Alt mach Neu!**



vorher

Ihr Fachbetrieb für  
Reproduktionen,  
Retuschen und  
Colorierungsarbeiten



nachher

Foto- und Bilderklinik Altenburg

D-54592 Prüm/Eifel, Postfach 11 26, Tel. 0 65 51/24 93, Fax 0 65 51/73 09

Gute und preiswerte Color-Chrom-

**Farb-ANSICHTSKARTEN**

**4-Farb-Druckträger, WPK**

Einbildkarte nach Dia 195,- DM  
2-4 Bildkarte nach Dia 295,- DM

- incl. Probeandruck -

**Auflagendruck**

1.500er 99,- DM per 1000  
3.000er 77,- DM per 1000  
5.000er 69,- DM per 1000  
10.000er 65,- DM per 1000

+ MwSt.

Fordern Sie die Unterlagen an:

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

**Schuck**  
ANDREAS  
FOTO & VIDEO SERVICE

*Darüber  
das Fachkondol!*

**CAMCORDER + CAMERA  
SERVICE**

SONY · Panasonic  
sowie alle baugleichen Modelle

MINOLTA  
Fotogeräte

Lausbühlstraße 2 · 96157 Ebrach  
Telefon 0 95 53 - 98 03 30 · Fax 98 03 25



## Kleinanzeigen • Angebote

Leica SL 2 komplett – 60 mm Macro  
35 mm – 28 mm – 135 mm  
DM 3.900,-  
Tel. 02 41/7 63 70

**Gretag Hostert DDP 50/140 E6**  
mit normaler Regenerierung, Bau-  
jahr Nov. '97, dazu folgende Bögel  
und entspr. Klammern: 20 x K6,  
30 x 120, 5 x 220, 6 x 4/5, 5 x 13/18,  
7 x 8/10 und 1 x 18/24, 2 Chemi-  
kalien-Mixer Rollmix 120 S, Bau-  
jahr Nov. '97, Gretag Originalpreis  
165.000,- DM (Rechnungsbeleg  
vorh.), Preis VB 89.000,- DM  
(Berät ist in exzellentem Zustand).  
Chiffre 1098061299

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 37 99 • Fax 040/8 99 77 79  
e-mail: dpv.hh@dpv.org • www.dpv.org

**TEAMFOTO**  
**KAMERA - LABOR - STUDIOTECHNIK**  
**VERKAUF:** Über 3000 Artikel aus unserem umfang-  
reichen Gebrauchtortiment.  
**Second-Hand-Preisliste anfordern!**  
**ANKAUF:** Fast alles aus der Fotobranche sowie  
Übernahmen aus **Geschäfts-, Nachlaß-,  
Privat- und Studioauflösungen.**  
Aufteilung nach Terminabgabe vor Ort.  
TEAMFOTO Wiersfleckenweg 10 • 86641 Rain  
Telefon (0 84 32) 12 58 • Fax (0 84 32) 12 28

## Inserenten-Verzeichnis

Agfa .....2. U.	Noritsu .....28, 29
AZV .....55	Pentax .....17
Bremaphot .....7	PMA .....35
Brückner.....39	Polyplan .....43
C.A.T.-Verlag .....47	Ritter & Wirsching .....11
Canon.....78-82, 3. U., 4. U.	Sony .....25
Epson .....21	Techlab .....61
Eurocolor .....12, 13	VGP .....67
Kunstgalerie Ratingen.....73	Kleinanzeigen .....74-77
Loersch .....37	

Beilage: Fachschule Kiel

## Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

### Wir können Ihre Unternehmens- Nachfolge lösen!

Wir suchen für solvente Käufer in Groß-  
und Mittelstädten in der gesamten BRD.

### Foto-Fachgeschäfte Foto-Filialunternehmen Foto-Franchisebetriebe

Wir sichern absolute Diskretion zu. Sperr-  
vermerke werden verbindlich berücksichtigt.



