

imaging

+foto contact

12/2000

DM 6,50 ISSN 1430 - 1121

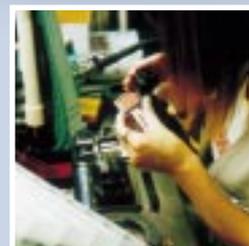
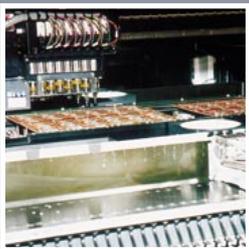
28. Jahrgang G 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Digitalkamera-Entwicklung bei FUJIFILM:

High-Tech für einen explodierenden Markt





Cyber-shot

Sonys kleinste digitale Kamera mit 3.34 Megapixel.

Sie ist kaum größer als zwei Streichholzschachteln, kann aber mehr als die meisten Großen: die Sony Cyber-shot DSC-P1! Mit ihrem 3.34 Megapixel-Chip und dem 3fachen optischen Zoom macht sie unglaublich scharfe Bilder. Und dank MPEG-Modus kann sie sogar kurze Filmsequenzen aufzeichnen. Nur selbst fotografieren kann sich die Cyber-shot DSC-P1 noch nicht. Schade eigentlich, Sie werden nämlich kaum etwas Schöneres vor die Linse bekommen.



MEMORY STICK

Sony und Memory Stick sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Tokyo.

www.sony.de



go create

SONY



Zum Titelbild: Fujifilm ist für den wachsenden Digitalkamera-Markt gut gerüstet

Mit umfassender technologischer Kompetenz und durchdachten Marketingstrategien unterstreicht Fujifilm seinen Anspruch, zu den führenden Anbietern im rasant wachsenden Digitalkamera-Markt zu gehören. imaging+foto-contact hat sich bei einem Besuch in der



Fujifilm Unternehmenszentrale in Japan über die Perspektiven für die kommenden Jahre informiert. Dabei ist der Super CCD eine von mehreren Schlüsseltechnologien. Der Weltmarkt für Digitalkameras entwickelt sich in atemberaubendem Tempo. Allein in diesem Jahr hat sich das Marktvolumen von 5,82 Millionen Stück im Jahre 1999 auf erwartete 12,6 Millionen Einheiten mehr als verdoppelt. Für das kommende Jahr geht Norihiko Kato, General Manager Electronic Imaging Products Division der Fuji Photo Film Inc., von einer weiteren Steigerung um mehr als 80 Prozent auf 22,8 Millionen verkaufte Digitalkameras aus. Der Löwenanteil entfällt dabei auf die entwickelten Industrieländer in Nordamerika, Europa und auf Japan. So sollen in den USA in diesem Jahr 4,7 Millionen, in Japan 4,1 Millionen und in Europa 2,5 Millionen Digitalkameras verkauft werden.

Seite 10

Canon Expo in Paris zeigte neue Welten

Paris, Le Carrousel du Louvre, 30. Oktober 2000: Vor der Ausstellungsfläche in den Arkaden unter dem größten Museum der Welt drängen sich einige tausend Menschen: Fujio Mitarai, Präsident/CEO der Canon Inc., Tokio, eröffnet die Canon Expo 2000. In einer beeindruckenden High-Tech-Schau will der Technologie-Konzern zahlreichen geladenen Gästen aus ganz Europa die Zukunft des Bildes in den Imaging-Netzwerken der Zukunft demonstrieren. Wenige Wochen nach der photokina ging es nicht um die Präsentation neuer Produkte, die jetzt oder morgen auf den Markt kommen sollen.

Seite 18



profi-contact

61-66

Kodak Studio Link System
Seite 2

News
Seite 3

Literatur:
Wohnräume weltweit
Seite 4

Produkte
Seiten 5, 6

Impressum
Seite 6



CeWe Color startete neue Seminar-Reihe

Die Fotolaborgruppe CeWe Color hat Mitte November wieder mit einer neuen Porträt-Seminarreihe begonnen. In zehn verschiedenen Veranstaltungen werden die Themen Hochzeitsfotografie im Studio, Einzel- und Gruppenporträts, individuelle Studioporträts sowie Erotik/Lifestyle behandelt. imaging+foto-contact besuchte das Auftaktseminar am 19. November in Schneverdingen. Dort wurde unter der Leitung des niederländischen Fotografen Jos Sprangers das Thema „Einzelpersonen/Gruppenporträts“ behandelt. Sprangers, mit seinem Studio in der Nähe von Breda ansässig, gehört zu den renommiertesten europäischen Porträtfotografen.

Seite 56



Foto-Labor-Shop liefert Profiqualität

Analoge Verfahren und mittelmäßige Prints gehören im Kölner Foto-Labor-Shop der Vergangenheit an. Mit seinem Team setzt Geschäftsführer Michael Weinert stattdessen auf eine Mischung aus High-End-Technologie, handgefertigter Qualität und kundenorientierter Preisgestaltung – erfolgreich, wie die Entwicklung des Unternehmens am Kölner Rudolfplatz zeigt. Der nahezu bescheidene Schriftzug „Digitale Fotoprints ab 30 Minuten“, den der Kunde über dem Eingang zum Foto-Labor-Shop liest, weckt Erwartungen, die schon im Eingangsbereich erfüllt werden: Flachbildschirme mit transparenten Gehäusen, im Kühlschrank gelagerte Filme und ein EBV-Empfangsbereich zeigen, daß hier Profis mit modernsten Geräten und Technologien arbeiten.

Seite 34



Zum Titelbild

Fujifilm ist für den wachsenden Digitalkamera-Markt gut gerüstet: Mehr als Super CCD **10**

Editorial

Freie Wildbahn? **5**

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Wenig positive Aussichten für den mittelständischen Fachhandel zum Jahresabschluß **60**

Industrie

Canon Expo zeigte neue Welten **18**

Labor

BGL-Jahreshauptversammlung in Berlin **24**

CeWe Color startete neue Seminar-Reihe **56**

Minilab

Hohe Qualität für verwöhnte Profi-Kundschaft ... **34**

Handel

Hausmesse bei Foto Quelle **16**

PrePaid-Aufladung auch im Fotohandel **42**

Minolta Postkartenbuch als Marketingidee **47**

H. D. Lehmann: Weihnachtsgeschäfte **67**

Nachrichten **6, 8, 22, 45**

imaging+foto-contact-Interview

Joachim Rozek, Manager Sales Photo Digital,
Canon Euro-Photo: Wir bauen den Markt aus **40**

Praxistest Olympus Camedia E-10

Zur photokina 2000 hat das Hamburger Unternehmen Olympus mit der Camedia E-10 ein neues Flaggschiff in seinem Digitalkamera-Sortiment vorgestellt. Mit ihrem Vier-Millionen-Pixel-Chip und einer Vielzahl weiterer Ausstattungsmerkmale soll das neue Top-Modell nicht nur ambitionierte Amateure ansprechen, die bereit sind, zirka 4.500 DM für die Kamera auszugeben, sondern vor allem auch Porträt-, Mode- und Werbefotografen. imaging+foto-contact hat eines der ersten Camedia E-10 Modelle, die in Deutschland verfügbar waren, einem Praxistest unterzogen. Wir wollten herausfinden, ob die Kamera den ambitionierten Wünschen des Herstellers gerecht werden kann. **Seite 26**



Mehr Umsatz mit Minilabs und Digitalstationen

Die steigenden Verkaufszahlen für Digitalkameras deuten darauf hin, daß in absehbarer Zeit eine größere Nachfrage nach schnell verfügbaren Bildern, die aus digitalen Daten gewonnen wurden, entstehen wird. Industrie und Hersteller haben sich schon jetzt auf das zusätzliche Bildergeschäft eingestellt und bieten sowohl digitale Annahmestationen als auch dazu kompatible Minilabs an, die häufig sogar für die analoge und auch die digitale Bilderproduktion geeignet sind. **Seite 30**



profi-contact

Offizielles Organ
deutscher Berufsfotografen-Verbände **61**

Digital Imaging

Qualitätsmedien für den digitalen Fotomarkt **44**

Praxisbericht Olympus E-10:

Digitaler Fotospaß auf Profiniveau **26**

Neue Digitalkameras im Olympus-Sortiment **28**

Neuheiten Digital Imaging **37, 43**

Hamas Zubehör-Ratgeber
bringt Licht ins digitale Dickicht **68**

Video

U. Vielmuth: Wunschzettel **70**

Point of Sale

Digitale Technologien beleben das Bildergeschäft:
Mehr Umsatz mit Minilab und Digitalstation **30**

Neuheiten **46, 58, 75**

Produktvielfalt bei Tetenal **38**

Zubehör-Neuheiten auf der photokina **50**

Exklusivserie in imaging+foto-contact

Polaroid Sofortbildfotografie **71**

Rechtstips **72**

Fotoliteratur **74**

Inserenten-Verzeichnis **78**

Klein- und Personalanzeigen **76**

Impressum **79**

Freie Wildbahn?

Aus für Rabattgesetz und Zugabeverordnung

Noch vor Weihnachten will das Bundeskabinett einen Gesetzentwurf zur ersatzlosen Streichung des Rabattgesetzes und der Zugabeverordnung verabschieden. Viele mittelständische Einzelhändler werden dies nicht gerne hören. Zu Recht befürchten sie eine weitere Zunahme des ohnehin schon zur Unsitte gewordenen Feilschens – jetzt sozusagen mit dem Segen des Gesetzgebers.

Auf der anderen Seite ist die Schmollecke bestimmt nicht der Platz, von dem aus man gute Marktstrategien für die Zukunft entwickeln kann. Das Rabattgesetz und die Zugabeverordnung sind im europäischen Binnenmarkt im Zeitalter des Internets einfach nicht zu halten – das ist eine Tatsache. Natürlich hätte man sich gewünscht, daß anstatt einer einseitigen deutschen Kurskorrektur die Europäische Gemeinschaft ein einheitliches Wettbewerbsrecht verabschiedet hätte, das im gesamten Bereich der Union gleiche Bedingungen für die Marktteilnehmer garantiert. Nicht nur Kenner der Brüsseler Euro-Bürokratie dürfte dabei das Gefühl beschleichen, daß der Sankt Nimmerleinstag als eher frühzeitiger Termin für eine solche einheitliche europäische Gesetzgebung zu betrachten ist.

Im Grunde ist der Verlust durch die Streichung der beiden Gesetze

nicht sehr groß. Besonders ans Rabattgesetz hält sich doch bereits seit Jahren kaum noch einer – das werden viele Fotohändler bestätigen können. Übrigens gilt das nicht nur auf der passiven Seite: Hand aufs Herz – haben Sie Ihr letztes Auto wirklich zum Listenpreis gekauft?

Schließlich sollte man auch bedenken, daß der Wegfall der liebgewordenen gesetzlichen Regelungen neue Freiräume nicht nur für die Großen im Einzelhandel eröffnet. Im Gegenteil! Gerade mittelständische Händler sind bei weitem flexibler als ihre großen Wettbewerber. Schließlich ist nicht zu erwarten, daß der Mediamarkt die Preisgestaltung für seine Filialen jetzt jedem einzelnen Mitarbeiter im Verkauf überlassen wird.

Für den mittelständischen Fotohandel bieten sich besondere Chancen, durch maßgeschneiderte Kundenbindungskonzepte den Großen Paroli zu bieten. Das fängt mit der Coupon-Anzeige an, um die Verbraucher ins Geschäft zu locken, und hört bei Maßnahmen, die exakt auf die wichtigen Zielgruppen vor Ort zugeschnitten sind, noch lange nicht auf. Sonderpreise für die Mitglieder des Schützenvereins? Bislang wegen des Rabattgesetzes kein Thema, in Zukunft aber möglich. Kostenloser Film mit der (möglichst etwas

teureren als beim Großvertrieb) Filmentwicklung – kein Problem. Wechselseitige Gutscheine oder Rabattpunkte mit der Imbißstube gegenüber – demnächst machbar.

Wohlgermerkt: Wer diese Vorschläge als Jubelarie auf die Abschaffung des Rabattgesetzes und der Zugabeverordnung versteht, hat den Verfasser dieses Editorials mißverstanden. Tatsache bleibt: Wenn es regnet, ist es besser, für einen Regenschirm und angemessene Kleidung zu sorgen, als über das verdammte Sauwetter zu lamentieren und dabei naß zu werden. Gute Ideen für Überlebensrezepte in freier Wildbahn bietet zum Beispiel die PMA mit der deutschsprachigen Broschüre „Guerilla Marketing für die Imaging Industrie“ an, die für PMA Mitglieder zum Preis von 49,- DM (Nicht-Mitglieder 64,- DM) beim C.A.T.-Verlag bezogen werden kann, Telefax 0 21 02 / 20 27 90.

Mit oder ohne Guerillas wünschen wir Ihnen ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft mit möglichst wenigen Rabattforderungen und nur geringwertigen Zugaben. Noch gelten ja die alten Bestimmungen. Und für das kommende Jahr trotz schwierigeren Umfeldes weiterhin frischen Unternehmertum!

Noch eine hoffnungsvolle Anmerkung zum guten Schluß: Der Börsengang der Post hat soeben schlagend bewiesen, daß zahlreiche Menschen in unserem Land kein Problem damit haben, etwas zu kaufen, von dem sie weder wissen, was es kostet, noch, was sie dafür bekommen. Th. Blömer

Carl Braun macht vorerst weiter

Nach Beantragung des Insolvenz-Verfahrens beim Amtsgericht Nürnberg am 13. Oktober setzt die Carl Braun Kamerawerk GmbH ihren Geschäftsbetrieb fort. Damit ist die Abwicklung der auf der photokina erteilten Aufträge ebenso gewährleistet wie die Versorgung

mit Braun Produkten zum Weihnachtsgeschäft. Auch Reparatur-Aufträge werden in Nürnberg wie gewohnt angenommen. Der vorläufige Insolvenz-Verwalter Dr. Werner Pöhlmann sieht aufgrund der vorhandenen Substanz gute Möglichkeiten, das traditionsreiche deutsche Unternehmen, das durch die Nichtgewährung eines in den vergangenen Jahren regelmäßig eingeräumten

Saisonkredites durch seine Hausbank in Turbulenzen geraten war, für die Zukunft zu erhalten.

CeWe Color kauft Konica Photo Service France

CeWe Color, größter konzernunabhängiger europäischer Fotofinisher, hat nach eigenen Angaben einen entscheidenden Durchbruch in Frankreich erzielt: Zum 1. Februar 2001 übernimmt CeWe Color den Konica Photo Service France und steigert damit seinen Marktanteil von 15 auf 20 Prozent.

Im Geschäftsjahr 1999 erzielte Konica Photo Service France unter der Führung von Christian Paillet mit circa 200 Mitarbeitern einen Umsatz von über 40 Mio. DM. Das über 2.000 m² große Fotolabor im Norden von Paris entwickelt an Spitzentagen mehr als 35.000 Filme.

Hubert Rothärmel, Vorstandsvorsitzender von CeWe Color, betont, daß durch die Übernahme von Konica Foto Service France viele Synergieeffekte in den Bereichen Produktion, Logistik, EDV etc. für die CeWe Color Gruppe erzielt werden können. Darüber hinaus sei Frankreich ein Land, das sich in einer guten wirtschaftlichen Lage befinde. Rothärmel sieht im französischen Markt Potentiale. Der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch liegt mit knapp 2,1 Filmen hinter Deutschland (2,2 Filme) und der Schweiz (2,5 Filme).

Trotz des verregneten Sommers, der umsatzmäßig nicht das gehalten hat, was sich die Fotofinishing-Branche versprochen hatte, konnte CeWe Color das dritte Quartal mit einem guten Ergebnis beenden. Bis zum 30. September wurden in den 26 Großlabors von CeWe Color 70,6 Mio. Filme entwickelt und 2,5 Mrd. Fotos hergestellt, das sind 1,1 Prozent bzw. 2,7 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Der Umsatz stieg von 305,3 Millionen Euro auf 312,9 Millionen Euro. Das bedeutet einen Zuwachs von 2,5 Prozent. Nach drei Quartalen wurde ein Ergebnis von 35,9 Millionen Euro verzeichnet. Im Vergleich zu 1999 bedeutet das eine Steigerung von 1,7 Prozent. Der Jahresüberschuß vor Körperschaftsteuer stieg von 29,9 Millionen Euro auf 30,4 Millionen Euro, der Cash-Flow von 54,9 Millionen Euro auf 56,9 Millionen Euro.



Zum festlichen Empfang in Köln waren auch zahlreiche alte Weggefährten Wilkes eingeladen. Das Bild oben zeigt (v. l.) die ehemaligen Vorsitzenden des Photoindustrie-Verbandes, Jochen Münnich und Dr. Hans Kindermann, Horst Schiller, früherer Präsident von Canon Euro-Photo, den früheren Tetenal-Chef Friedrich Hübner und den langjährigen stellvertretenden Vorsitzenden des Photoindustrie-Verbandes, Hajo Ernst (Ed. Liesegang). Bild rechts: Einen reibungslosen Übergang erwartet der scheidende Geschäftsführer der KölnMesse, Hans Wilke (l.), bei der Amtsübergabe an seinen Nachfolger Bernd Aufderheide.



Ehrevoller Abschied für Hans Wilke

Mit einem festlichen Empfang ehrte die KölnMesse ihren Geschäftsführer Hans Wilke, der zum Ende dieses Jahres in den Ruhestand tritt. Mehrere hundert führende Repräsentanten aus Wirtschaft und Politik nutzten die Gelegenheit zum persönlichen Dank an den künftigen Pensionär, der an der Ausgestaltung der Kölner photokina zur Weltmesse des Bildes maßgeblichen Anteil hat.

Jochen Witt, Hauptgeschäftsführer der KölnMesse, hob in seiner Ansprache die großen Verdienste Wilkes beim Ausbau der KölnMesse zu einem der führenden Messeplätze der Welt hervor. Das Kölner Konzept, internationale Leitmesse von Weltgeltung in Köln zusammenzufassen, sei ohne die aktive Mitarbeit Wilkes nicht denkbar. Durch seine vielfältigen internationalen Kontakte und seine profunden Branchenkenntnisse habe Wilke im Laufe seiner 40jährigen Tätigkeit für die KölnMesse immer wieder die richtigen Entscheidungen treffen können, um die Bedeutung der traditionellen Messen zu stärken und neue marktgerechte Veranstaltungen ins Leben zu rufen.