Unternehmensberatung  
Gärtnerstraße 10 • 90408 Nürnberg  
Tel. 09 11/934840 • Fax: 09 11/346424

**Studio - Blitzlicht - Reparaturen**  
Beam/CCS/Sola-Einstell./Blitzr.  
Info - **Horst von Bröckel** - Info  
Telefon: 042 65/87 72 • Fax 87 92

**Fotourlaub auf Großsegelschiff**  
Juli und August: Holländische Inseln u.  
Kanarische, Dia-Entwicklung an Bord -  
Info: G. Gömmel, 05121/63209, Fax: 63460

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

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

### Nachfolge gesucht!

90 qm Studio, 3,30 m hoch, dazu  
Büro/Nebenräume/Parkplätze,  
Verkehrsgünst. in lebh. Bodensee-  
nah. Stadt. Vielfält. nutzbar, optimal  
geeignet für Existenzgründer im  
creativen Bereich, z. B. Fotografie.  
Tel. 07 51/1 54 69, Fax 07 51/1 54 49

**Prof. 8-mm-Filmtransfer**  
und Normwandlung auf Video.  
Löffert, Pf. 1211, 35786 Weilmünster,  
Tel. 064 72/1666, Fax 064 72/830420

### Verkaufe

für Rolleiflex 6008 ein Distagon 40  
mit Sonnenblende u. Poifilter, ein Tele  
Tessar 500 mit Sonnenblende u.  
Poifilter, 2 Gehäuse Nikon F 60, ein  
Nikon 23-50mm Objektiv, ein Nikon  
75-300mm Objektiv und div. Zubehör,  
ein Makrotischstativ, Preis VB  
Telefon 0 62 21 / 30 09 19

Foto-Aktienkurse	19.11.99	niedrigster	höchster	19.11.97	19.11.98
Kurs: 1 EUR = 1,95583 DM		Aktienkurs der letzten 12 Monate			
Agfa	EUR 18	17,5	22,2	DEM —	—
Bayer	EUR 41,6	29,8	43,87	DEM 64,40	68,95
Canon	YEN 3.170	1.930	4.100	YEN 2.960	2.550
CeweColor	EUR 22,1	13,24	25	DEM 393	310
Du Pont	USD 61	50 1/16	75 3/16	USD 60 3/8	61
Eastman Kodak	USD 66	60 13/16	88 3/4	USD 60 3/8	76
Fujifilm	YEN 4.240	3.430	5.430	YEN 4.480	4.240
Gevaert	EUR 50	44,87	73,15	BFR 1.468 (DM)	2.385
Gretag Imaging	CHF 461	378	740	CHF —	570
ICI	GBP 628	413	949	GBP 838	555
Imation	USD 32	14,25	32	USD 19 5/16	16 1/2
Jenoptik	EUR 16,9	13,98	19	DEM —	37,50
Kyocera	YEN 11.150	4.800	11.150	YEN 6.280	5.660
Leica	EUR 6,3	6,21	14,5	DEM 40,10	16,10
Lintec Computer	EUR 84,5	22,53	170	DEM —	—
Minolta Camera	YEN 470	490	959	YEN 644	645
Olympus	YEN 1.330	1.035	1.986	YEN 910	1.240
Polaroid	USD 20	16 3/4	38 5/8	USD 42 3/4	23
Spector	EUR 37,5	24,79	44,62	BFR 2.000	1.230
Union Carbide	USD 61 1/2	36 3/4	85 5/16	USD 44 7/8	44 3/8
Varta	EUR 10,8	10,8	14,26	DEM 257,50	251
Zeiss Ikon	EUR 92,1	92,1	92,5	DEM 187,50	180

Kurse lt. Angaben der Deutschen Bank AG, Filiale Ratingen

### Impressum: imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video,  
Labor- u. Studiotechnik

Mit Verlegerbeilage „Der Handel“

Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29,  
40832 Ratingen, Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen  
Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90

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

Verlagsleitung: H.J. Blömer (Geschäftsführer der Vereinigung  
von Grossisten für den Photohandel e.V.); Eleonore Blömer



Redaktion: Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich), Dipl.-Kfm. A. Blömer, H.G. Karber, Dipl. Journ. Herbert Päge,  
Jutta Ramlow, Dipl. rer. pol. Karla Schulze, Birgit Höcker MA

Neuheitenredaktion und Herstellung: Th. Six, Steuerfragen: Dipl.-Finanzwirt E. Ewerhart, Steuerberater,  
Düsseldorf-Benrath; Anzeigen: Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich); Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 26.

Vertrieb: Karin Engemann. Als Fachzeitschrift für die deutsche Fotobranche erscheint  
imaging+foto-contact zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Jahresabonnement 71,50 DM,  
Auslandspreis 107,- DM. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung  
der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen,  
Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

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

# ER-WORKSHOP: DAS NÄCHSTE JAHRTAUSEND

## Man spricht deutsch!

Was nützen die schnelle Aufnahmebereitschaft und die Serienbildfunktion, wenn die Kamera umständlich zu bedienen ist. Dadurch würde zu viel wichtige Zeit verstreichen. Der Omni-selektor – eine Kreuzwippe – sorgt für einen schnellen und direkten Zugriff auf alle Funktionen. Umständliches und langwieriges Suchen nach der richtigen Einstellung gehört damit der Vergangenheit an. Die PowerShot-Kameras von Canon sind wahre Cosmopoliten, denn sie beherrschen zehn! Sprachen. Die deutsche Menüführung ist auch für den Einsteiger sofort und klar verständlich.



## Speicher satt

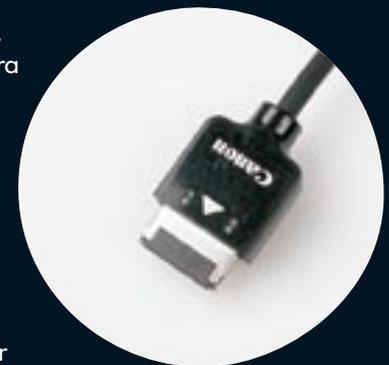
Die PowerShot S10 bietet dem Fotografen reichlich Kreativwerkzeuge: Serienaufnahmen, Panoramafotos, verschiedene Motivprogramme etc. Eines wird dadurch klar: Der Fotograf wird somit auch mehr fotografieren! Deswegen darf der digitale Fotospaß nicht durch zu kleine Speichermedien oder unflexible Speicherlösungen eingeschränkt werden. Die PowerShot S10 bietet Speicher satt: Durch den Typ-II-Steckplatz sind CompactFlash-Speicherkarten mit bis zu 160 MB, aber auch IBMs sensationelle (und ab Dezember 1999 über Canon lieferbare) Microdrive-Minifestplatte mit 340 MB Speicherkapazität einsetzbar. Dadurch lassen sich mehrere tausend Bilder auf ein Speichermedium bannen.



## Mit dem Bus in den PC

Die Schnittstellen am PC – auch Datenbusse genannt – sind das Bindeglied zur Digitalkamera. Damit der Spaß am digitalen Bild nicht verlorengeht, muß der Anschluß einer digitalen Kamera möglichst komfortabel sein. Das ist leider nicht immer selbstverständlich. Die PowerShot S10 bietet dem Anwender zwei Alternativen: zum einen die serielle Schnittstelle. Sie ist an den meisten PCs zu finden, also eine sichere Wahl. Leider ist die Übertragungsgeschwindigkeit recht gering. D. h., daß die Bildübertragung über die serielle Schnittstelle besonders bei vielen Bildern und hohen Auflösungen, wie sie die PowerShot S10 bietet, sehr zeitintensiv sein kann.

Abhilfe bietet hier die USB-Schnittstelle der PowerShot S10. Mit einer 10–20mal schnelleren Bildübertragung ist sie die ideale Wahl bei großen Bildermengen. Der USB-Bus ist gleichzeitig die komfortabelste Schnittstelle: Wird die PowerShot S10 über das USB-Kabel an den PC oder MAC angeschlossen, wird die Kamera automatisch erkannt und die Bildübertragungssoftware gestartet. Der PC ist nun bereit für die PowerShot-Bilder.