Für die nordrhein-westfälische Landesregierung betonte Wirtschaftsminister Ernst Schwanhold die große Bedeutung der KölnMesse für das gesamte Bundesland. Wilke habe sich bedeutende Verdienste darum erworben, daß Nordrhein-Westfalen heute eine der weltführenden Messeregionen sei.

Als Geschäftsführer wird Hans Wilke ab dem 1. Januar 2001 von Bernd Aufderheide abgelöst, der bereits jetzt der Geschäftsleitung der KölnMesse angehört.

OLYMPUS

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

Mit Profis arbeiten

CAMEDIA E-10

Der sensationelle Durchbruch!

- 4 Mio. Pixel CCD
- 4fach Zoom
- Aluminiumgehäuse
- umfangreiches Systemzubehör



CAMEDIA E-100RS

Die Schnellste ihrer Klasse

- 1,5 Mio. Pixel CCD
- 10fach Ultrazoom
- 16 Bilder/sec.
- Optischer Bildstabilisator

CAMEDIA P-400

Top Fotoprints in kürzester Zeit

- Thermosublimationsdrucker
- Mehrfachdruck in A4 und A5
- Zwei Speicherkartenslots
- Druckgeschwindigkeit 90 Sek.



MM11

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 • E-Mail: bremaphot@t-online.de

... mit einem Verkaufsbüro auch in Ihrer Nähe!

Führungswechsel bei Kodak Deutschland

Am 8. November hat der Aufsichtsrat der Kodak Verwaltung Aktiengesellschaft in seiner Sitzung Veränderungen in der Geschäftsführung beschlossen. Martin Wolgshaft, seit 1998 Vorstandsmitglied und seit 1. September 1999 Sprecher des Vorstands der Kodak AG Stuttgart, übernimmt ab sofort Führungsaufgaben in der europäischen Zentrale der Eastman Kodak Company in Genf. Wolgshaft wird Director Operations Consumer Imaging der European, African und Middle Eastern

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>

Region. Seine Management Schwerpunkte als Chief Operating Officer (COO) werden bei Finance, Information Systems und Purchasing liegen.

Dieter Werkhausen ist 1995 zu Kodak als Leiter des Geschäftsbereiches Consumer Imaging gekommen. Seit 1998 ist er Mitglied des Vorstands, seit September 1999 Vice President Consumer Imaging Eastman Kodak Company. In der neuen Führungsverantwortung ist Werkhausen nunmehr Sprecher der Geschäftsführung der Kodak GmbH.

Seine Schwerpunkte liegen in der Führung von Consumer Imaging und der Kodak Laborgruppe.

Herbert Schuster, bisher Geschäftsführer der Fotochemischen Werke GmbH, Berlin, wechselt mit sofortiger Wirkung in die Geschäftsführung der Kodak Gruppe nach Stuttgart. Er wird Vorstandsmitglied und Arbeitsdirektor der Kodak Verwaltung AG sowie Geschäftsführer der Kodak GmbH. Schuster ist für alle Servicebereiche und für die Commercial Business Units zuständig.

Hermès International steigt bei Leica ein

Die Hermès International SCA hat den Aktionären der Leica Camera AG ein freundliches öffentliches Übernahmeangebot für 30 Prozent des Grundkapitals unterbreitet. Das entspricht einem Investitionsvolumen von etwa 17 Millionen Euro. Der angebotene Kaufpreis von 12,50 Euro pro Aktie liegt um 30 Prozent über dem durchschnittlichen Börsenkurs der letzten drei Monate. Die Angebotsfrist läuft noch bis zum 20. Dezember. Die Transaktion wurde von Hermès-Präsident Jean-Louis Dumas und dem Leica Vorstandsvorsitzenden Hanns-Peter Cohn gemeinsam bekanntgegeben. Die 1837 gegründete Hermès-Gruppe

verfügt über 14 Geschäftsfelder in den Bereichen Mode, Schmuck, Tafelkultur, Wohn-Accessoires und Parfum. Das Unternehmen unterhält Allianzen mit dem Schuhhersteller John Lobb, dem Kristallwarenhersteller Cristalleries de Saint-Louis, dem Silberwaren-Produzenten Orfévrerie Puiforcat, dem Tuchhersteller Tissages Perrin und dem Modehaus Jean-Paul Gaultier, an dem Hermès kürzlich eine Beteiligung in Höhe von 35 Prozent erwarb.

In einer Pressemitteilung wird betont, daß Hermès mit der neuen Partnerschaft mit Leica die seit 20 Jahren verfolgte Strategie fortsetzt, mit den jeweiligen „Meistern ihres Faches“ zusammenzuarbeiten. Die Hermès-Gruppe erzielte 1999 einen Gesamtumsatz von 927 Millionen Euro mit einem Betriebsergebnis von 192 Millionen Euro. Der Umsatz der Leica Camera Gruppe im letzten Geschäftsjahr betrug 141 Millionen Euro bei einem Betriebsergebnis von 3,6 Millionen Euro. Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres erzielte die Leica Camera Gruppe ein kräftiges Umsatzplus von 15,7 Prozent auf 141,5 Millionen DM. Außerordentliche Aufwendungen und negative Währungseinflüsse führten dabei zu einem Minus mit 6,7 Millionen DM, gegenüber dem Vorjahreszeitraum ein um 2,1 Millionen DM schlechteren Ergebnis nach Steuern.

Electronic Partner, MediaMarkt/Saturn und debitel beteiligen sich an Internet-Portal

Mit einer strategischen Beteiligung an der neu gegründeten Jamba! AG, Berlin, wollen sich EP:Electronic Partner, die Media-Saturn Holding GmbH und Europas größte netz-unabhängige Telefongesellschaft, debitel, den Zugang zum mobilen Internet sichern. Die Jamba! AG bringt mit dem gleichnamigen mobilen Portal Jamba! (wap.jamba.de, www.jamba.de) über 180 WAP-Dienste und über 400 SMS-Dienste auf einer Startseite auf das Handy.

Zu den Content-Partnern, die Inhalte für die Bereiche Mobil Information, Mobile Entertainment, Mobile Commerce und Mobile Communication liefern, gehören bekannte Unternehmen wie Amazon.de, Inter-shop, Onvista, Paybox, Ravensburger, Sixt, RTL World, Cinemaxx und Tui.

Das Unternehmen verfolgt eine Multi-Plattform-Strategie: Der Mobilfunkkunde kann die Jamba! Dienste über WAP, SMS, World Wide Web und PDA nutzen. Die Dienste werden intelligent miteinander verknüpft, um es dem Nutzer möglichst einfach zu machen, sich beispielsweise Informationen zu bestimmten Themen zu holen, Spiele, Klingeltöne oder Logos auf sein Gerät herunterzuladen, einzukaufen und gekaufte Waren oder Dienstleistungen zu bezahlen.

Um die Mobilfunkkunden auf das Portal zu leiten, liefern EP und MediaMarkt/Saturn ab sofort sämtliche Handys und PDAs mit der voreingestellten Jamba! Seite aus. Diese wird automatisch auf dem Display erscheinen, wenn der Nutzer eine Funktion wie „Dienste“ ansteuert.

Die Jamba! AG strebt mit dem neuen Dienst beim mobilen Internet, dem Telekommunikationssektor mit den größten Wachstumsprognosen, die Marktführerschaft an. Dabei erwartet sie vor allem von den zukünftigen Mobilfunkstandards GPRS und UMTS hohe Zuwachsraten. GPRS soll Ende des Jahres in Deutschland eingeführt werden und zunächst Datenübertragungsraten von 30 Kbit/s ermöglichen, die später auf bis zu 115 Kbit/s ausgebaut werden (zum Vergleich: Der GSM Standard arbeitet üblicherweise mit Datenübertragungsraten von 9,6 Kbit/s). UMTS wird die Geschwindigkeit mit 384 Kbit/s bis 2 MB/s weiter steigern. Wann UMTS in Deutschland zur Verfügung stehen wird, steht derzeit noch nicht fest.

Es gibt sie... ...die guten Bilder



Quality Control by
FUJIFILM

Quality Control by Fujifilm

Die Chemiker und Ingenieure von Eurocolor und Fuji Photo Film haben in einem 12-monatigen Optimierungsprogramm ein Verfahren entwickelt, alle 9 Laborbetriebe von Eurocolor und Fujicolor auf ein so hohes, gleichbleibendes Qualitätsniveau zu bringen, wie es mit den bisherigen Kontrollverfahren nicht möglich war.

Quality Control by Fujifilm garantiert Ihnen und Ihren Kunden diese Qualität Tag für Tag und Nacht für Nacht.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Kontaktieren Sie uns, wir informieren Sie gern ausführlich.

Eurocolor Photofinishing GmbH & Co. KG

Koppelberg 4-6 · 24159 Kiel · Telefon (04 31) 3 99 10-0 · Fax (04 31) 3 99 10-70 · www.eurocolor.de
Ein Unternehmen der Fuji Photo Film (Europe) GmbH **FUJIFILM**

Fujifilm ist für den wachsenden Digitalkamera-Markt gut gerüstet

Mehr als Super CCD



Verbindet Super CCD Technologie mit leistungsfähiger Optik im 6fach-Zoomobjektiv: Die photokina-Neuheit FinePix 4900 Zoom.



Norihiko Kato, General Manager Electronic Imaging Products Division der Fuji Photo Film Inc., rechnet für das kommende Jahr mit einem weltweiten Marktvolumen von fast 23 Millionen Digitalkameras.

Norihiko Kato,
General Manager Electronic Imaging
Products Division der Fuji Photo Film Inc.:
„Als einziger Hersteller
von Digitalkameras
verfügen wir über alle
notwendigen Technologien.“

Mit umfassender technologischer Kompetenz und durchdachten Marketingstrategien unterstreicht Fujifilm seinen Anspruch, zu den führenden Anbietern im rasant wachsenden Digitalkamera-Markt zu gehören. imaging+foto-contact hat sich bei einem Besuch in der Fujifilm Unternehmenszentrale in Japan über die Perspektiven für die kommenden Jahre informiert. Dabei ist der Super CCD eine von mehreren Schlüsseltechnologien.

hat sich das Marktvolumen von 5,82 Millionen Stück im Jahre 1999 auf erwartete 12,6 Millionen Einheiten mehr als verdoppelt. Für das kommende Jahr geht Norihiko Kato, General Manager Electronic Imaging Products Division der Fuji Photo Film Inc., von einer weiteren Steigerung um mehr als 80 Prozent auf 22,8 Millionen verkaufte Digitalkameras aus. Der Löwenanteil entfällt dabei auf die entwickelten Industrieländer in Nordamerika, Europa und auf Japan. So sollen in den USA in diesem Jahr 4,7 Millionen, in Japan 4,1 Millionen und in Europa 2,5 Millionen Digitalkameras verkauft werden.

Fujifilm gehört weltweit zu den führenden Anbietern. Auf dem japanischen Heimatmarkt ist das Unternehmen vor Olympus und Sony die Nummer 1 – in jüngster Zeit hat Canon durch die Einführung der Digital Ixus zu dieser Spitzengruppe aufgeschlossen. In Europa nimmt Fujifilm in Großbritannien (Marktanteil 30 Prozent) und Frankreich (25 Prozent) den Spitzenplatz ein.

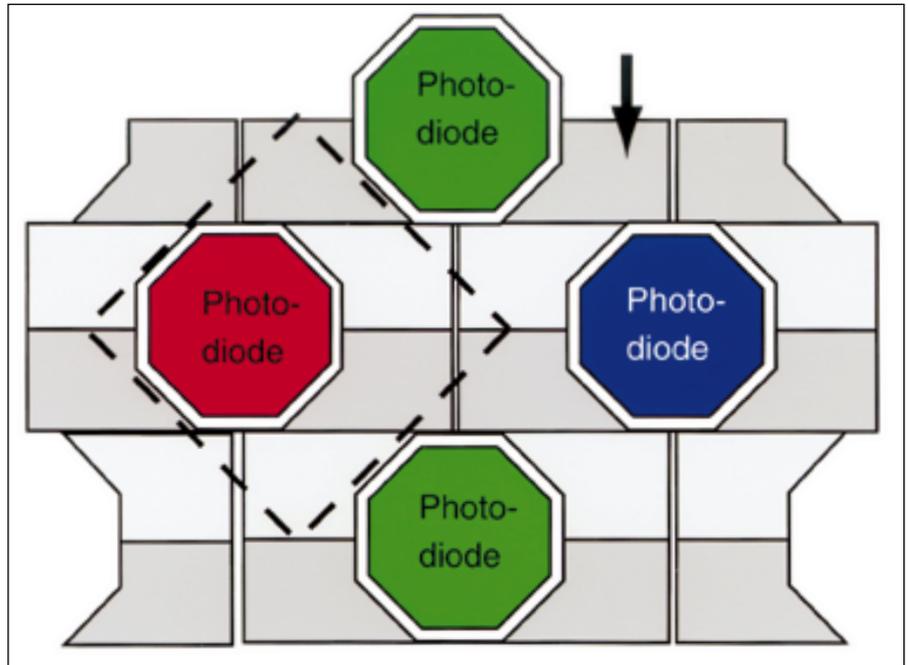
Umfassende technologische Kompetenz

Die Verantwortlichen bei Fujifilm sehen als besondere Stärke ihres Unternehmens, daß alle wichtigen Technologien für die Digitalfotografie im eigenen Hause verfügbar sind – ein im Vergleich zu anderen Herstellern einmaliger Wettbewerbsvorteil. Die Entwicklung von Kamerasystemen ist für die Fuji Photo Film Inc. ein tradi-

tionelles Geschäftsfeld – ebenso wie die Kompetenz zur Herstellung von Bildern und die Entwicklung digitaler Image-Prozessoren. Modernste CCD-Technologie ist in der Tochtergesellschaft Fuji Film Microdevices zu Hause, die sich ebenso wie die bei der Tochtergesellschaft Fujix beheimatete Kameraherstellung in der Nähe von Sendai, rund 300 km nördlich von Tokio, befindet. Anspruchsvolle Optiken kommen aus einer weiteren Tochtergesellschaft Fujinon. Und selbst Spezial-Technologien, wie die Entwicklung von Farbfiltern für CCD Chips, können bei Fujifilm in einer weiteren Tochtergesellschaft, Fujifilm Olin, realisiert werden. Damit, so Norihiko Kato, sei Fujifilm in der Lage, marktgerechte Lösungen zu entwickeln, ohne von anderen Herstellern abhängig zu sein. Zudem konnte Fujifilm dank dieser technologischen Kompetenz einige Probleme der Digitalfotografie in Eigenregie angehen und exklusive Lösungen entwickeln.

Technologie mit viel Zukunftspotential: Super CCD

Eine davon ist der von Fujifilm vor einem Jahr vorgestellte Super CCD, der inzwischen in die aktuellen Produkte der Digitalkamera-Palette des Unternehmens Eingang gefunden hat. Um das große Potential dieses Chips richtig zu verstehen, muß man sich die rasante technische Entwicklung im Digitalkamera-Bau vor Augen halten: Als vor fünf Jahren die ersten halbwegs massenmarktfähigen Produkte mit



Durch die achteckige Form der Fotodioden und die diagonale Anordnung soll der Super CCD Probleme lösen, die durch die immer höhere Auflösung von Digitalkameras auftreten.

VGA-Auflösung auf den Markt kamen, betrug die Größe jedes Pixels auf einem handelsüblichen 1/2-Zoll CCD Sensor noch rund $10 \mu\text{m}^2$. Mit steigender Auflösung auf derselben Fläche werden die lichtempfindlichen Elemente naturgemäß kleiner. So beträgt die Pixelgröße auf einem Chip mit 3 Millionen Bildpunkten nur noch $3 \mu\text{m}^2$. Das bedeutet nicht nur höhere Auflösung, sondern auch die naturgemäße Verschlechterung einiger wichtiger Parameter für die Bildqualität. In die kleineren Pixel „passen“ viel weniger Elektronen als bei ihren größeren Pendanten. Die Kapazität für elektrische Ladung nahm mit der Steigerung der Auflösung

von 30.000 Elektronen pro Pixel auf rund 7.000 bei einem herkömmlichen



Für das schnelle Bild aus der Digitalkamera direkt am Point-of-Sale hat Fujifilm die FDI-Station entwickelt, die innerhalb von ein bis zwei Minuten (abhängig von der Größe) Thermo-Autochrome-Bilder der digitalen Aufnahmen ausdruckt. Sie ist in Japan auch als Selbstbedienungsautomat mit Geldeinwurf auf dem Markt. Durch die achteckige Form der Fotodioden und die diagonale Anordnung soll der Super CCD Probleme lösen, die durch die immer höhere Auflösung von Digitalkameras auftreten.



Hochmoderne CAD-Technologie mit dreidimensionaler Darstellung unterstützt die Fujifilm Ingenieure bei der Entwicklung von Digitalkameras.

Chip ab. Damit sinkt zum einen die Dynamik – in der Fotosprache könnte man auch Kontrastumfang sagen. Denn der Unterschied zwischen der größtmögli-



Norihiko Kato: „Das Wichtigste für den Verbraucher ist nicht die Technologie, sondern das fertige Bild.“

chen und kleinstmöglichen Ladung ist logischerweise geringer. Ein weiteres Problem ist der Rauschabstand. Darunter versteht man die Differenz zwischen dem eigentlichen Bildsignal und störendem Eigensignal des Sensors, die sich im Resultat durch nicht zum Bild gehörende Ladungen, elektrotechnisch Rauschen genannt, bemerkbar macht. Mit sinkender Ladekapazität wird es für die Prozessoren, die die Signale des Chips verarbeiten, immer schwieriger, zwischen dem Rauschen und dem eigentlichen Bildsignal zu unterscheiden. Nach dem augenblicklichen Stand der Wissenschaft liegt die physikalische

Grenze für einen realistischen Signal-/Rauschabstand bei einer Ladekapazität von 4.000 Elektronen.

Ein zusätzlicher negativer Effekt der hohen Pixeldichte herkömmlicher CCD-Chips ist die mit steigender Auflösung sinkende Lichtempfindlichkeit.