## IN DER NÄCHSTEN AUSGABE

ZEIGEN WIR IHNEN, DASS DER SPASS AN DIGITALER FOTOGRAFIE AM PC NICHT ENDET. DORT WIDMEN WIR UNS AUSFÜHRLICH DEM THEMA „DIGITALE PANORAMAFOTOGRAFIE“.

BIS ZUM NÄCHSTEN MAL... – IHR POWER-WORKSHOP-TEAM...

# DER CANON POW MIT DIGITALEM KNOW-HOW IN

IN DEN NÄCHSTEN AUSGABEN WIRD IHNEN REGELMÄSSIG DER CANON POWER-WORKSHOP BEGEGNEN, DER SIE MIT DEN FASZINIERENDEN MÖGLICHKEITEN DER DIGITALEN WELT VERTRAUT MACHEN MÖCHTE. SIE WERDEN ALLES WISSENSWERTE AUS ALLEN BEREICHEN DES DIGITAL IMAGING DARIN ERFAHREN, DAMIT KEINE FRAGE IHRER KUNDEN OFFENBLEIBT UND SIE JEDERZEIT EINE PASSENDE DIGITALE LÖSUNG ANBIETEN KÖNNEN. NUTZEN SIE DAS PRÄSENTIERTE KNOW-HOW FÜR IHREN ERFOLG.

## TEIL 1: POWERSHOT KAMERAS UNTER DIE LUPE GENOMMEN



### Qualität ohne Flaschenhals

Keine Frage: Die Bildqualität steht für Canon an vorderster Stelle. Fatalerweise wird oftmals die Anzahl der Pixel als einziges Kriterium für die Bildqualität gesehen. Leider ist es nicht ganz so einfach: Nicht nur die Pixelanzahl des Aufnahme-Chips ist für die Bildqualität einer Digitalkamera verantwortlich, sondern auch die Performance von Objektiv und signalverarbeitender Kameraelektronik. Alle Komponenten müssen optimal aufeinander abgestimmt sein, damit der Fotograf ohne Nachbearbeitung der Bilder optimale Ergebnisse erhält. Damit der Anwender von der Komplexität nichts spürt, haben wir ein Kamerakzept entworfen, auf dem alle PowerShot-Kameras basieren: Canon PhotoComputing.

Die sprichwörtliche Qualität der Canon-Objektive und eine ausgeklügelte Signalverarbeitung sorgen zusammen mit dem CCD-Chip für allerhöchstes Niveau – ohne Flaschenhals.

### Jede Lichtsituation perfekt beherrschen

Bei Digitalkameras gibt es keinen Filmkauf und somit keine nachträgliche Beeinflussung der Belichtung. Umso wichtiger ist es deshalb, daß die Digitalkamera auf alle Lichtsituationen flexibel reagiert und detailgetreue Ergebnisse liefert. Dazu gehört auch, daß bei schlechten Lichtverhältnissen auf das eingebaute Blitzgerät verzichtet werden kann, um die originale Stimmung des Motivs perfekt einzufangen. Zum Beispiel beim Fotografieren in Innenräumen: Dazu läßt sich bei der PowerShot S10 per Knopfdruck die Lichtempfindlichkeit um 2 Stufen erhöhen.

Zusammen mit dem Weißabgleich hat der Fotograf nun die Wahl, ob die Lichtstimmung des Raumlichtes erhalten bleiben soll, oder „auf neutral“ gefiltert wird – ein Feature, das in der konventionellen Fotografie nur mit aufwendigem Einsatz von Filtern möglich ist.

Zusätzlich gibt die Spotmessung der PowerShot S10 dem Fotografen eine professionelle Belichtungsmessung an die Hand. Auch schwierige Belichtungssituationen werden so glänzend gemeistert. Perfekte automatische Belichtungssteuerung mit viel kreativem Freiraum für den Fotografen ist und bleibt ein Credo von Canon.



### Schnelle Bildserien für eine hohe Trefferquote

Digitalfotografie soll schnell sein. Dabei ist es nicht nur wichtig, daß ein Bild sofort verfügbar ist. Schnelle Bildfolgen und sofortige Aufnahmebereitschaft sorgen dafür, daß kein wichtiger Moment entgeht.

Die PowerShot S10 ermöglicht bei voller Auflösung bis zu 1,7 Bilder pro Sekunde, dank der schnellen internen Signalverarbeitung durch einen speziellen DSP-Chip. Der Fotograf kann somit völlig unbeschwert Serienaufnahmen machen. Denn der Speicher läßt sich beliebig erweitern, und überflüssige Bilder können schon vor Ort wieder gelöscht werden. Umfangreiche Serienaufnahmen sind dank PowerShot Kameras kein Luxus mehr.

# 3 CCD + PIXEL-SHIFT: DER „AUFLÖSUNGS-TURBO“ VON CANON

DIE 3-CHIP CAMCORDER VON CANON VERDANKEN IHREN DREI BILDWANDLERN (3 CCD) UND DEM PIXEL-SHIFT EINE NATÜRLICHERE FARBWIEDERGABE, NIEDRIGERES FARBRAUSCHEN, GERINGE STÖRSIGNALE, EINEN GRÖßEREN DYNAMIKBEREICH, HOHE BILDQUALITÄT UND STEHBILDAUFNAHMEN VON BEGEISTERNDER SCHÄRFE.



**Und das funktioniert folgendermaßen:** Je einer der drei Chips zeichnet eine der Primärfarben Rot, Grün und Blau auf. Hierfür wird das durch das Objektiv fallende Licht aufgespalten (siehe Abb.) und dem betreffenden Bildwandler zugeführt. Basierend auf einem 320.000 Pixel-Chip erreicht man mit Pixel-Shift die Wirkung eines Chips mit wesentlich mehr Pixel.

Die Grünkomponente in einem Videosignal enthält den größten Anteil (60 Prozent) an Bildinformationen. Pixel-Shift (Pixel-Verschiebung) sorgt durch horizontale und vertikale Verschiebung des wichtigen Grün-Chips gegenüber dem Rot- und Blau-Chip für eine höhere Anzahl von Abtastpunkten auf dem Chip und damit für eine hervorragende Auflösung.

**Im Klartext:** Die Canon 3-Chip Camcorder XL 1 und XM 1 erreichen mit einem Drittel weniger Pixel (weil Pixel-Shift) eine weitaus höhere Auflösung als andere Systeme ohne Pixel-Shift – bei gleichzeitig höherer Empfindlichkeit und hervorragender Leistung bei schwachem Licht.

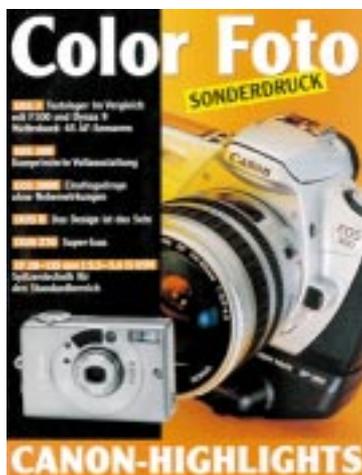
FAMILIENBANDE.

# DIE SLR-HIGHLIGHTS DER EOS 3ER SERIE: IMMER EINE AUSGEZEICHNETE ALTERNATIVE.

Die zahlreichen Auszeichnungen der EOS 3er Serie durch die deutsche und internationale Fachpresse sind neben den überzeugenden Produkten selbst zusätzliche Verkaufsargumente für Sie.

Vom Anfänger bis zum ambitionierten Amateur-Fotografen – die 3er Reihe bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihren Kunden in jedem Segment die perfekte Alternative vorzustellen.