Bei der Entwicklung des Super CCDs gelang es den Fujifilm Forschern nach Angaben des Unternehmens, die durch die hohe Pixeldichte bei Chips mit rechteckigen, rechtwinkelig angeordneten Pixeln entstehenden Probleme zu lösen. Dazu wurde die Anordnung der

Pixel zunächst einmal um 45 Grad gedreht. Das hat den Vorteil, daß die höchste Auflösung nun in den vertikalen und horizontalen Linien des Bildes entsteht – nach dem gleichen Muster nimmt auch das menschliche Auge die Sehinformationen wahr. Gleichzeitig entschied man sich für eine achteckige Form der einzelnen Pixel – im Gegensatz zur herkömmlichen rechteckigen. Dadurch vergrößert sich bei gleicher Pixeldichte die Oberfläche – das ermöglicht eine bessere Ausnutzung des Lichtes und führt zu höherer Empfindlichkeit. Zudem können die achteckigen, waben-

förmigen Sensorelemente eine größere Menge Elektronen aufnehmen – damit verbessert sich der Rauschabstand ebenso wie der Kontrastumfang.

Fast ebenso wichtig wie die Pixel-Anordnung ist beim Super CCD der ebenfalls komplett neu entwickelte Signal-Prozessor. Dieses Bauelement wird bei der üblichen Pixel-Diskussion oft übersehen, dabei ist es für die Bildqualität von außerordentlicher Bedeutung. Hier findet nicht nur die Umwandlung der Bildinformation in digitale Signale statt, sondern auch die Verbesserung des Bildes auf elektronischem Wege. Dazu gehört nicht nur der Interpolationsprozess, bei dem zum Beispiel bei der FinePix 4700 Z die 2,4 Millionen Pixel des Super CCDs auf eine Bilddatei mit 4,3 Millionen Pixel hochgerechnet werden. Mit Hilfe eines 12 Bit Analog-Digitalwandlers und eines RGB-Amplifier werden zudem die für den Bildinhalt wichtigen Signale gezielt verstärkt und dann mit Hilfe spezieller Kompressionsalgorithmen in JPEG-Dateien umgerechnet. Für hohe Geschwindigkeit dieses Prozesses sorgt ein 32 Bit RISC Prozessor. Schnelligkeit ist gerade bei hoher Pixelzahl ein entscheidendes Qualitätsmerkmal von Digitalkameras, da hier bestimmt wird, in welchem Abstand Aufnahmen gemacht werden können. Dauerte es bei der Finepix 700 mit 1,5 Megapixeln noch 10 Sekunden, bis das Bild abge-

Digitale Bilder im Großlabor

Fujifilm ist nicht nur Japans größtes Fotounternehmen, sondern auch der führende Fotofinisher des Landes. Allein die Tochtergesellschaft Fujicolor steht für 28 Prozent Marktanteil am japanischen Bildermarkt, von dem Fuji insgesamt rund 70 Prozent für sich beansprucht.

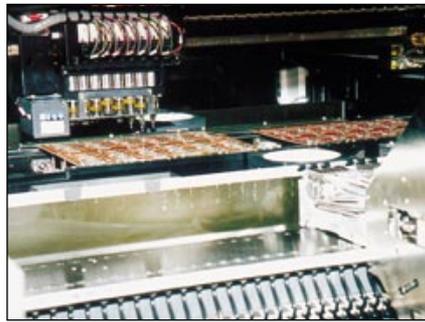
Fujicolor betreibt 10 Großlabors mit jeweils wieder eigenen Filialen in Japan und steht mit diesen Betrieben zur Zeit vor einer doppelten Herausforderung. Durch den verstärkten Einsatz von Minilabs ist der Marktanteil der Großlabors in Japan auf knapp 50 Prozent gesunken. Gleichzeitig setzt der auch im Land der aufgehenden Sonne zu beobachtende harte Preiswettbewerb den Renditen kräftig zu. „Wir arbeiten darum intensiv an Konzepten, die Wertschöpfung im Großlabor zu verbessern“, erläuterte Makoto Murakoshi, Direktor Forschung und Entwicklung bei Fujicolor. „Dabei versetzt uns die Digitaltechnologie in die Lage, ganz neue Dienstleistungen anzubieten.“ Fujicolor hat darum bereits jetzt die Anforderungen an einen vollständig digitalen Workflow im

Großlabor definiert. Denn es gilt auch für das japanische Großfinishing als ausgemacht, daß in absehbarer Zukunft jedes Bild, sei es analog oder digital aufgenommen, für die digitalen Netzwerke verfügbar gemacht werden muß. Im Klartext bedeutet dies, nach der Filmentwicklung jede Aufnahme erst einmal zu scannen. Damit dies in Großlaborkapazität möglich wird, brauche man Geräte, die eine Scangeschwindigkeit von mindestens einem Bild

Makoto Murakoshi, Direktor und General Manager Forschung und Entwicklung der Fujicolor Service Co. Ltd., erwartet große Vorteile durch den vollständig digitalen Produktionsablauf im Großlabor.



speichert war, so sind es bei der FinePix 4700 Z nur noch 2 Sekunden – bei fast dreifacher Datenmenge. Dabei konnte der Energieverbrauch durch die Super CCD Technologie um bis zu 70 Prozent reduziert werden. Der technische Fortschritt, der sich hinter diesen Fakten verbirgt, wird deutlich, wenn man sich vor Augen hält, daß Digitalkameras der ersten Generation mit nicht weniger als sieben Signalprozessoren ausgestattet werden mußten. Heute sind es dagegen nur noch zwei: ein Analog-/Digitalwandler und ein integrierter digitaler Signalprozessor. Trotz seiner großen Vorteile, so betonten die Verantwortlichen bei Fujifilm, sei der Super CCD nur ein Qualitätselement bei Digitalkameras. Besonders wichtig für die endgültige Bildqualität ist beispielsweise das Objektiv. Zum einen muß es außerordentlich hohe Auflösung gewährleisten: Steht im Kleinbildformat eine Fläche von 24 x 36 mm für die Bildinformation zur Verfügung, müßte zur Erzielung derselben Qualität die gleiche Anzahl von Linien bei einem 1/2-Zoll Chip auf einer um ein Vielfaches kleineren Fläche erreicht werden. Zudem sollten die Objektive nicht zu groß werden und in ihrer Farbkorrektur auf den Charakter des CCD Chips abgestimmt sein. Durch seine hohe Lichtempfindlichkeit ermöglicht der Super CCD Objektiv vergleichsweise geringerer Baugröße als ein herkömmlicher CCD Chip.



Moderne Industrie-Roboter bestücken die Leiterplatten für Digitalkameras automatisch mit rasender Geschwindigkeit. Die Ausschußrate lag im vergangenen Monat bei ganzen 52 Einheiten pro Million Bauelemente.



Wegen des geringeren Kontrastumfangs im Vergleich zum fotografischen Film ist darüber hinaus eine besonders präzise Steuerung der Belichtungszeiten erforderlich. Schließlich läßt sich das große Schärfepotential hochauflösender CCDs nur mit einem entsprechend hochentwickelten Autofocus-System ausnutzen.



Hinzu kommen weitere Qualitätsmerkmale, die eine Digitalkamera erst zu einem erfolgreichen Produkt machen: Dazu gehören ein vernünftiger Energieverbrauch ebenso wie Bedienungsfreundlichkeit, kompakte Bauweise und ansprechendes Design.

Großes Zukunftspotential

Trotz der inzwischen großen Stückzahlen verkaufter Digitalkameras sollte man nicht vergessen, daß diese Technologie erst am Anfang ihrer Entwicklung steht. Für die Zukunft sieht man bei Fujifilm darum noch großes Verbesserungspotential. So machen

pro Sekunde bei einer Auflösung von 3.000 x 2.000 Pixeln realisieren, betonte Murakoshi. Damit könne allerdings der gesamte Arbeitsablauf positiv beeinflusst werden. Sind die Bilder digitalisiert, können unterschiedliche Produkte wie Nachbestellungen, Bild-vom-Dia, Prints von digitalen Aufnahmen usw. im selben Produktionsablauf hergestellt werden. Neben der traditionellen Herstellung von Prints sehen die Verantwortlichen dabei neue Möglichkeiten zur Wertschöpfung in fertigen Albumseiten, Bildern mit Rahmen, Grußkarten, individuellen Bildprodukten und Funartikeln wie Tassen, T-Shirts usw. Dazu kommen digitale Dienstleistungen wie das Abspeichern der Bilder auf CD oder DVD oder das Hochladen ins Internet.

Eigene digitale Hochgeschwindigkeitsprinter

Zur rationellen Herstellung der digitalisierten Bilder oder der Aufnahmen aus digitalen Quellen hat Fujicolor eigene Hochgeschwindigkeitsprinter entwickelt, mit denen die Bits und Bytes auf Fotopapier belichtet werden. Sie arbeiten mit LCD-Technologie und haben eine fünffach größere Kapazität als die augenblicklichen Frontier Minilabs. So läßt sich eine fünfstellige Printzahl im Format 10 x 15 cm pro Stunde realisieren. Für die Zukunft gibt Makoto Murakoshi vor allem

Mit zusätzlichen Produkten wie Albumseiten, Kaffeetassen oder individuellen Grußkarten will Fujicolor in Japan die Wertschöpfung im Großlabor-Geschäft verbessern.



den Digitalkamera-Herstellern Hausaufgaben mit auf den Weg. Man brauche dringend, so betonte der Manager, für die japanischen Fujicolor Großlabors einen Standard für die Verarbeitung digitaler Bilder. „Zur Zeit kommt es immer wieder vor, daß wir Dateien nicht lesen können oder dafür zu viel Zeit brauchen.“ Mit der wachsenden Bedeutung von Digitalkameras in den kommenden Jahren sei aber auch, so Murakoshi, mit einer Lösung dieser Anfangsprobleme zu rechnen.

sich die entscheidenden Vorteile des Super CCDs um so stärker bemerkbar, je höher die Auflösung des entsprechenden Bildsensors ist. Weil mit steigender Pixelzahl die extrem kleinen herkömmlichen Sensoren die erwähnten negativen Effekte in immer stärkerer Form zeigen, kommt dann die posi-

Zudem steht die Verbesserung der Farbwiedergabe bei der Digitalfotografie ganz oben auf der Wunschliste der Fujifilm Experten. Dabei geht es nicht nur darum, daß die Farben meßtechnisch korrekt wiedergegeben werden. Bei Fujifilm arbeitet man zusätzlich an Methoden zur Farbbalance, bei denen

Preis-/Leistungsverhältnis, wenn es darum geht, die digitalen Bildinformationen aufs Papier zu bringen. Paraded Pferd im Fuji-Stall sind dabei die digitalen Frontier Minilabs, die sich dank ihrer hochentwickelten Lasertechnologie und raffinierter Bildverbesserungsalgorithmen durch ein besonders hohes Qualitätsniveau auszeichnen. Für das schnelle Bild zu Hause oder im Foto-geschäft präferiert Fujifilm das Thermo-Autochrome-Verfahren. Norihiko Kato: „Es bietet gute Bildqualität bei problemlosem Handling. Die farbgebenden Elemente sind in einem einzigen Blatt konzentriert, so daß das Bild abfallfrei und ohne den Einsatz von Chemikalien hergestellt werden kann.“ Die Inkjet-Technologie ist nach Ansicht von Fujifilm vor allem für den professionellen Bereich geeignet. Hier ist das Unternehmen als Anbieter entsprechender Materialien ebenfalls aktiv. Bei der kurzen Geschichte der Digitalfotografie ist noch immer weitgehend unbekannt, wie viele Verbraucher von digitalen Print-Dienstleistungen Gebrauch machen. Marktuntersuchungen von Fujifilm in Japan haben ergeben, daß 10 bis 15 Prozent der Besitzer digitaler Kameras inzwischen solche Dienstleistungen ausprobiert haben. Durch Marketing-Maßnahmen und attraktive Produkte wie die kompakte FDI Printstation will Fujifilm diesen Markt weiterentwickeln.



Fünf Millionen Digitalkameras sollen im kommenden Jahr im Fujix Werk in der Nähe von Sendai produziert werden.

tive Seite des Super CCDs, gerade im Hinblick auf den Rauschabstand und die höhere Lichtempfindlichkeit, stärker zur Geltung.

Zur weiteren Verbesserung ist zum Teil noch ausgesprochene Grundlagenforschung zu betreiben. So arbeiten die Fujifilm Forscher zur Zeit an einem praktikablen Meßverfahren zur Ermittlung des optimalen Rauschabstandes, der nicht nur im Labor gute Werte erzielt, sondern auch den Sehgewohnheiten des menschlichen Auges entspricht. Dieser Parameter ist nicht nur zur Vermeidung der leidigen Artefakte wichtig, sondern bestimmt auch die späteren Möglichkeiten der elektronischen Bildverbesserung. Einfach gesagt: Wenn die Bildinformation zu viele störende Elemente enthält, werden diese bei der digitalen Verstärkung der bildwichtigen Signale gleich mit verstärkt. Auch hier verspricht man sich von den Vorteilen des Super CCDs bessere Ergebnisse.

das Bildresultat dem Geschmack der Verbraucher besonders entspricht. Das Vorhaben gleicht dem der Entwicklung moderner Colornegativ-Filme: Auch diese geben zum Beispiel Hauttöne nicht unbedingt wirklichkeitsnah wieder, sondern in einer Weise, wie die Verbraucher sich selber auf dem Bild sehen wollen.

Am Ende zählt das Bild

Norihiko Kato hat keinen Zweifel, daß der Wunsch der Verbraucher nach einem guten Print auch bei digitalen Bildern genauso groß ist wie bei herkömmlichen. Die Silberfotografie bietet nach Ansicht der Fujifilm Verantwortlichen nach wie vor das beste

3 Millionen Kameras im Jahr

Ein Besuch in der Fujix Kamerafabrik in der Nähe von Sendai gibt einen lebendigen Eindruck, wie die beschriebenen Technologien in Produkte umgesetzt werden. Auf einer Produktionsfläche von 13.000 qm produzieren hier 500 Mitarbeiter zur Zeit rund 8.000

Die Montage der Digitalkameras erfolgt im Fujix Werk in Gruppen, die für die einzelnen Produktionsschritte von der Montage des Super CCDs bis zur Qualitätskontrolle verantwortlich sind.



Digitalkameras am Tag. Das summiert sich für das laufende Jahr auf einen Ausstoß von 3 Millionen Stück. Für das kommende Jahr will Fujifilm dem Marktwachstum durch eine Kapazitätsausweitung auf 5 Millionen Digitalkameras Rechnung tragen.

Gearbeitet wird in zwei 12-Stunden-Schichten 24 Stunden am Tag. Das Personal besteht vorwiegend aus Brasilianern japanischer Abstammung, die sich einige Jahre in der Heimat ihrer Vorfahren aufhalten, um die Grundlage für zukünftigen Wohlstand zu Hause zu legen. Sie arbeiten nicht am Fließband, sondern in kleinen Gruppen, die für einzelne Produktionsschritte verantwortlich sind.

Die Herstellung der elektronischen Bauelemente erfolgt im wesentlichen durch Roboter. Sie setzen nicht weniger als 100 Millionen Teile pro Monat auf die Leiterplatten von Digitalkameras. Der Qualitätsstandard ist außerordentlich hoch: Im vergangenen Monat betrug der Ausschuß genau 52 Einheiten pro Million Bauelemente – ein beeindruckender Wert für die gerade zehn Jahre alte Produktionsstätte, die Ende 1990 als erste Fabrik der Welt für Digitalkameras den Betrieb aufnahm.

Eigene Chip-Produktion

Direkt gegenüber der Fujix Kamerafabrik liegt die Tochtergesellschaft Fujifilm Microdevices – sozusagen das Silicon Valley des Fujifilm Konzerns. Hier entstehen die Sensor-Chips für die Digitalkameras – und hier wurde der Super CCD erfunden.

Das Unternehmen startete im Jahre 1991 mit der Produktion des ersten 390.000 Pixel CCDs für die erste Fujifilm Digitalkamera DS 100. Schon damals gelang hier in Sendai ein



Akira Kashiwagi, Präsident der Fujifilm Microdevices Co. Ltd. Diese Tochtergesellschaft von Fujifilm ist für die Produktion der CCDs verantwortlich. In Zukunft will das Unternehmen 25 Prozent des Weltmarktbedarfs für Megapixel-Chips produzieren.

Meilenstein: der erste CCD-Chip mit eingebautem Prozessor für die JPEG Kompression.

Die eigentliche Chip-Produktion ist für Besucher nicht zugänglich. Sie ist eine absolute High-Tech-Angelegenheit und muß nicht nur unter absoluten Reinraum-Bedingungen stattfinden, sondern verlangt auch die Einhaltung enger Toleranzen bei Temperatur und Luftfeuchtigkeit. Schon die geringste statische Elektrizität kann einen CCD-Chip während der Produktion unbrauchbar machen. Die eigentliche Herstellung der lichtempfindlichen Chips erfolgt auf fotolithografischem Wege mit Waver Steppern. Die Waver – runde Siliziumscheiben – enthalten je nach Chipgröße mehrere Dutzend CCDs, die nach der Produktion in streng kontrollierter Umgebung unter Wasser auseinandergesägt werden. Das flüssige Element soll dabei das Ent-

stehen unerwünschter elektrischer Aufladungen verhindern. All das ist leichter gesagt als getan. Ein CCD-Chip besteht aus 30 Schichten und erfordert bei der Fertigung unglaubliche Präzision. Das gilt für die Projektion des Chip-Musters ebenso wie für den anschließenden „Fixierungsprozeß“, bei dem ähnlich wie beim Foto die nicht vom Licht getroffenen Teile der Beschichtung entfernt werden. Anschließend werden die Farbfilter und die Mikrolinsen, mit denen jedes einzelne Pixel ausgestattet ist, aufgebracht. 400 Mitarbeiter produzieren bei Fujifilm Microdevices zur Zeit 100.000 CCDs im Monat. Neben dem großen Fabrikgebäude arbeiten die Bagger: Für die Zukunft plant Fujifilm, 25 Prozent des Weltmarktbedarfs für Megapixel-Chips in der Fabrik in Sendai zu produzieren. Ein Besuch bei der Electronic Imaging Division von Fujifilm in Japan zeigt in beeindruckender Weise, was für ein großer Apparat hinter der dynamischen Entwicklung der Digitalfotografie steht. Die junge Technologie stellt die Ingenieure dabei immer wieder vor neue Herausforderungen und erfordert nicht nur die rasche Entwicklung von Problemlösungen, sondern gleichzeitig schnelle Grundlagenarbeit zur Entwicklung von Meßverfahren und Qualitätsparametern. Durch die umfassende Kompetenz im eigenen Unternehmen fühlt sich Fujifilm für diese Herausforderung hervorragend gerüstet. Die faszinierenden Technologien, die dabei eingesetzt werden, sind jedoch auch für ihre Entwickler nur Mittel zum Zweck, denn am Ende, so weiß Norihiko Kato, interessieren sich die Verbraucher weniger für technische Einzelheiten, sondern für das Endresultat: gelungene Bilder.