Zur Verkaufsunterstützung können Sie direkt bei Canon Euro-Photo oder über Ihren zuständigen Canon-Außendienstmitarbeiter den kostenlosen „Color Foto Sonderdruck“ mit den Tests zu diesen



SLR-Highlights, aber auch zur IXUS II und IXUS Z70, abrufen.

## EOS 3

DM 2.499,-\*

Gehäuse



## EOS 3

Hochleistungs-Spiegelreflexkamera für professionelle und semi-professionelle Anwendungen • Hochgeschwindigkeits-Autofokus mit 45 Meßfeldern • Horizontales und vertikales Eye Control • Bildfrequenz: 7 Bilder/Sek. in AI-Servo AF (mit PB-E2 und Ni-MH-Akku) • Anspruchsvolle Multispot-Messung mit bis zu 8 Meßpunkten • 21-Zonen Mehrfeld-Belichtungs-Messung • Professionelles Bedienungskonzept mit 18 Individualfunktionen • Vielseitiges Systemzubehör wie z. B. Power-Drive-Booster PB-E2, drahtloses E-TTL Blitzsystem 550EX und IS-Objektive.



10/98

## EOS 300

DM 798,-\*

EOS 300 Gehäuse mit  
EF 28-80 mm 1:3,5-5,6 II



## EOS 300

Ultraschneller CMOS Autofokus-Sensor mit 7 Meßfeldern (5 horizontal, 3 vertikal) • 35-Zonen Belichtungsmessung für perfekt belichtete Bilder • Eingebauter TTL Blitz und 35-Zonen E-TTL Blitzautomatik mit externen EX-Blitzgeräten • 11 automatische und manuelle Belichtungsprogramme • Selektivmessung (9,5%) • Belichtungsreihenautomatik und Mehrfachbelichtung • Schärfentiefekontrolle • Batterie-Pack BP-200 mit Hochformatauslöser (Zubehör) • Mit Zoomobjektiv EF 28-80 mm 1:3,5-5,6 II



4/99

Auszeichnungen für  
EOS 300 Gehäuse

8/99

## EOS 3000

Leises und schnelles AF-System mit 3 Meßfeldern • 6-Zonen Mehrfeldmessung und 9,5% Selektivmessung • 10 automatische und manuelle Belichtungsfunktionen • Klein und leicht, einfache Handhabung • Eingebauter TTL-Blitz mit Funktion zur Verringerung des „Rote-Augen“-Effekts • Kompatibel mit über 60 Canon EF Objektiven.

## EOS 3000

DM 599,-\*

EOS 3000 Gehäuse mit  
EF 38-76 mm 1:4,5-5,6



5/99



# IMAGE VERSUS BILD?

## analog

AN DER SCHWELLE EINES NEUEN JAHRTAUSENDS IST VISUELLE KOMMUNIKATION DABEI, GENAUSO SELBSTVERSTÄNDLICH ZU WERDEN WIE TEXT UND SPRACHE. NICHT NUR IM BERUFLICHEN ALLTAG, SONDERN AUCH FÜR DIE PRIVATE NUTZUNG. DIE RASANTE ENTWICKLUNG RUND UM DIE DIGITALE BILDAUFZEICHNUNG UND BILDSPEICHERUNG MACHT'S MÖGLICH. SIE VERÄNDERT AUCH DIE ANFORDERUNGEN AN DEN HANDEL. DENN SELBST WENN DIE KLASSISCHE FOTOGRAFIE IN DEN NÄCHSTEN JAHREN IHRE STARKE UND FÜHRENDE POSITION NICHT EINBÜSSEN WIRD: DIE GROSSEN HERAUSFORDERUNGEN, WACHSTUMSPOTENTIALE UND CHANCEN LIEGEN IM IMAGING, IN DIGITALEN SYSTEMLÖSUNGEN RUND UMS BILD. UND DAHER GILT ES HEUTE, DIE GRUNDSTEINE FÜR DEN ERFOLG VON MORGEN ZU LEGEN.

## digital

Der Umgang mit Bildern wird sich dank Digitaltechnologie in kurzer Zeit dramatisch verändern. Immer einfacher, schneller und umfangreicher heißt die Devise. Im Internet, per E-mail, zur Illustration sämtlicher Kommunikationsprozesse. „Jeder Mensch ist ein Künstler“ – mit dieser These löste Joseph Beuys vor vielen Jahren noch heftige Diskussionen aus. Heute scheint die moderne Bildbearbeitung den späten Beweis für seine Annahme zu liefern. Digital Imaging ist auf dem Weg, zu einer populären Standardtechnik für Menschen zu werden, die sich kreativ ausdrücken wollen. Über viele Jahre wird sich Digital Imaging mit der klassischen konventionellen Fotografie in Koexistenz entwickeln.

Bilder werden beruflich wie privat immer intensiver genutzt. Das ist jetzt schon so. Die größten Potentiale für die Zukunft liegen vor allem auf dem Consumersektor. Hier wird sich neben dem uns heute bekannten Hobbyfotografen eine ganz neue Klientel engagierter Amateure entwickeln. Die „Dunkelkammer“ des 21. Jahrhunderts ist ein Hightech-Arbeitsplatz. Zur individuellen Bearbeitung der Bilder, zur Archivierung und als Ausgangsbasis für den Bildtransfer. Und man muss kein Prophet sein, wenn man speziell für „moving images“ im

anbrechenden Digitalzeitalter bisher ungeahnte Einsatzmöglichkeiten und Dimensionen sieht.

Kameras und Camcorder werden in Zukunft immer mehr zur Basis eines umfangreichen, drahtlos mit einander vernetzten Equipments. Hochwertige Peripheriesysteme wie Fotoprinter, intelligente Softwarelösungen und Schnittstellen zur Telekommunikation werden zur Standardausrüstung von immer mehr Menschen gehören. Kommende Generationen werden bei allem was sie tun wie selbstverständlich eine alte, seit dem Beginn der Fotografie bekannte Tatsache am Ende der Kette einlösen können: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!

Bei allem Wandel der nächsten Jahrzehnte wird man nur noch auf wenige feste Größen bauen können. So wird auch in Zukunft das Thema Fotografieren und Filmen sehr emotional sein. Aus seiner Tradition heraus wird es auch immer etwas mit Status zu tun haben. Design und Markenimage werden im Zeichen technologischer Veränderungen keinesfalls an Bedeutung verlieren, sie dürften im Gegenteil sogar immer wichtiger werden.

# DAS BILD IST ALLES.

# DIGITALTECHNIKEN VERÄNDERN **Internet** DIE KOMMUNIKATION

Vernetzung

Datentransfer

Digital Imaging Solutions: Kaum ein anderes Unternehmen kann auf diesem Sektor so viel bewährte und unterschiedliche Technologien anbieten wie Canon. Kaum eine Marke hat so eine starke Bindung zum Thema Bild. Doch wir fühlen uns nicht nur für anspruchsvolle Systemlösungen zuständig. Wir wollen die weite Welt des digitalen Bildes zusammen mit unseren Fachhandelspartnern erobern. Auf dem Weg dorthin können Sie also fest auf unsere Unterstützung zählen. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen in ein neues, aufregendes Jahrtausend aufzubrechen.

Hardware



DEZEMBER 99

Canon

# NEXT:

TERMINE UND PREMIEREN VON CANON EURO-PHOTO/ERSCHEINT MONATLICH

DIGITAL ODER ANALOG?  
DAS BILD IST ALLES!

EOS 3 – EOS 300 – EOS 3000:  
UMSATZ MAL DREI

3 CHIP CAMCORDER  
MIT „AUFLÖSUNGS-TURBO“:  
3 CCD + PIXEL-SHIFT

CANON POWER-WORKSHOP:  
DIGITAL IMAGING KNOW-HOW

2.1 MEGA  
PIXELS  
DIGITAL CAMERA