Hausmesse bei Foto Quelle

Die Vorstellung des 1. Deutschen Bilderkongresses und die Einführung der neuen Revuefilm-Generation standen im Mittelpunkt der Hausmesse bei Foto Quelle. Weitere Themen waren Erfolgsgeschichten neu positionierter Partner, die Darstellung des Revue Sortiments und natürlich viele Neuheiten der Industriepartner, die wenige Wochen zuvor auf der photokina 2000 in Köln erstmals der Öffentlichkeit präsentiert worden waren.



Zahlreiche interessierte Zuhörer fanden sich, als das Konzept des „1. Deutschen Bilderkongresses“ vorgestellt wurde.

Um das Laborgeschäft für den Händler an seinem Standort zu optimieren, hat Foto Quelle für seine Partner den „1. Deutschen Bilderkongress“ ins Leben gerufen. Ziel der Veranstaltungen ist es, gemeinsam mit den Franchise-Partnern und dem Erfolgstrainer Peter Lorenz Konzepte zu erarbeiten, die das Film- und Bildergeschäft forcieren, um sich damit im Rahmen der Marktveränderungen neu zu positionieren. Auf der Hausmesse wurde den Besuchern das Konzept dieser Bilderkongresse vorgestellt. Mitte November fanden die Veranstaltungen dann in sechs deutschen Städten statt.

Mit einer neuen Kristalltechnologie präsentiert sich die aktuelle Filmgeneration von Foto Quelle. Verbesserte Körnigkeit, erhöhter Empfindlichkeitsspielraum und präzisere Farben sind die positiven Eigenschaften, die diese optimierte Kristalltechnologie mit sich bringt. Gleichzeitig mit der Einführung der neuen Filmgeneration nahm das Unternehmen – als erste Han-

delsmarke im deutschen Markt – einen Film mit der Empfindlichkeit ISO 800 ins Programm. Mit der Sortimentserweiterung stehen den Foto Quelle Kun-



Auf der Messe wurde die neue Digitalbroschüre „Probier's mal digital!“ vorgestellt.

den jetzt Revue Filme für die unterschiedlichsten fotografischen Anwendungen bereit.

Das Verpackungsdesign wurde modernisiert und erfüllt jetzt eine hohe Funktionalität. Klar gegliedert zeigen sich die Marke und der Produktname Revue Color, die Aufnahmezahl und die Empfindlichkeitsangabe. Zusätzlich signalisiert eine farbliche Kennung der ISO-Zahl in Verbindung mit einem Fototyp dem Kunden den richtigen Einsatzzweck. So erhielt der Revue Color 100 Film den Namen „Sunshine“, 200 steht für „Allround“, 400 für „Action“ und 800 für „Zoom“.

Das neue Verpackungsdesign wird durch die Hausfarbe Blau dominiert. Verschiedene Bildmotive auf der Verpackung steigern die Attraktivität. Neu wurde auch der Revue Diafilm gestaltet. Foto Quelle will die neue Filmgeneration Anfang 2001 mit einer großen Promotionkampagne in den Markt einführen.

Rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft stellte Foto Quelle seine neue „Funbroschüre“ vor, die dem Verbraucher Anregungen und Ideen rund um das Bild gibt. Darüber hinaus wurde zur Hausmesse unter dem Motto „Probier's mal digital!“ auch die neue Digitalbroschüre präsentiert. Sie gibt einen umfassenden und auf die Bedürfnisse des Endkunden abgestimmten Überblick über digitale Bilddienstleistungen. Themen sind unter anderem der Internet Print Service und das Renditethema digitale Paßbilder.

Das neue Ladenkonzept von Foto Quelle hat sich mittlerweile im Markt etabliert. Hierzu zeigte das Unternehmen die Erfolge der neupositionierten Partner auf. Moderne Warenpräsentationen, klare Kundenbotschaften, strukturierte Raumaufteilung und eine innovative Sortimentspolitik sind die Eckpfeiler des Konzeptes. Analog dazu stellte Foto Quelle schließlich auch Lösungen für kleinere Geschäfte vor, die speziell in der Nahversorgung das Film- und Bildergeschäft tätigen. Für diese kleineren Formate steht jetzt eine speziell entwickelte Drei-Meter-Theken-Variante bereit.

DER MENSCH IST NICHT FÜRS WARTEN GEMACHT.



speedw@y_DSL

// Ihre Highspeed-Internet-Standleitung für modernste Breitbandanwendungen – bis zu 35-mal schneller als ein ISDN-Kanal. //

Langeweile kann zu Stress werden. Und den braucht kein Mensch. Gut, dass es speedw@y-DSL gibt. Damit kann man große Datenmengen extrem schnell versenden und empfangen – mit bis zu 2,3 Mbit/s. Und darüber hinaus wird mit speedw@y-DSL Multimedia endlich Realität. Nutzen Sie Breitbandanwendungen wie Video-Konferenz, Business-TV, E-Commerce und Virtual Private Network. Lange genug gewartet?

08 00 - 22 55 772 (CALL QSC) oder www.qsc.de


QSC
the power behind

Canon will Marktführer für Netzwerk-Imaging werden

Expo zeigte neue Welten



Die Canon Expo 2000 wurde mit einer imposanten Laserschau von Repräsentanten des Top Managements eröffnet (v. l.): Tsuneo Hara, Canon France, Fujio Mitarai, Präsident/CEO Canon Inc., Hajime Tsuruoka, Präsident Canon Europe N.V., und Jean-Louis Gregoire, Direktor Canon France. Die Laserstrahlen führten nicht nur in den Hallen des Louvre, sondern auch auf dem Foto zu interessanten Effekten.

Paris, Le Carrousel du Louvre, 30. Oktober 2000: Vor der Ausstellungsfläche in den Arkaden unter dem größten Museum der Welt drängen sich einige tausend Menschen: Fujio Mitarai, Präsident/CEO der Canon Inc., Tokio, eröffnet die Canon Expo 2000. In einer beeindruckenden High-Tech-Schau will der Technologie-Konzern zahlreichen geladenen Gästen aus ganz Europa die Zukunft des Bildes in den Imaging-Netzwerken der Zukunft demonstrieren.

Wenige Wochen nach der photokina ging es nicht um die Präsentation neuer Produkte, die jetzt oder morgen auf

den Markt kommen sollen. Die Canon Expo 2000, die in Paris nach ihrer Premiere in New York ihre zweite Station machte und im November in Tokyo präsentiert wird, sollte vielmehr das Bekenntnis von Canon zum Internet der nächsten Generation und die damit verbundenen Möglichkeiten im Bereich der Produktentwicklung unterstreichen. Im Mittelpunkt standen netzwerkorientierte Lösungen, die durch innovative Anwendungen und hohe Bedienerfreundlichkeit die Anwendung von Digitaltechnik in verschiedenen Lebensbereichen im Büro oder zu Hause neu definieren sollen.

Kamera mit Drucker

Natürlich gab es auch das eine oder andere Produkt, das in Kürze auf den Markt kommen könnte. Dazu gehört zum Beispiel eine kompakte Digital-

kamera mit eingebautem Inkjet-Drucker. Innerhalb von einer Minute stellt das Gerät ein scheckkartengroßes Sofortbild von der digitalen Aufnahme her, das gegebenenfalls auch den mit dem Foto aufgezeichneten Ton in Form eines Barcodes enthält. Er kann mit einem als Zubehör erhältlichen kleinen Lesegerät abgespielt werden. Über technische Einzelheiten, einen möglichen Liefertermin oder Preis gab es noch keine Informationen.

Das gleiche gilt für einen innovativen Bildschirm, der ohne Hilfsmittel einen dreidimensionalen Bildeindruck ermöglicht. Besonders für Computerspiele oder Präsentationen im Internet ist dies ein sehr interessantes Gerät, zumal Canon auf der Millenniumsausstellung auch ein Verfahren demonstrierte, anhand mehrerer Digitalfotos auf elektronischem Wege dreidimensionale Abbildungen des Motivs zu erzeugen. Damit kann zum Beispiel in einem Internet-Shop ein Produkt gedreht und von allen Seiten betrachtet werden.

Netzwerk mit und ohne Kabel

Für die schnelle Übertragung von Daten, Dokumenten oder Bildern rund um die Welt innerhalb einer Firma oder auch im trauten Heim demonstrierte Canon in Paris verschiedene Netzwerk-Lösungen, die zum Teil sogar ohne Kabel auskommen. Dabei geht es dem Unternehmen darum, die Voraussetzungen für die Anwender zu schaffen, rund um die Welt auf jedes persönliche Dokument schnell und sicher zugreifen zu können. Für besonders sicherheitsrelevante Anwendungen wurde dabei



eine Netzwerk-Dienstleistung dargestellt, bei der die Dokumente zunächst auf einen Canon-Server übertragen werden. Der Empfänger erhält dann eine Nachricht, unter welcher Adresse er auf die Daten zugreifen kann.

Als einer der weltgrößten Hersteller von Druckern und Kopierern betrachtet Canon Netzwerke für Printanwendungen – besonders im gewerblichen Bereich – als wichtiges Geschäftsfeld. Damit will der Hersteller die Voraussetzungen für komfortables Printing-on-Demand schaffen, bei dem Drucksachen in kleinen oder mittleren Auflagen vollständig individualisiert hergestellt werden können.

Bei kabellosen Netzen setzt Canon auf zwei unterschiedliche Standards. Be-



Die drahtlose Verbindung von Digitalkamera und Drucker mit Hilfe des Bluetooth Standards wurde auf der Canon Expo live demonstriert.

sonders für gewerbliche Anwendungen in Unternehmen, wo Daten über verschiedene Stockwerke übertragen werden sollen, bietet der DECT-Standard komfortable Voraussetzungen. Dieser Standard wird heute zum Beispiel bei drahtlosen Telefonen für Festnetz-Anwendungen eingesetzt. Mit einer Übertragungsrate von 540 Kbps ist DECT ebenso dafür geeignet, Druckaufträge vom Computer zum Drucker abzusenden oder kabellos auf das Internet zuzugreifen. Besonders Letzteres ist

Zusätzliche Investitionen von zehn Milliarden US-\$ geplant

In einer Ansprache zur Eröffnung der Canon Expo 2000 hat Fujio Mitarai, Präsident/CEO der Canon Inc., die Strategie des Unternehmens erläutert, zum führenden Anbieter für die Imaging-Netzwerkwelten des 21. Jahrhunderts zu werden.

Um dies zu realisieren, startete Canon bereits 1996 den „Excellent Global Corporation Plan“, um sich als international organisiertes Unternehmen weltweit richtig aufzustellen. Heute werden 71 Prozent des Konzern-Umsatzes von 26 Milliarden US-\$ außerhalb Japans erzielt. Jeweils ein Drittel davon entfällt auf Europa und Amerika. Trotz des starken Yen erwartet Canon für dieses Jahr einen Gewinn von 1,2 Milliarden US-\$. In den letzten Jahren wurde die Finanzstruktur des Konzerns spürbar verbessert und die Eigenkapitalquote deutlich angehoben.

Mit dem kommenden Jahr will Fujio Mitarai die zweite Phase des „Excellent Global Corporation Plan“ starten: „Das kommende Jahrhundert wird von der Entstehung einer neuen Welt drahtloser Kommunikation geprägt sein“, betonte Mitarai. Das bedeute einen gewaltigen Markt. 1999 hatte der Weltmarkt für Kameras (einschließlich Digitalkameras) ein Volumen von zehn Milliarden US-\$. Zusammen mit Printern und Verbrauchsmaterialien ergibt sich eine Marktgröße von 25 Milliarden

US-\$. Für die kommenden drei Jahre sollen Geräte und Dienstleistungen in Verbindung mit dem Internet dieses Marktvolumen auf 60 Milliarden US-\$ steigern. Mit innovativen Chip-Technologien, zum Beispiel CMOS-

Sensoren für Digitalkameras, der Verbesserung der Inkjet-Technologie und drahtlosen Systemen wie Bluetooth will Canon an dieser Entwicklung teilhaben.

Noch dynamischer, so Mitarai, werde die Entwicklung in der Bürokommunikation verlaufen. Eingabe- und Ausgabegeräte standen im vergangenen Jahr nach Einschätzung von Mitarai für ein weltweites Umsatzvolumen von 100 Milliarden US-\$. In drei Jahren, so betonte der Canon-Präsident, sei durch die neuen Netzwerk-Technologien mit einer Steigerung auf 300 Milliarden US-\$ zu rechnen. Für die neuen Anwendungen sollen die Canon Forschungszentren in aller Welt die entsprechenden Produkte entwickeln. Wenn man die Möglichkeiten des Industriegeschäfts und der Medizintechnik hinzu rechne, seien die Wachstumsmöglichkeiten nahezu unbegrenzt.

Um davon zu profitieren, hat Canon ein ehrgeiziges Investitionsprogramm aufgelegt, bei dem der normale Forschungs- und Entwicklungs-etat von drei Milliarden US-\$ in den nächsten drei Jahren deutlich erweitert wird. Allein zwei Milliarden US-\$ sollen in diesem Zeitraum

zusätzlich in die Entwicklung von Imaging-Systemen investiert werden. Hinzu kommen drei Milliarden US-\$ für Netzwerk-Technologien und zwei Milliarden US-\$ für die weitere Verbesserung der Organisation der Canon Gruppe einschließlich der Entwicklung neuer Allianzen. Mit diesen Beträgen will der Canon-Chef ein



Fujio Mitarai, Präsident/CEO der Canon Inc.

klar definiertes Ziel erreichen, das sich heute schon im Werbeslogan für Canon – Imaging Across Networks – ausdrückt: weltweit die Nummer eins unter den Anbietern für Imaging-Netzwerk-Technologien zu werden.

Kooperation von Canon und Ericsson

Unmittelbar nach der Canon Expo 2000 in Paris gaben Canon Inc. und Canon Europa N.V. eine strategische Zusammenarbeit mit Ericsson Mobile Communications AB bekannt. Dabei geht es um den Austausch und die Verwaltung von digitalen Bildern zwischen Digitalkameras und mobilen Systemen. Das Canon Research Center France SA, eines der Forschungs- und Entwicklungszentren von Canon auf europäischem Boden, soll bei der Entwicklung der notwendigen Technologien eine Schlüsselrolle einnehmen.

Ziel der Zusammenarbeit ist es, Standards für drahtlose digitale Anwendungen voranzutreiben und zu fördern. So sollen anwendergerechte Lösungen für die Mobilfunkstandards GSM, GPRS, Edge und 3G entwickelt werden. Dabei kommen Trägertechnologien wie Bluetooth und WAP zum Einsatz.

Sowohl Digital Imaging Produkte als auch mobile Systeme sind zwei schnell wachsende Marktsegmente. Dabei haben Marktanalysen von Ericsson ergeben, daß Imaging-Anwendungen aus der Sicht der Kunden zu den bevorzugten Einsatzmöglichkeiten von mobilen Geräten der Zukunft gehören werden. Mit neuen Technologien wird die einfache, schnelle und zuverlässige Bildübertragung von digitalen Kameras, zum Beispiel an multimediafähige Handys oder Laptops, möglich. Die Anwender sind dann in der Lage, direkt über das Internet zu kommunizieren und Bilder nicht nur zu verwalten, sondern auch zusammen mit Sprach- oder Textnachrichten zu versenden.

Erste Systeme, die aus der Zusammenarbeit von Canon und Ericsson entstehen, sollen voraussichtlich im nächsten Jahr der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Bereits jetzt wird über eine Ausweitung der Zusammenarbeit auf den Bereich der digitalen Drucker nachgedacht.

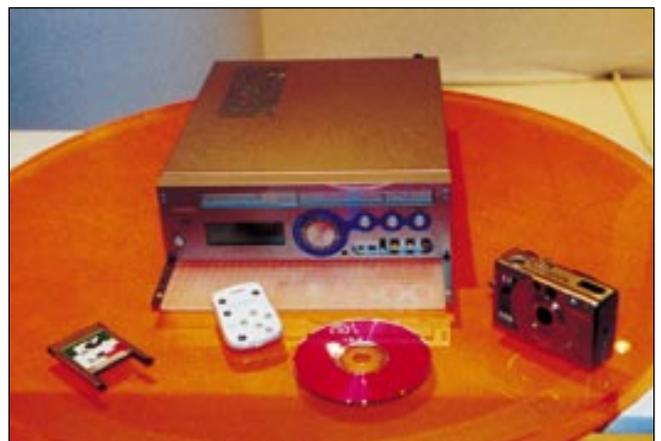
auch für Heimanwendungen interessant, wenn der Computer in einem Raum ohne Telefonanschluß steht.

Für Kurzstrecken-Verbindungen zwischen einzelnen Geräten setzt Canon auf den neuen Standard Bluetooth, der in der Unterhaltungselektronik kurz vor der Marktreife steht. Mit Bluetooth können Bilder kabellos direkt von einer Digitalkamera auf den Drucker oder ein Mobiltelefon übertragen werden, und zwar mit hoher Geschwindigkeit. In diesem Zusammenhang ermöglicht der



Mit User Interface Cards, die in eine neuartige Fernbedienung eingeschoben werden können, ist der Zugang zu bestimmten Internetseiten auf Knopfdruck möglich.

Könnte zur Zentrale von Unterhaltungselektronik und Entertainment im Heim der Zukunft werden: die Intelligent Home Station, ein neuartiger Server, in dem die Anwender alle ihre wichtigen Daten – digitale Bilder, Musik, Dokumente etc. – unterbringen können. Intelligente Software soll dabei das leichte Finden gewährleisten.



neue, unter anderem von Canon, Hewlett-Packard und Ericsson entwickelte JPEG 2000 Standard eine Optimierung der Bilddateien, da er bei gleicher Kompressionsdichte eine Reihe von Verbesserungen wie progressive Übertragung, höhere Auflösung bestimmter Bildabschnitte und bessere Bildqualität bietet. Durch eine Optimierung der Kompressionsalgorithmen haben Mitarbeiter des Canon

Forschungszentrums jetzt erreicht, daß dieses Format auch für Anwendungen mit geringem Speicherplatz geeignet wird. Das ist besonders im Zusammenhang mit Bildern im Internet ein deutlicher Fortschritt.

Ein wichtiges Ziel der Canon Netzwerk-Technologie besteht darin, unterschiedliche Datenformate wie Text und Bilder zusammenzuführen und ihre schnelle Übertragung zu gewährleisten. Für Anwendungen im Bereich der Unterhaltungselektronik demonstrierte Canon sogar ein Heim-Video-Netzwerk, das gleichermaßen für die Übertragung analoger und digitaler Daten geeignet ist. Damit können vorhandene, analoge Geräte wie etwa Fernseher und Videorekorder im selben Netzwerk wie digitale Produkte – zum Beispiel PCs, Settop-Boxen, Digitalkameras, digitale Camcorder usw. – genutzt werden.

Bedienerfreundlich: Interaktive Gerätesteuerung

Die durchaus komplexen digitalen Technologien zukünftiger Netzwerk-Welten stellen beim augenblicklichen Stand der Technik die Verbraucher vor hohe Anforderungen. Darum widmet sich Canon intensiv der Entwicklung bedienerfreundlicher Systeme, die

auch ohne Computerkenntnisse beherrschbar sind. Ein Weg dazu ist die Sprachsteuerung von Geräten – ein Forschungsfeld des Canon Research Center Europe in Gildford, England. So können mit der „UCanTalk“-Technologie, die sich auch für Geräte mit geringer Prozessorleistung eignet, Namen oder Telefonnummern per Sprachbefehl eingegeben werden. Auch die Steuerung von Computern

Alle reden von digital wir haben die Lösung!



Von analog zu digital
die IMAGE CD

“Echt-Fotos” von allen
digitalen Datenträgern

“Echt-Fotos” vom
DIGITAL TERMINAL

“Echt-Fotos”
via INTERNET

...neugierig!

Ihre Möglichkeit für
“grenzenlosen Erfolg”
www.photouniverse.de
• Händler Layout
• Händler Shop
• Händler Börse

... besuchen Sie uns auf der Photokina:
Halle 3.1 Gang N-P Stand 28

- | | | | |
|--------------------|---------------------------|--------------------|-------------------------|
| • V-DIA Heidelberg | • Dischingerstr. 8 | • 69123 Heidelberg | • Tel.: 06221/77 31 29 |
| • Rhein-Main Color | • Gräsiger Weg 7 | • 65719 Wallau | • Tel.: 06122/80 27 45 |
| • ELB-Color | • Zaschendorfer Straße 83 | • 01662 Meißen | • Tel.: 03521/75 99 10 |
| • PrintPartner | • Langenscheidtstraße 7 | • 99867 Gotha | • Tel.: 03621/30 50 0 |
| • Spree Color | • Nalepastraße 208 | • 12459 Berlin | • Tel.: 030/53 89 66 27 |



UNTERNEHMENSGRUPPE

FÜR UNS ZÄHLT IHR ERFOLG.

soll mit der Stimme einfacher werden. So hat Canon eine auf natürlicher Sprache beruhende Suchmaschine für das Internet entwickelt. Die „Natural Language Technology“ erkennt die Bedeutung eines vom Anwender eingegebenen Satzes und überprüft ihre Übereinstimmung mit Sätzen in der durchsuchten Datenbank. Damit können Inhalte erheblich präziser lokalisiert werden als durch einfache Suchbegriffe. Canon demonstrierte diese Technologie mit einer einzigartigen Schnittstelle für digitale Foto-Datenbanken. Bisher war das Finden bestimmter Bilder in großen Dateien wenig komfortabel, weil für jedes Bild zuvor bestimmte Schlüsselwörter definiert werden mußten. Das Canon ANVIL System vergleicht dagegen die Anfrage mit den vorhandenen Titeln der Bilder und plazierte das Ergebnis mit der größten Übereinstimmung in der Mitte des Bildschirms. Alternativen mit einem geringeren Übereinstimmungsgrad werden um dieses Bild herum gruppiert. Die Auswahl erfolgt dann durch einen einfachen Doppelklick.

Internet per Fernbedienung

Mit den neuen User Interface Cards könnte Canon eine völlig neue Dimension der Bedienerfreundlichkeit für Internet-Anwendungen schaffen. Dabei handelt es sich um eine Kombination



Eine Digitalkamera mit eingebautem Inkjet Printer stieß auf besonders großes Interesse bei den Messebesuchern.

der bekannten Smart Cards mit einer neuartigen Fernbedienung. Das handliche Gerät, das in der Preisklasse einer normalen Fernbedienung liegt, verfügt anstelle der normalen Tasten über ein Sichtfenster, unter das unterschiedliche Smart Cards geschoben werden können. Die Anwendungen sind vielfältig: Wenn man sich einen Internet-Zugang über eine Settop-Box am Fernsehgerät vorstellt, können mit den entsprechenden Karten per Fernbedienung bestimmte Adressen sofort auf den Bildschirm gebracht werden. Gibt ein Kunde zum Beispiel einen Film

im Fotogeschäft zum Entwickeln, Digitalisieren und Hochladen ins Internet ab, erhält er von seinem Fotohändler eine solche Smart Card. Diese schiebt er in die erwähnte Fernbedienung und kann durch einfaches Drücken auf das entsprechende Symbol auf der Karte seine Bilder über das Internet aufrufen. Mit derselben Karte ist dann auch eine weitergehende Nutzung möglich, zum Beispiel das Versenden der Bilder per E-Mail, das Bestellen von Prints usw. In ähnlicher Weise sind Smart Cards für Internetshops ebenso denkbar wie zum Abrufen bestimmter Unterhaltungsprogramme, zum Beispiel TV-on-Demand, ohne daß der Anwender seinen Wohnzimmerstuhl verlassen mußte. Canon ist sich darüber im klaren, daß solche Technologien nur in Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen durchgesetzt werden können. Ichiro Endo, Senior Managing Director der Canon Inc. Corporated, betonte in einem Vortrag in Paris die Wichtigkeit der Zusammenarbeit führender Industrieunternehmen. Dabei schloß er selbst Allianzen mit Wettbewerbern nicht aus.

Auf der Canon Expo in Paris wurde in diesem Zusammenhang bekanntgegeben, daß der Computergigant IBM eine Lizenz für die Canon Sprachsteuerungs-Technologie UCanTalk erworben hat.

i+fc Nachrichten

Canon lädt Händler zu Grundlagen-Workshops

Von A wie Autofocus bis Z wie zweiter Vorhang reicht das Themenspektrum der EOS-Grundlagen-Workshops, zu denen Canon an sechs Terminen im Januar und Februar 2001 einlädt. Angesprochen sind Partner aus dem Fotohandel, die zwar schon über eine gewisse Erfahrung mit Spiegelreflexkameras verfügen, sich mit den speziellen EOS-Techniken aber nicht oder nicht gut auskennen. Am Beispiel der EOS 300 sollen sowohl die Funktionen von Zeit und Blende als auch Zusammenhänge von Autofocus, Belichtungs- und Blitzmessung theoretisch behandelt und auf Agfachrome Filmen in die

Praxis umgesetzt werden. Zur sofortigen Kontrolle werden die belichteten Diafilme vor Ort in Tetenal Chemie entwickelt. Die Termine und Orte:

- 16.-18.1.: Rauenberg, Der Seehof
- 23.-25.1.: Porta Westfalica, Der Winzerhof
- 30.1.-1.2.: Ratzeburg, Park- und Strandhotel
- 6.-8.2.: Wiggensbach/Kempton, Hotel Goldenes Kreuz
- 13.-15.2.: Bad Stehen/Hof, relaxa
- 19.-22.2.: Höhr-Grenzhausen/Koblenz, Sporthotel Zugbrücke

Im Teilnahmebeitrag von 300 DM (plus MwSt.) sind Vollpension, Getränke, Material und Filmentwicklung sowie ein Skript enthalten. Informationen und Anmeldung bei: Canon Euro Photo, Marianne Ostermeier, Siemensring 90-92, 47877 Willich, Telefon 02154/495-317, Telefax 02154/495-399.

Foto Köster und Leica veranstalten Workshop

Der größte deutsche Leica Fachhändler, Foto Köster (Münster), und die Leica Camera AG veranstalten gemeinsam zwei exklusive Fotoworkshops zum Leica Spiegelreflex- und Meßsuchersystem auf Mallorca: Der Leica-M Workshop findet statt vom 31.1.-4.2.2001, der Leica-R Workshop vom 7.2.-11.2.2001. Die Teilnahmegebühr beträgt jeweils 1.500 DM (ohne Flug). Es sind nicht nur Leica-Fotografen eingeladen, sondern alle Interessenten. Standort der Workshopteilnehmer ist die Finca „Son Baulo“ im Inselinneren.

Weitere Informationen zu den Workshops bei: Foto Köster, Berliner Platz 4, 48143 Münster, Tel. 0251/482520, Telefax 0251/51399.

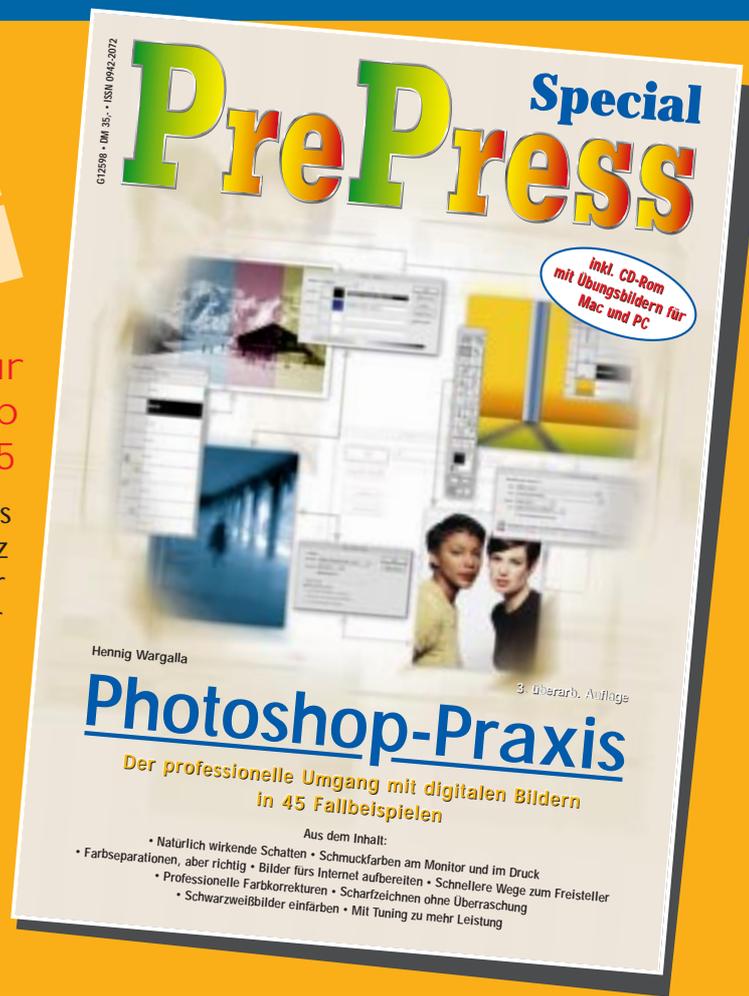
NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT

Inkl. CD-ROM
mit Übungsbildern
für Mac + PC

Für
Photoshop
4.0, 5.0 + 5.5

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

Das Special enthält 45 ausgewählte Beiträge der Rubrik „Photoshop-Praxis“, die in PrePress erschienen sind. Das Durchwühlen alter Zeitschriften – soweit man sie überhaupt gesammelt hat – gehört damit endgültig der Vergangenheit an. Ein Inhalts- und ein ausführliches Stichwortverzeichnis helfen zusätzlich dabei, ein bestimmtes Thema wiederzufinden oder eingestreute Hinweise aufzuspüren.



Alles in einem Heft!

Ja, ich/wir bestelle(n) Exemplar(e)
des **PrePress-Specials Photoshop-Praxis**
inkl. CD-ROM zum Preis von DM 35,-

Unterschrift

An: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Vertrieb Neue Medien
Postfach 12 29
40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Name/Firma:

Straße/Nr.:

Plz/Ort:

Telefon/Fax:



BGL-Jahreshauptversammlung in Berlin: Unternehmerisch digital denken

Wie im vorigen Jahr fand die Jahreshauptversammlung des Bundesverbandes der Großlaboratorien in Berlin statt. So trafen sich Deutschlands Großfinischer am 10. November in der Bundeshauptstadt mit fast 100prozentiger Präsenz. Nicht allein der attraktive Tagungsort Berlin wird der Grund dafür gewesen sein, daß fast alle Mitglieder zur Jahreshauptversammlung gekommen sind. Wie der BGL-Vorstand der Fachpresse deutlich machen konnte, stehen den Betreibern der Großlabors durch die digitale Veränderung des Fotomarktes ebenso schwierige wie wertmäßig hohe Investitionen ins Haus, wenn man, mittelfristig gesehen, in Zukunft beim großen Bildergeschäft noch mit dabei sein will.

Als erster kam auf der Pressekonferenz mit anschaulichem Zahlenmaterial Helmut Reißmüller (Kodak) zu Wort, der mit einer Vielzahl von Charts die Entwicklung des Bildergeschäftes im Jahre 2000 sichtbar machte. Offensichtlich ist es so, daß vom Kameraverkauf her gesehen das APS-System ein Minus von 20 Prozent hinnehmen mußte, wengleich die Zahl der verkauften APS-Filme noch um zwei Prozent gestiegen ist, was sich am Gesamtmarkt aber nur mit 0,2 Prozent auswirkte. Ein größeres Wachstum im Inland hat es auf dem Bildermarkt nicht gegeben, wofür die Großlaboratorien-Vertreter vor allem auch das schlechte Wetter in diesem Sommer verantwort-



Mit gleichen Problemen fröhlich vereint stellten sich der Fachpresse: (von links) Michael Grütering, BGL-Geschäftsführer; Hubert Rothärmel (CeWe Color), BGL-Vorsitzender; und als Vorstandsmitglieder: Bernd Kraus (Euro Color), Helmut Reißmüller (Kodak) und Leopold Isbrecht (Labor Stoppel).

lich machten. Trotzdem ist die Zahl der gefertigten CN-Bilder im ersten Halbjahr um 3,5 Prozent gestiegen, was zum Ausgleich einer geringeren Zahl von Prints im zweiten Halbjahr führen wird. Der Löwenanteil der Bilder lag beim 10er-Format mit 53 Prozent, gefolgt vom 9er-Format mit 39 Prozent; 13x18 Prints werden mit 4,5 Prozent des Bildermarktes angegeben.

Erfreulich hat sich nach dem Erfolg im Profimarkt auch im Amateurbereich der Verkauf von digitalen Kameras ausgewirkt, so daß man beim BGL davon ausgeht, bis zum Jahresende 2000 auf 600.000 verkaufte Digitalkameras zu kommen, nach 300.000 Stück im Vorjahr. Mit Befriedigung konnte der BGL-Vorsitzende Hubert Rothärmel (CeWe Color) feststellen, daß die Zahl digital erstellter Fotos nach verhaltenem Start im

Vorjahr inzwischen auf 1000 Aufträge pro Woche und mehr für CeWe Color angewachsen ist. Deshalb rechnet Rothärmel damit, daß digitale Aufnahmen bzw. Prints bis zum Jahre 2005 zehn bis fünfzehn

Prozent des Gesamtbildermarktes ausmachen werden.

Diese Verschiebung vom analogen zum digitalen Bild wurde von Bernd Kraus (Euro Color) ausführlich kommentiert und durch verschiedene Charts bildlich untermauert. Im Bildergeschäft sind seit 1996 die Durchschnittspreise, die die Großlabors beim Handel erzielen konnten, um bis zu 20 Prozent gefallen; mit Investitionen in leistungsfähigere Maschinen und dem damit verbundenen Personalabbau konnte der Rückgang bei den Deckungskosten aufgefangen werden. Heute stellt sich den Großlabors das Problem, daß es im analogen Bildergeschäft, technisch gesehen, kaum noch ein Rationalisierungspotential gibt. Für die Laborbetriebe wäre es in den nächsten drei Jahren ideal, wenn sie sich dem Marktverlauf mit ihren Kosten so anpassen könnten, daß die Stagnation oder auch ein Rückgang im analogen Bildergeschäft Stück für Stück durch zusätzliche digitale Bilderprints, möglichst in enger Zusammenarbeit mit dem Fotohandel, aufgefangen werden könnten. Bei den größten Betrieben unter den Großlaboratorien rechnet man z.B. im nächsten Jahr mit Investitionen in neue Maschinen in Höhe von 80 bis 90 Mio. Mark, was mutige Unternehmer Entscheidungen verlangt! Wenn sich der Markt nämlich anders als geplant entwickelt, kann das schnell zu roten Zahlen führen. Jeder Unternehmer weiß, daß es aber ohne Risiko im Geschäfts-



Bernd Kraus bei der Demonstration der Kostenentwicklung im Finishing in den letzten fünf Jahren.



Schnappschüsse beim Abendprogramm während der Erlebnis-Ausstellung „The story of Berlin“: Dr. Hollander, H. Rothärmel und B. Kraus mit ihren Gattinnen; links unten Chr. Prien.



leben nun einmal nicht geht, wenn man sich im Markt behaupten oder gar expandieren will. Heute ist vor allem auch die Industrie gefragt, die die Maschinen für digitale Prints herstellt, damit die Großlabors ihre dringenden Investitionen in diesem Bereich realisieren können. Trotz optimistischer Ankündigungen, schon ab diesem Jahr ausgereifte Maschinen liefern zu können, war das bisher nicht der Fall. Die ganze Entwicklung im Bildermarkt zeigt aber auch, daß das allgemeine Preisniveau offensichtlich seine Talsohle erreicht hat.

H. J. Blömer



Ein Blick in die Demonstration schlechter Berliner Tage mit der Bücherverbrennung 1933.

Rollei



JETZT
Sie sparen ca.
1.800,- DM
ZUGREIFEN

Rolleiflex 6008 integral Makro-Kit
Das attraktive Kit für alle engagierten
Mittelformat-Fotografen im Alu-Koffer.

bestehend aus:

Rolleiflex 6008 integral kpl. mit

- Faltlichtschacht • Einstellscheibe High-D-Screen
- Wechselmagazin 6x6/120 • Autoladekabel • NiCd-Akku
- Schnellladegerät • Trageriemen • Makrohandbuch

Carl Zeiss Makro-Planar 4/120 mm HFT PQS

mit Gegenlichtblende Baj.-Größe VI

UEVP 9.998,- DM inkl. MwSt.

In limitierter Auflage



Rollei Fototechnik GmbH
Salzdahlumer Straße 196
38126 Braunschweig
Hotline (05 31) 6 80 02 77

Die Welt aus der Nähe betrachtet

PT 2000 Foto: Fritz Raucherstein

Praxisbericht Olympus Camedia E-10

Zur photokina 2000 hat das Hamburger Unternehmen Olympus mit der Camedia E-10 ein neues Flaggschiff in seinem Digitalkamera-Sortiment vorgestellt. Mit ihrem Vier-Millionen-Pixel-Chip und einer Vielzahl weiterer Ausstattungsmerkmale soll das neue Top-Modell nicht nur ambitionierte Amateure ansprechen, die bereit sind, zirka 4.500 DM für die Kamera auszugeben, sondern vor allem auch Porträt-, Mode- und Werbe-fotografen. *imaging+foto-contact* hat eines der ersten Camedia E-10 Modelle, die in Deutschland verfügbar waren, einem Praxistest unterzogen. Wir wollten herausfinden, ob die Kamera den ambitionierten Wünschen des Herstellers gerecht werden kann.

Das Fazit vorweg: Sie wird – auch wenn das Gehäuse nach dem Auspacken mit insgesamt 33 Druckknöpfen, Hebeln und Drehschaltern, drei integrierten „Fächern“ (für Batterien, Speicherkarten und Kabelanschlüsse) sowie dem abklappbaren Monitor (für dessen Entriegelung ein weiterer Druckknopf zur Verfügung steht) Verwirrung stiftet. Doch die Vielzahl der Elemente und die Tatsache, daß nicht alle der benutzten Symbole selbsterklärend sind, erweist sich nur auf den ersten Blick als Manko.

Detailliertes Handbuch

Denn zum einen liegt neben der mehrsprachigen Kurz-Bedienanleitung ein 200 Seiten starkes Handbuch in deutscher Sprache vor. Dieses schildert detailliert und leicht nachvollziehbar alle Funktionen, vom Einlegen der Batterien und dem Anbringen des Tragegurtes über die verschiedenen

Digitaler Fotospaß auf Profi-Niveau

Belichtungseinstellungen bis zur Verwendung der Monitor-Menüs und der Übertragung der Bilddaten auf einen Rechner oder einen Drucker. Überall dort, wo es erforderlich ist, wird die Handhabung entsprechend den Erfordernissen der Windows- oder Macintosh-Welt unterschiedlich erläutert.

Funktionsvielfalt

Zum anderen entschädigt die Kamera mit ihrer Funktionsvielfalt für die nur anfangs unübersichtliche Ausstattung mit Bedienelementen. Ein technisches Gerät, das so viel kann, wie die Olym-

pus Camedia E-10, braucht nun einmal viele Knöpfe, Hebel und Schalter. Es ist eine Binsenweisheit, gilt aber bei dieser Kamera besonders: Der Blick in das Handbuch sollte immer am Anfang der Arbeit stehen, auch wenn sich dadurch der Fotospaß etwas verzögert.

Belichtungsvarianten

Dem kreativen Fotografen bietet die Olympus Camedia E-10 zahlreiche Belichtungsvarianten. Dazu gehören zunächst einmal Programm-, Blenden- und Zeitautomatik sowie die manuelle Einstellung. Diese können mit und



Vielfältige fotografische und digitale Funktionen machen die Camedia E-10 zu einem geeigneten Werkzeug auch für Profis.



Im Praxiseinsatz bringt die Olympus Camedia E-10 überzeugende Ergebnisse in den verschiedensten Aufnahmesituationen: Hauttöne werden natürlich wiedergegeben, unbunte Farben, wie bei den beiden Taft- und Filztüchern, erscheinen detailreich ...

ohne Einsatz des eingebauten, bei Bedarf herausklappbaren Blitzgerätes genutzt werden.

Das Blitzgerät selbst bietet bis zu sechs weitere Belichtungsfunktionen, vom automatischen Betrieb über die langsame Synchronisation mit Verringerung des Rote-Augen-Effektes bis zur langsamen Synchronisation mit Blitzauslösung in der zweiten Verschußphase. Positiv zu erwähnen ist, daß sich die Kamera auch mit einem externen Blitzgerät und einer Studioblitzanlage verwenden läßt.

Zur korrekten Belichtung stehen dem Fotografen schließlich noch eine Funktion für Belichtungsreihen (drei Aufnahmen, die erste normal, die zweite weniger, die dritte mehr belichtet) sowie die Möglichkeit, die „Filmempfindlichkeit“ mit ISO 80, 160 oder 320 zu wählen, zur Verfügung.

Makromodus ab 20 cm

Auch das 2,0-2,4/9-36 mm Vierfach-Zoomobjektiv (entspricht 35-140 mm bei Kleinbild) läßt dem Anwender großen kreativen Spielraum. Aufnahmen sind (im Makromodus) ab einer Motiventfernung von 20 cm möglich. Die Belichtungsmessung erfolgt dabei per digitaler ESP-, mittlenbetonter oder Spotmessung. Weitere Aufnahmefunktionen sind Selbstausröser, Intervall- und Serienaufnahme.

Digitale Bildbeeinflussung

Neben den klassischen Möglichkeiten der Fotografie (Wahl der Blende, der Brennweite etc.) stehen dem Fotografen bei der Camedia E-10 weitere



Insgesamt 33 Hebel, Druckknöpfe und Drehschalter sowie drei ins Gehäuse integrierte „Fächer“ machen zunächst einen verwirrenden Eindruck auf den Benutzer der Camedia E-10.



digitale Möglichkeiten der Bildoptimierung zur Verfügung. So kann er beispielsweise bereits vor der Aufnahme die Bildschärfe (normal, hard, soft) und den Kontrast (normal, high, low) nach seinem Geschmack oder den Erfordernissen des Motivs beeinflussen.

Variable Bildgrößen

Variabel zeigt sich die Kamera bei der Größe der gespeicherten Bilddateien. Hier kann sich der Anwender, der beabsichtigten Nutzung der Bilder ent-

sprechend, zwischen vier Aufzeichnungs-Modi entscheiden: TIFF (2.240 x 1.680 Pixel, unkomprimiert), SHQ (2.240 x 1.680 Pixel, Kompression ca. 1:2,7), HQ (2.240 x 1.680 Pixel, Kompression ca. 1:8) und SQ (1.280 x 960 Pixel, Kompression ca. 1:8). Die gewählte Einstellung wird ebenso wie die verbleibende Zahl der Aufnahmen auf dem LC-Display an der Kameraoberseite angezeigt. Der Benutzer kann sich bei der Speicherung der Bilddaten, das ist eine weitere Besonderheit der Olympus Camedia E-10, entscheiden, ob er eine SmartMedia- oder eine Compact-Flash-Karte benutzt.

Einfache Handhabung

Nach dem Studium der Bedienungsanleitung erweist sich die Handhabung der Kamera über das Monitor-Menü, das LC-Display und die verschiedenen Funktionstasten dann doch als äußerst einfach. Darüber hinaus ist auch die Handhabung der Bilder selbst durch die Möglichkeiten, Datum und Uhrzeit mit dem Bild zu speichern oder sich für jede Aufnahme ein Histogramm anzeigen zu lassen, einfach.

Reichhaltiges Zubehör

Im Lieferumfang der Kamera ist eine Infrarot-Fernbedienung enthalten. Wem die Ausstattung der „nackten“ Kamera für seine fotografischen Anforderungen nicht ausreicht, der kann auf reichhaltiges gerätespezifisches Zubehör wie ein externes Blitzgerät, Konverter-Objektive, eine Kabel-Fernbedienung oder einen Netzadapter zurückgreifen. hepä



... und auch die Wiedergabe kräftiger Farbtöne läßt nichts zu wünschen übrig. Selbst in den Spitzlichtern auf der feuchten Oberfläche der Pilze ist noch Zeichnung zu erkennen. Die ersten drei Bilder entstanden mit Studioblitz, die Pilze wurden bei Sonnenlicht im Freien fotografiert. Fotos: hepä



Neues aus der Pixel-Schmiede von Olympus

Die Camedias C-3040Zoom und C-2040Zoom

Olympus präsentiert mit der Camedia C-3040Zoom und der Camedia C-2040Zoom gleich zwei neue Digital-Kameramodelle, die von erfolgreichen Vorgängerkameras inspiriert wurden. Die C-3040Zoom ist das weiter optimierte Nachfolgemodell der von der EISA zur Digitalkamera des Jahres 2000 gekürten C-3030 Zoom, die Camedia C-2040 Zoom ist das neue Flaggschiff der erfolgreichen C-2000Zoom-Serie des Unternehmens.

Mit einem lichtstarken 1:1,8-2,6 Multivariator-Zoom-Objektiv kann die Olympus C-3040Zoom noch präziser das einfallende Licht auf den 3,34 Millionen-Pixel-CCD-Chip lenken. Das dreifach optische und bis zu 2,5fach digitale Zoom-Objektiv liefert eine Brennweite, die im Kleinbildformat 35-105 mm entspricht.

Für die Focussierung bietet die Kamera verschiedene kreative Methoden. So kann sie wahlweise manuell oder automatisch über den iESP-TTL-Autofocus erfolgen. Zusätzlich steht ein Spot-Autofocus zur Verfügung.

Als Belichtungsmodi bietet die C-3040Zoom problemlos wählbare Programm-Settings wie Blenden- (Aperture) und Verschlussvorwahl bis hin zur individuell wählbaren (Manual) Verschußeinstellung. Für schwer meßbare, besonders kontrastreiche Motive stehen zusätzlich eine Multi-Spot- und eine Multi-Mittenbetonte Integralmessung zur Verfügung. Die Funktion „AE lock“ erlaubt über die OK-Kamerataste die Speicherung auto-

matisch ermittelter Belichtungswerte. Mit der Auto-Bracketing-Funktion kann der Fotograf eine Serie unterschiedlich belichteter Bilder eines Motives erstellen.

Die Verschlussvorwahlzeit der C-3040Zoom wurde gegenüber dem Vorgängermodell von einer auf maximal vier Sekunden verlängert, die kürzeste Belichtungszeit beträgt unverändert 1/800 Sekunde.

Durch einen leistungsstarken internen Arbeitsspeicher von 32 MB ermöglicht die Kamera schnelle Serienaufnahmen von fünf Sequenzen bei 3,1 Bildern in höchster Auflösung pro Sekunde. ISO-Empfindlichkeit und Weißabgleich lassen sich sowohl automatisch als auch manuell einstellen.



Das neueste Modell der C-2000Zoom-Serie, die C-2040Zoom, bietet den Anwendern zahlreiche erweiterte und verbesserte Funktionen.

Die Kamera bietet verschiedene Optionen für die Bildschärfe (soft und hard) und für die Bildgestaltung (z. B. Sepia, Schwarzweiß). Die Markteinführung der C-3040Zoom, die für die Bildübertragung zum Computer mit einer seriellen und einer USB-Schnittstelle ausgestattet ist, ist für das erste Quartal 2001 geplant.

Camedia C-2040Zoom

Im titan-gold-schwarzen Design wurde das 2,11 Millionen-Pixel-Modell C-2040Zoom gestaltet. Es ist mit einem Multivariator-3-fach-Zoom-Objektiv ausgestattet, das, verglichen mit dem Kleinbildformat, eine Brennweite von 40-120 mm bietet. Olympus hat die Kamera mit vier Autofocussystemen (voll-automatischer iESP-TTL-Autofocus, Spot-Autofocus, digitaler ESP, mittlenbetonte Integralmessung) ausgestattet. Auch bei diesem Modell können die gewonnenen Belichtungswerte über einen OK-Knopf abgespeichert werden. Über die „one touch“-Kontrolle der Digitalkamera kann der Fotograf schnell und präzise Settings für interessante Effekte oder die perfekte Farbwahl durch verschiedene Weißabgleichsoptionen setzen. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, für Motive, bei denen die Farbtemperatur nicht eindeutig bestimmbar ist, einen Weißabgleich-Kompensations-Modus zu wählen. Für die passende Ausleuchtung der Aufnahmen sorgt ein integrierter Blitz und bei Bedarf ein externes Blitzgerät, für das ein Anschluß vorgesehen ist. Über die integrierte USB Storage Class-Schnittstelle lassen sich die Bilder schnell und komfortabel auf einen Computer downloaden. Weitere Features der C-2040Zoom, die in diesem Monat auf den Markt gebracht wird, sind wählbare Bildkontrast-Optionen, CR-V3-Batterien und die Möglichkeit, das aufgenommene Bild für eine Betrachtung auf dem Monitor um 90 Grad drehen zu können. Sowohl die C-3040Zoom als auch die C-2040Zoom können Videosequenzen im QuickTime Motion JPEG-Format aufzeichnen. höl



Digitale Technologien beleben das Bildergeschäft

Mehr Umsatz mit Minilabs und Digitalstationen

Die steigenden Verkaufszahlen für Digitalkameras deuten darauf hin, daß in absehbarer Zeit eine größere Nachfrage nach schnell verfügbaren Bildern, die aus digitalen Daten gewonnen wurden, entstehen wird. Industrie und Hersteller haben sich schon jetzt auf das zusätzliche Bildergeschäft eingestellt und bieten sowohl digitale Annahmestationen als auch dazu kompatible Minilabs an, die häufig sogar für die analoge und auch die digitale Bilderproduktion geeignet sind.

So stellte Agfa auf der photokina beispielsweise die neue kompakte Annahmestation e-box vor, die speziell für die Auftragsannahme und -bearbeitung in Verbindung mit Agfas Minilabs d-lab.3 bzw. dem MSC.d konzipiert wurde. Die e-box akzeptiert alle gängigen Datenträger wie SmartMedia, CompactFlash, PC-Karten, CDs und Disketten. Der TouchScreen-Monitor und eine interaktive Benutzerführung ermöglichen den Kunden eine selbständige Bildbestellung. Der Kunde kann per Knopfdruck sowohl einzelne als auch alle Aufnahmen auf seinem Datenträger auswählen und als Bilder bestellen. Darüber hinaus können Index-Prints oder Bildbearbeitungen geordert werden. Neben der Möglichkeit, Bilder im nachhinein durch Beeinflussung von Kontrast oder Helligkeit zu verbessern, bietet die Software auch

digitale Effekte wie Schwarzweiß oder Sepia. Von der Annahmestation aus können die Bilddaten direkt an ein im Geschäft stehendes Minilab übertragen werden, so daß der Kunde im Prinzip auf seine Bilder warten kann.

Minilab

Die passende Ergänzung zur e-box ist Agfas Minilab d-lab.3, das noch in diesem Jahr verfügbar sein soll. Das Gerät basiert auf der Lasertechnologie und bietet mittels des eingebauten hochauflösenden Filmscanners die Möglichkeit, die mit 6 Millionen Bildpunkten pro Farbauszug in einer Farbtiefe von 12 Bit erzeugten Bilddaten mit 400 ppi Auflösung aufs Fotopapier zu printen. Bis zu 1.500 Bilder (10 x 15) können mit dem d-lab.3 innerhalb von einer Stunde produziert werden. Neben der Verarbeitung aller gängigen Filmformate bewältigt das Minilab auch Bilddaten von CD-ROM, Floppy, Zip oder PCMCIA, SmartMedia und CompactFlash-Karten, die zuvor per e-box an das Gerät übertragen



Agfa setzt beim d-lab.3 auf die Laserbelichtung. Es arbeitet mit der neuartigen Belichtungslogik d-TFS, die automatisch für die Optimierung von Farben, Dichten, Kontrasten und Unter- und Überbelichtungen sorgt.

wurden. Bei allen Bilddaten, egal ob aus analoger oder digitaler Quelle, führt das Minilab mit der neuartigen Belichtungslogik d-TFS automatisch Bildoptimierungen durch. Fotohändler, die bisher mit den MSC Minilabs von Agfa gearbeitet haben, erhalten in Zukunft die Möglichkeit, über das Belichtungsmodul FIT auch in das digitale Bildergeschäft einzusteigen. Mit ihm können MSC-Modelle zu MSC.d Minilabs aufgerüstet werden. Agfa hat noch ein weiteres Terminal für anspruchsvollere Bildbearbeitung im Programm, das sich ebenfalls in Verbindung mit dem d-lab.3 und dem MSC.d einsetzen läßt: das System Pixtasy 3.0. Mit dieser Station läßt sich eine Reihe kreativer Bildprodukte wie Grußkarten, CD-Hüllen, Kalender, Visitenkarten etc. gestalten. Darüber hinaus bietet die integrierte Software eine Reihe von Bearbeitungsmöglichkeiten, wie sie aus dem Profibereich bekannt sind.

Großlabor-Digitalstationen

Auch Händler, die nicht über ein Minilab für die digitale Bildproduktion verfügen,





Die neueste Version des digitalen Photo-Terminals von CeWe Color ermöglicht das Einscannen von herkömmlichen Bildern, so daß auch analog Fotografierende in den Genuß digitaler Dienstleistungen kommen können.

haben die Möglichkeit, digitale Dienstleistungen anzubieten. So stellen inzwischen viele Großlabore wie CeWe Color oder Eurocolor und Unternehmen wie Kodak, Quelle und Porst Digitalstationen zur Verfügung, an denen die Kunden ihre digitalen Dateien, die sie auf Speicherkarten, CDs, Disketten, Memory Sticks oder PC-Karten gespeichert haben, einlesen lassen können. Darüber hinaus bieten einige Terminals, wie das von CeWe Color, zusätzli-



Die Fujicolor order-it-Station gibt es in verschiedenen Ausführungen, so daß jeder Händler individuell darüber entscheiden kann, in welchem Umfang er digitale Dienstleistungen anbieten möchte.

che Anwendungsmöglichkeiten. An dem Photo Terminal können auch herkömmliche Filme und Bilder eingescannt und eine Reihe von individuellen Fotogeschenken wie Foto-Kalender oder Grußkarten geordert werden. Bei CeWe Color erfolgt die Bildübertragung zum Labor per ISDN, bei Eurocolor und Fujifilms „Fujicolor order-it-Station“ werden Wechselspeichermedien (Jaz 2 GB) eingesetzt, die per Tourendienst ins Labor gebracht werden. Die fertigen Bildaufträge werden beim jeweiligen Fotohändler vom Kunden abgeholt. Fujicolor setzt als zusätzliches Kundenbindungsinstrument eine Kundenkarte für die Bedienung des Terminals ein. Beide Annahmestationen sind mit einer TouchScreen-Oberfläche ausgestattet, so daß sie selbstständig von den Kunden bedient werden können und kein zusätzlicher Personaleinsatz notwendig ist.

Fujifilm

Unter dem Motto „Fujifilm Digital Imaging“, kurz „FDi“, bietet das Unternehmen verschiedene Kernelemente, durch die die klassische Fotografie mit dem Digital Imaging verbunden werden soll. Der FDI-Service wurde auf der einen Seite als umfangreiches, weltweit verbreitetes Netzwerk der Fujicolor-Großlabore, auf der anderen Seite als Service, den der Händler direkt vor Ort anbieten kann, konzipiert. Auf der photokina 2000 stellte Fujifilm das neue Digital Minilab Frontier 390 vor, das kompatibel zum FDi-Service des Unternehmens ist. Wie seine beiden Vorgänger Frontier 350 und Frontier 370 arbeitet auch dieses Minilab mit einem Halbleiterlaser-Belichtungssystem und speziellen Verfahren zur digitalen Bildbearbeitung. Es bietet mit zirka 1.800 Prints im Format 10 x 15 cm pro Stunde vom Negativ eine hohe Produktivität und verfügt über umfangreiche digitale Bilderdienste, die flexibel erweiterbar sind, um auf Kundenwünsche eingehen zu können. Um digitale Bilder direkt vor Ort ausgeben zu können, bietet Fujifilm den digitalen Farbprinter Pictography 3500 an. Er liefert durch eine Kombination zwischen Pictro Farbprozeß und fotografischem Silberhalogenidprozeß, gekoppelt mit einer Laserdioden-Belichtung sowie thermischer Entwicklung und Übertragung, Bilder in Fotoqua-



Die Annahmestation Digital Photo Center von Fujifilm läßt sich mit den Minilabs Frontier oder einem Pictography-Drucker verbinden, so daß der Händler seinen Kunden eine schnelle Entwicklung der digitalen Dateien anbieten kann.

lität in den Formaten DIN A5 und A4 randlos sowie A5+ und A4+. Der Pictography druckt Bilder in einer Auflösung von 400 dpi und braucht nach dem Warmlaufen 70 Sekunden pro Print. Er ist mit verschiedenen digitalen Speichermedien kompatibel und läßt sich problemlos mit einem Annahmeterminal im Geschäft kombinieren.



Speziell für den Einsatz mit den Frontier-Minilabs (über den Front End PC) oder mit dem Pictography 3500 wurde das Digital Photo Center entwickelt. Dieses In-Shop-Gerät ist ein für die Selbstbedienung konzipiertes Terminal, das Printbestellungen von verschiedenen digitalen Speichermedien entgegennimmt und sie dann schnellstmöglich entweder auf dem Frontier oder dem Pictography ausgibt. Das Digital Photo Center gibt es in zwei Varianten als Theken- und als Standmodell. Über den TouchScreen-Monitor, der deutliche Anweisungen über Symbole erteilt, ermöglicht es eine vollständige Selbstbedienung. Das



Mit Fujifilms Thermo-Autochrome-Technologie arbeitet die Digital Print Station. Hier kann der Kunde per Selbstbedienung seine Dateien in Fotos verwandeln.

Digital Photo Center ist mit verschiedenen Laufwerken ausgestattet, so daß es die gängigsten digitalen Speichermedien aufnehmen kann. Darüber hinaus kann es mit einem zusätzlichen optionalen Flachbettscanner ausgestattet werden, so daß es auch Bild- vom-Bild-Bestellungen ausführen kann. Das Terminal ist mit einer Reihe von verschiedenen Mustervorlagen (z. B. für Kalender, Paßbilder oder Albumblätter) ausgestattet und stellt Möglichkeiten für die Bildverarbeitung wie Rote-Augen-Reduktion, Einstellung der Farbbalance oder Ausschnittwahl zur Verfügung.

Für die direkte Bildausgabe von digitalisierten Daten bietet Fujifilm die Digital Print Station an. Das einfach zu bedienende Counter-System besteht aus zwei Komponenten, einem Controller mit drei Steckplätzen und einer separaten Printeinheit. Ein Pluspunkt der Digital Print Station ist ihre einfache Bedienbarkeit. Der Kunde legt das jeweilige Speichermedium ein, wählt über den Monitor ein oder mehrere Bilder aus und erhält wenige Sekunden später sein Bild. Die Station arbeitet mit Fujifilms Thermo-Autochrome-Technologie, einem Verfahren, bei dem keine Tinten, Toner oder Farbbänder erforderlich sind, da die Farben schon im Papier enthalten sind. Das Verfahren ist mit der herkömmlichen Filmentwicklung vergleichbar, bei der die Farbstoffe im Papier entwickelt werden. Für die Station wird ein neues TA-Papier verwendet, das eine verbesserte, brillante Glanzoberfläche und eine präzisere Farbwiedergabe bietet. Eine TA-Rolle ist ausreichend für 240 Prints im Format 9 x 13 cm.

Gretag

Der Schweizer Laborgeräte-Spezialist Gretag hat gemeinsam mit Epson das kiosk-ähnliche Inkjet-Minilab Photohub 208 entwickelt. Der Prototyp des Gerätes war bereits in Köln auf

der photokina zu bewundern. Photohub 208 soll Kapazitäten von 150 bis 200 Bildern pro Stunde bewältigen. Es kann Bilder von Speichermedien für digitale Bilddaten wie SmartMedia, Compact-Flash, PCMCIA, Memory Stick, CD-ROM und Floppy Disk verarbeiten und ist zusätzlich mit einem Flachbettscanner ausgestattet, so daß auch konventionelle Fotos eingescannt und digitalisiert werden können. Darüber hinaus ist durch eine Anbindung an die Gretag-Tochtergesellschaft Telepix die volle Netzwerkfähigkeit und Nutzung der Internet-Dienstleistungen der digitalisierten Bilddateien gewährleistet. Der Photohub 208 soll im nächsten Jahr verfügbar sein. Die durch das Gerät ermöglichten Dienstleistungen werden von Gretag unter dem Namen „Print & Go“ vermarktet.

Das Masterflex Digital von Gretag ist ein Minilab, das gleichermaßen für die Bearbeitung analoger Filme als auch digitaler Dateien geeignet ist. Es arbeitet mit der DLP-Technologie, einem Verfahren, bei dem 1,3 Millionen Bildpunkte auf winzige, bewegliche Spiegel das Licht einer Halogenlampe durch Farbfilter aufs Fotopapier lenken. Mit dieser Technik schafft das Masterflex Digital 1.000 10 x 15 cm-Bilder pro Stunde.

KIS

Die KIS Photo-Me International Group stellte zusammen mit SanDisk auf der photokina in Köln einen Kiosk vor, der für die Bildentwicklung die Silvertronix-Technologie (ein Verfahren, das auch bei der 1-Stunden-Entwicklung eingesetzt wird) mit dem LCD Booster-Verfahren kombiniert. Dieser zunächst nur in Amerika vertriebene Kiosk arbeitet mit allen zur Zeit gängigen Speichermedien für Digitalkameras, bietet den Kun-



Das Master Flex D erledigt alle im Laborbetrieb anfallenden Arbeiten, wie chemische Entwicklung, Digitalisierung der Negative, elektronische Bildverbesserung, Belichtung auf Fotopapier und Entwicklung der Bilder.

den eine Ausgabequalität von bis zu 15 Millionen Pixeln pro Bild und benötigt für die Ausgabe eines 10 x 15 cm-Fotos gerade mal eine Minute und zwanzig Sekunden. Darüber hinaus ermöglicht er die Netzwerkfähigkeit der digitalen Bilddateien. Das ebenfalls in Köln vorgestellte Minilab Digital Kis System (DKS) der Photo-Me Group wird bereits in Deutschland von der Krefelder Fototronic GmbH vertrieben. Auch dieses Minilab verbindet analoge mit digitalen Annahmemöglichkeiten und eröffnet damit zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten. Auf der digitalen



Das Digital Kis System (DKS) Minilab wird in Deutschland bereits seit September von der Fototronic GmbH vertrieben.

Annahmeseite arbeitet es mit Speicherkarten für Digitalkameras, CD-ROMs, Floppy Disks und ZIP, auf der analogen Seite können sowohl 35 mm- als auch APS-Filme angenommen werden. Darüber hinaus kann es auch Abzüge von Negativen und Dias anfertigen. Für die Ausgabe besteht zum einen die Möglichkeit der Ausgabe von Fotos auf Silber-Halogenid-Papier, zum anderen können aber auch alle Bilddaten auf digitalen Speichermedien gespeichert oder auf CDs gebrannt werden. Pro Stunde kann das DKS 24 Filme verarbeiten. Jeweils die letzten 600 Bilder werden im Minilab gespeichert, so daß beispielsweise bei Nachbestellungen darauf zurückgegriffen werden kann. Die Eastman Kodak Company hat im September eine über drei Jahre laufende Vereinbarung mit der Photo-Me Group getroffen, aus der hervorgeht, das letztgenannte Unternehmen mehrere hundert DKS-Minilabs an Kodak verkaufen wird. Kodak wird das Minilab unter dem Namen „System 88“ zunächst in Asien vertreiben und nach erfolgreicher Einführung auch in andere Länder verkaufen.

Kodak

Darüber hinaus hat Kodak mit Hewlett Packard ein Jointventure unter dem Namen „Phogenix“ abgeschlossen, von dem in Kürze digitale Minilabs erwartet werden, die auf der Inkjet-Technologie basieren. Kodak bietet abgesehen von den Minilabs eine Reihe von Möglichkeiten für die Belegung des Bildergeschäftes am Point of Sale. Je nachdem, ob der Händler digitale Bilder direkt im Geschäft herstellen oder sie lieber auf echtem Fotopapier entwickelt haben möchte, stellt Kodak die Terminals „Kodak Picture Maker“ oder die

„Photo Net Order Station“ zur Verfügung. Die Photo Net-Order Station nimmt eine Vielzahl von Speichermedien wie PC Card, Picture Card, SSFC Card, Disketten, Zip Disk oder CD-ROM an. Im Kodak Labor werden die Bilddaten entwickelt und können nach zirka einer Woche abgeholt werden. Sowohl zur Bildbestellung, die der Kunde selbstständig am Terminal aufgeben kann, als auch zur Auftragsabholung kommt der Kunde dabei wie bei der normalen Bildbestellung ins Geschäft. Für den direkten Ausdruck bietet Kodak den Picture Maker an. Die Einheit mit einem Kodak Prozessor mit eingebautem CD-ROM- und Floppy Disk-Laufwerk, einem Monitor, einem Scanner und einem Printer kann eine Reihe von digitalen Aufträgen ausführen. Die Software des PictureMakers wird per TouchScreen-Monitor gesteuert. Kunden haben an dem Eingabegerät, das Fotos, Foto-CDs, Floppy Disks und Speicherkarten von Digitalkameras annehmen kann, auch Möglichkeiten



der Bildbearbeitung, wie beispielsweise Rote-Augen-Reduktion und Formatauswahl. Zum Programm des Picture Makers gehört auch ein Rahmen-Sortiment. Speziell für die Weihnachtszeit bietet Kodak den Händlern das Aktionspaket „Weihnachtszeit und Neujahr“ an. Eine Kollektion von 29 festlichen und hübschen Dekor- und Kalender-Vorlagen für 2001 auf CD, die einfach auf dem Kodak Picture Maker installiert werden, ermöglicht die Gestaltung individueller Fotogeschenke. Begleitend zu der Aktion hat das Unternehmen umfangreiche Werbemittel wie Poster, Deckenhänger, Flyer und Anzeigen vorbereitet.

Noritsu

Die geplanten Minilabs von Noritsu, das QSS-2811 DLS und das QSS-2812 DLS, werden mit der DLS-Software von Kodak ausgestattet und bieten damit mehr Möglichkeiten

Ritter+Wirsching <small>Fotovertrieb GmbH</small>	Mozartstraße 13/1 72829 Engstingen	Tel. 07129-33 44 Fax 07129-70 10
	Bildverpackung, Laborzubehör Präsentationsmittel und Ideen für mehr Erfolg	
Wir arbeiten für Ihren Erfolg - fordern Sie noch heute Unterlagen bei uns an!		
www.ritter-wirsching.de		eMail: info@ritter-wirsching.de

- sicher
- schnell
- zuverlässig

für automatische und manuelle Bild-Korrekturen. Ähnlich wie Gretags Masterflex Digital arbeiten auch die Digitalabors QSS- 2801 und QSS-2802 von Noritsu mit dem DLP- (Digital Light Processing) Verfahren und erreichen dabei sensationelle Geschwindigkeiten.

Das QSS-2801 schafft 1.632 10 x 15 cm Bilder, das Modell 2802 erbringt sogar 2.314 Bilder. Mit dem QSS-2901 bietet Noritsu ein weiteres Minilab an, es arbeitet mit der MLVA Lichtventiltechnik und belichtet Bilddaten in einer Auflösung von 400 dpi auf Fotopapier.

Egal, ob Händler sich für die Selbstentwicklung von Bildern durch ein eigenes Minilab entscheiden oder zusätzlich zum herkömmlichen Bildergeschäft über eine Digitalstation und in Kooperation mit einem Großlabor digitale Bilddienstleistungen und -geschenke anbieten, durch digitale Verfahren lassen sich die Möglichkeiten für Mehrumsätze erweitern. höl



Das digitale Minilab QSS-2802 von Noritsu ist mit einem High-Speed-Filmscanner ausgestattet und kann Bilddaten von zahlreichen digitalen Speichermedien annehmen und als Fotos ausgeben.



Im Kölner Foto-Labor-Shop werden modernste Maschinen für die Bildein- und -ausgabe eingesetzt. Einen wichtigen Bestandteil des Maschinenparks nehmen dabei drei digitale Fujifilm Frontier Minilabs und der Fujifilm Pictography Drucker ein.

Analoge Verfahren und mittel-mäßige Prints gehören im Kölner Foto-Labor-Shop der Vergangenheit an. Mit seinem Team setzt Geschäftsführer Michael Weinert stattdessen auf eine Mixtur aus High-End-Technologie, handgefertigter Qualität und kundenorientierter Preisgestaltung – erfolgreich, wie die Entwicklung des Unternehmens am Kölner Rudolfplatz zeigt.

Der nahezu bescheidene Schriftzug „Digitale Fotoprints ab 30 Minuten“, den der Kunde über dem Eingang zum Foto-Labor-Shop liest, weckt Erwartungen, die schon im Eingangsbereich erfüllt werden: Flachbildschirme mit transparenten Gehäusen, im Kühlschrank gelagerte Filme und ein EBV-Empfangsbereich zeigen, daß hier Profis mit modernsten Geräten und Technologien arbeiten. Dem hohen Standard entsprechend, gehören vor allem Fotografen mit hohen Ansprüchen zur Kundengruppe des Unternehmens. Neben qualitätsorientierten Fotoamateuren und Sachverständigen sind dies vor allem Men-

Hohe Qualität für eine verwöhnte Profi-Kundschaft

schen, für die Fotos in Spitzenqualität wichtiger Bestandteil ihres Berufsalltags sind. Dies sind Mitarbeiter aus den zahlreich in der Domstadt vertretenen Werbe- und Theateragenturen ebenso wie Kunden aus Musik- und Filmproduktionsfirmen.

Individuelle Bearbeitung

Hightech und Handarbeit sind die beiden Pfeiler, die im Fujifilm Medialab die hohe Qualität sichern. Im Zentrum stehen drei digitale Minilabs Fujifilm Frontier. An den Scantischen prüfen Operatoren jedes einzelne Negativ und Dia, das sie bei Bedarf mit sicherem Auge in Kontrast und Schärfe, Farbton und -sättigung, Ausschnitt und Schattenbereichen optimieren. Neben Entwicklungsmaschinen für Color-

negativ-, Dia- und Schwarzweißprozesse gehören Trommel-, Flachbett- und CCD-Scanner zum Maschinenpark des Foto-Labor-Shops. Zur Ausgabe stehen neben den Frontier Minilabs auch Großformat-Plotter, Fujifilm Pictography-Drucker und ein Durst Lambda Belichter bereit. Kaschier- und Laminiermaschinen sowie eine schrankhohe CD-Brenn-Station komplettieren den Maschinenpark, mit dem sich nahezu alle Aufträge problemlos erfüllen lassen.

Digital bringt Vorteile

„Wir realisieren ausnahmslos alles digital, weil dieses Verfahren eine ganze Reihe von Vorteilen mit sich bringt“, beschreibt Geschäftsführer Michael Weinert das Selbstverständnis des

Foto-Labor-Shop setzt Fujifilms Frontier Minilabs ein

PPS **harz**_{bildtechnik} **zweitwerk** ■

bündeln ihre Kompetenzen in der neuen Marke:
Medi@Bild Imaging – Als erstes
B2B-Bildmanagement-Haus verknüpfen wir
alle Leistungen der klassischen Imaging Services
mit digitalem Bildmanagement via Internet.

Innovatives Bildmanagement für Europa



www.mediabild.de
Tel.: 0180/585 85 82

**Machen Sie sich ein Bild: Medi@Bild Imaging bei PPS, Alexanderplatz 6, Berlin
und ab Dezember auch in Düsseldorf**

Unternehmens. „So lassen sich bei der konventionellen Ausbelichtung verfahrensbedingt nur die Gesamtdichte und Gesamtfarbbalance eines Bildes variieren. Wir hingegen können mit unseren digitalen Belichtungseinheiten jedes einzelne Pixel ansteuern.“ Auf diese Weise ließen sich individuelle Vorlieben einzelner Kunden, etwa hinsichtlich eines kälteren oder wärmeren Farbtons, ohne Schwierigkeiten umsetzen. Das Fujifilm-Prinzip, jedes Digilab von einem Operator bedienen zu lassen, führe zu einer überlegenen Qualität. Weinert: „Die Gefahr, durch Automatisierung alle Bilder kontrastmäßig auf das schlechteste herunterzuziehen, ist systembedingt ausgeschlossen.“

33seitige Preisliste

Auf dem Medialab-Menü stehen einfache JPEG-Scans ebenso wie High-end-Scans per Lanovia mit 5000 ppi. Comosings, Retuschen, Webdesign- und Multimedia-Applikationen sowie eine Vielzahl von Bildveredelungs- und Verfremdungsservices werden angeboten. Allein die unter der Adresse www.fotolaborshop.de im Internet abrufbare Preisliste umfaßt 33 DIN A4-Seiten. „Wir bezeichnen uns schlicht als ‚Medialab‘, obwohl wir mit individualisierten Services wie Ausfilterungen, digitalen Diabelichtungen, SW-Prints innerhalb eines Labortages oder dem 90minütigen E6-Service auch Dienstleistungen des klassischen Fachlabors abdecken“, betonte Weinert.



Modernste Arbeitsplätze gewährleisten, daß die Aufträge zur Zufriedenheit der Kunden erledigt werden.

Auch in Sachen Speicherung und Archivierung digitaler Dateien beschreiben Weinert und seine 14 Mitarbeiter professionelle Wege: Die hochwertig konfektionierten CDs können nicht nur mehrfach beschrieben, sondern auch beschriftet und mit Titeln versehen werden. Eine CD kann so als digitales Fotoarchiv für bis zu sieben Filme dienen.

Dank der Vernetzung von Kasse und Digilabs können die Mitarbeiter Kundenwünsche schon während der Filmabgabe im Foyer per Datenleitung an die Ausgabemaschinen übermitteln.

Eine Besonderheit ist darüber hinaus ein Fotokiosk im Eingangsbereich, an dem Kunden per Kundenkarte an sieben Tagen pro Woche rund um die Uhr Bildaufträge abgeben und abholen können.

Differenzierung im Wettbewerb

„Es war nicht einfach, die vorhandenen Umsatzfelder aufzugeben, auch wenn diese seinerzeit schon nicht mehr renditeträchtig waren“, erinnert sich Weinert, der 1982 mit einem konventionellen Bildershop gestartet war. „Auf Basis des Medialab-Konzeptes von Fujifilm können wir jetzt allerdings ein Rundum-Paket an Dienstleistungen bieten, das weit über das Segmentgeschäft eines digitalen Stundenservices hinausgeht. Damit haben wir die Möglichkeit, uns deutlich von Wettbewerbern zu unterscheiden.“

Daß das Konzept trotz hoher Personalkosten aufgeht, zeigt der Blick hinter die Kulissen: Um die große Nachfrage bewältigen zu können, muß das Medialab inzwischen in zwei Schichten produzieren. Weiteres Indiz für den Erfolg: Vor einiger Zeit hat Michael Weinert in Wiesbaden einen weiteren Betrieb eröffnet.

Partnerschaft mit phactum

Um auch weiterhin auf dem Erfolgskurs fahren zu können, entwickelt der umtriebige Medialab-Chef ständig neue Vermarktungsideen. Jüngster Coup ist dabei die Partnerschaft mit der Kölner phactum AG, die auf der photokina 2000 ein internet-basiertes Bild-Datenbank-System vorstellte (imaging+fotoccontact berichtete in Ausgabe 11/2000, S. 48). Die Zusammenarbeit sieht zwei alternativ oder parallel nutzbare Angebote vor: das Ausprinten der Bilddaten via Online-Print-Service (auf Wunsch werden dem Kunden die Prints auch zugestellt) und die Archivierung in einer webbasierten Datenbank. Vorteile der kundenindividuellen Archivierungslösung: Zum einen bieten die gespeicherten Bilddaten hohe Flexibilität, da sie weltweit abrufbar sind, zum anderen gewährleisten die phactum Server ein Höchstmaß an Sicherheit.



Michael Weinert, Geschäftsführer Foto-Labor-Shop: „Wir decken mit unseren individualisierten Services auch Dienstleistungen eines Fachlabors ab.“

Image CD von CeWe Color mit neuen Softwareangeboten

In Zusammenarbeit mit Telepix, einer Tochterfirma der Gretag Imaging AG, hat CeWe Color die seit März im Markt eingeführte Image CD um viele attraktive Softwareangebote ergänzt.



Die Image CD verbindet die klassische Fotografie mit den unendlichen Möglichkeiten der digitalen Bildbearbeitung. Foto-Fans, die analog fotografieren, haben die Möglichkeit, ihre Negative auf einer Image CD digital speichern zu lassen. Der Endverbraucher erhält neben seiner Fotos im 10 x 15-Format auf Wunsch die Image CD mitgeliefert. Die CD eignet sich für die Kunden, die über einen modernen PC mit mindestens 90 MHz verfügen und ihre Bilder in einer hohen Auflösung (1.536 x 1.24 Pixel) im JPEG-Format sicher und geordnet

abspeichern wollen. Als Komplettlösung bietet jede Image CD zusätzlich eine Bildbearbeitungssoftware, mit der sich Bilder optimieren, kreativ verändern und ausdrucken lassen. Zudem bietet die Image CD ab sofort die Möglichkeit, Bildschirmschoner zu installieren und zu konfigurieren sowie alle Fotos um 180 Grad zu drehen. Außerdem können die Aufnahmen in Dokumente oder Drucksachen eingebunden via E-Mail verschickt oder in einfache Websites integriert werden. Die hohe Bearbeitungsgeschwindigkeit wird dadurch erreicht, daß keine Installation auf der Festplatte nötig ist. Die gesamte Zusatzsoftware bleibt auf der CD jederzeit zugriffsbereit.

Inkjet-Prints glasklar versiegelt

Die Münchner Promaxx GmbH bringt als Weltneuheit die P+S Print&Seal Cards auf den Markt. P+S Cards sind präzise vorgeschchnittene PET Halbblamine, die der Anwender selbst gestalten, bedrucken und anschließend ohne Gerät beidseitig versiegeln kann. Die Karten sind auf einem DIN A4-Bogen



angeordnet und können auf allen handelsüblichen A4 und A3 Inkjet-Printern bedruckt werden. Die Inkjet-Prints haben Scheckkartenformat (86 x 54 mm) und können als Familienfotos für die Geldbörse, als Club- und Funcards oder als hochwertige Visitenkarten eingesetzt werden. Die Miramaxx P + S

Print&Seal Cards sind ab Januar 2001 im Handel erhältlich. Der empfohlene Verkaufspreis beträgt für den Endverbraucher 3,60 DM pro Bogen (4 Bilder) zuzüglich Mehrwertsteuer.

Neues Mitglied der SnapScan-Familie von Agfa

Agfa stellt den SnapScan e25, den neuesten Scanner der „e“-Generation, vor. Der SnapScan e25 bietet eine Farbtiefe von 42 Bit bei einer Auflösung von 600 x 1.200 ppi (Pixel pro Inch). Drei programmierbare Funktionstasten erleichtern das Scannen für bestimmte Anwendungen wie Drucken, E-Mail oder Publishing von Scans und das Übertragen an das Agfanet – mit einem einzigen Tastendruck. Der Agfanet Print Service übermittelt ausgewählte Bilder per Internet an ein Fotolabor, um dort professionelle Abzüge auf Fotopapier anfertigen zu lassen. Für den einfachen Plug-and-Play-Anschluß und die schnelle Datenübertragung ist der Scanner mit einer USB-Schnittstelle ausgestattet. Der SnapScan e25 wird seit Dezember zu einem empfohlenen Herstellerpreis von 249 DM angeboten.

Metz
TV. VIDEO. AUDIO. MECABLITZ



Analog
Digital
Leistungsstark

Zukunftssicher.
Bedienfreundlich.
Individuell.

Erleben Sie Fotografieren mit Metz. Digital oder Analog. Vom preisbewußten Einsteiger- bis hin zum Profi-Studio-Blitzgerät. Ihr Vorteil: durch das intelligente SCA-Adapter-System bleibt Metz Blitz und Zubehör – auch wenn Ihre Kamera wechselt. Mehr Informationen von Metz-Werke, Abteilung MBIF, Postfach 1267, 90506 Zirndorf.



Metz Infos im Internet: www.metz.de

Metz. Immer erster Klasse.

Von der Aufnahme bis zum Bild Produktvielfalt bei Tetenal

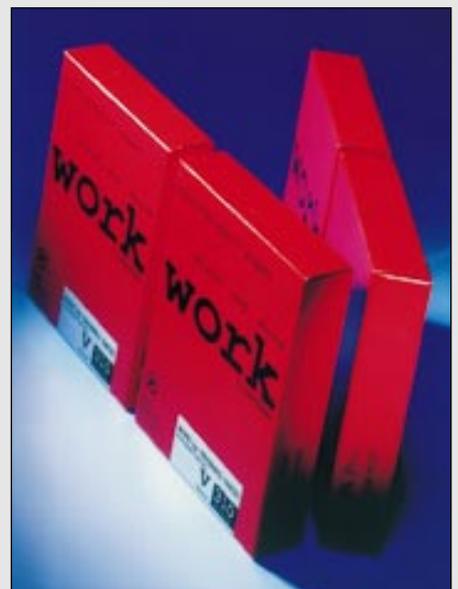


Trotz der Produktvielfalt stand der Laborbereich im Mittelpunkt der diesjährigen photokina – speziell die neue Feststoffchemie sorgte für Furore. Eine Weltneuheit ist das 2-Kartuschen-System „s-eco“, das mit dem Kooperationspartner Gretag für Minilabs entwickelt wurde.

Revolution im Minilab

Die neuen Verarbeitungskemikalien in Granulatform verändern die Imaging-Welt in den Bereichen Prozeßstabilität, Wirtschaftlichkeit, Effizienz und Umweltverträglichkeit. Im Gegensatz zu den bisherigen Minilab-Chemikalien, die auf sieben Komponenten beruhen, basiert s-eco lediglich auf zwei Einheiten: einer Film- und einer Papier-Cartridge. Die Cartridges sind vergleichbar mit den Tonerpatronen in einem Fotokopierer und werden einfach an das Minilab angedockt. Innerhalb des Minilabs werden die Cartridges geöffnet und das Granulat mit Leitungswasser vermischt. Die Vorteile dieses Verfahrens liegen klar auf der Hand:

Aus dem Labor-Spezialisten von einst ist ein Lieferant mit vielseitigem Produktangebot geworden, das von der Aufnahme bis zum Bild reicht. Nachdem im Laborsektor schon seit geraumer Zeit die Produkte von Durst, Nova und SpotPen zum Standard-Sortiment gehören und der Digitalbereich mit Ink-Jet-Papieren abgedeckt wird, geht die Expansion nun mit den Blitzgeräten von Elinchrom in Richtung Studioausrüstung.



Auf der photokina präsentierte Tetenal eine ganze Reihe neuer Produktideen, darunter unter anderem die Feststoffchemie für die Prozesse C-41 und RA-4, das moderne Gradationswandelpapier Work Vario und Anti Dust Mini (Bild oben), das in den Bereichen Foto, Büro, Computer, HiFi und Video für eine umweltfreundliche Reinigung empfindlicher Geräte sorgt.



Eine interessante Produktpalette an Studioblitzgeräten der Firma Elinchrom rundet das Tetenal Vertriebsprogramm ab. Besonders die neue Digital-Serie (Bild Mitte) zeichnet sich durch interessante Features und ein hohes Leistungsspektrum aus.



Zeitersparnis: Das Nachfüllen geschieht in wenigen Sekunden ohne Kontakt zur Chemie. Das lästige Abmessen und Mixen entfällt.

Logistik: Im Vergleich mit flüssiger Chemie ist s-eco kostengünstig zu lagern und zu transportieren.

Sicherheit: Die Kartuschen sind farblich gekennzeichnet, so daß Verwechslungen und Ansatzfehler nahezu ausgeschlossen sind.

Umwelt: s-eco ist völlig geruchlos und sorgt für ein neutrales Raumklima. Außerdem sinkt durch die kompakten Kits das Abfallvolumen.

Alle Faktoren schlagen sich natürlich auch positiv auf die Betriebskosten nieder.

Tabletten und Perlen

Ebenfalls neu ist die Feststoffchemie jetzt auch für Selbstverarbeiter. Hier bietet Tetenal die Colortec RA-4 Photoparls und die Colortec C-41 Phototabs an. Beide Produkte basieren auf der neuen G-Chem-Technology mit den bereits oben beschriebenen Vorzügen. Weitere Neuheiten und Verbesserungen im Chemiebereich sind:

Eukoprint Professional AC, ein Hydrochinon-freier SW-Positiventwickler, der aufgrund einer neuen Rezeptur die Silberschlammabildung unterbindet.

RA-4 monoline II, ein neu konzipierter 1-Part-Farbenentwickler für Minilabs mit mittlerem Durchsatz.

RA-4 BX-MR, ein Bleichfix für Minilabs mit mittlerem Durchsatz, das durch seine vorteilhafte Anwendung und eine Regeneriertrate von nur 100 ml/qm überzeugt.

Papier – verbessert und variabel

Das seit rund zehn Jahren etablierte Schwarzweiß-Papier „Work“ ist jetzt auch als Gradationswandelpapier „Works Vario“ erhältlich. Das Papier richtet sich an Einsteiger und Profis, die die Vorteile eines preisgünstigen Mediums nutzen möchten, ohne auf die Qualität eines Premiumpapiers zu verzichten. Besonders Fine-Art-Fans werden die Neuauflage des Work-Konzepts begrüßen, da sich mit dem hochwertigen Arbeitsmaterial kostengünstige Belichtungsreihen erstellen lassen. Aber auch ambitionierte Maschinen- und Schalenverarbeiter werden die hohe Verarbeitungstoleranz, die klare Grauwertabstufung und die hervorragende Planlage zu schätzen wissen. Das neue Gradationswandelpapier zeichnet sich durch einen neutralen Bildton sowie eine beeindruckende Glanz- und Brillanz-Charakteristik aus.

Ebenfalls wird das erfolgreiche Colortec RA-4 Papierprogramm im Profibereich weiter ausgebaut. Das Colortec RA-4 Professional II Color Negativpapier verfügt über einen deutlich verbesserten Magenta-Kuppler, der für eine optimierte Farbwiedergabe im Rot- und Purpurbereich sorgt. Auch das Professional II Papier zeichnet sich durch hohe Neutralität, reine Bildweißen sowie neutrale, satte Schwärzen aus. Es ist mit glänzender Oberfläche in Rollenbreiten von 12,7 bis 30,5 cm ab sofort lieferbar.

Fotorealismus mit spectra jet

Tetenal spectra jet Inkjet Materialien konnten sich aufgrund ihrer qualitativen Vorzüge hervorragend im Markt etablieren. Mit neuem Verpackungsdesign werden jetzt weitere innovative Produkte mit Fotoqualität angeboten:

- Das 160 g Glossy Papier verfügt über eine hohe Tintenaufnahmekapazität und sehr gute Bildweißen.
- Das beidseitig bedruckbare High Glossy DC 210 g bietet brillante Weißen und einen hervorragenden Glanz. Dank seiner glänzenden Vorder- und der matten Rückseite läßt es sich flexibel einsetzen.
- Das Porträt Papier 240 g mit Seidenglanz-Oberfläche auf PE-Trägermaterial wurde speziell für die Wiedergabe hochwertiger Porträts sowie für professionelle Proofs konzipiert.
- Das High Glossy Special 264 g verfügt über echte Fotopapierstärke und läßt sich haptisch wie optisch nicht mehr von Fotopapier unterscheiden.
- Das spectra jet Fine Art richtet sich an Kunstliebhaber. Obwohl es sich bei dem „Canvas Textile“ um beschichtetes Baumwollgewebe und dem „Aquarell Papier 230 g“ um echtes Büttenpapier handelt, sind keinerlei Qualitätsabstriche bei der Ausgabe fotorealistische Bilder festzustellen – ideal für hochwertige Kunstreproduktionen. JG

www.fotomarktplatz.de

Seit Beginn dieses Jahres hat die Canon Euro-Photo GmbH, Willich, den Vertrieb für die komplette Digitalkamera-Range übernommen. **imaging+foto-contact** sprach mit Joachim Rozek, der seit Anfang Juli 2000 neben seiner bisherigen Position als Manager Sales Photo Professional für den Bereich Photo Digital verantwortlich ist.



Joachim Rozek, Manager Sales Photo Professional und Photo Digital, sprach mit **imaging+foto-contact** über Canons Zukunftspläne im Digitalmarkt.

Interview mit Joachim Rozek,
Manager Sales Photo Digital,
Canon Euro-Photo GmbH

Canon unterstützt den Fachhandel mit Verkaufsorganisation für den Digitalmarkt

„Wir bauen den Markt aus“

imaging+foto-contact: Herr Rozek, wie ist der Vertrieb für den Bereich Digitalkameras bei Canon aufgebaut?

Joachim Rozek: Unser Vertrieb ist in die Bereiche Foto, Video und Digital gegliedert. Das bedeutet, daß ein Foto-

händler Besuch von drei Außendienstmitarbeitern bekommt.

imaging+foto-contact: Weshalb läuft der Vertrieb von Digitalkameras separat?

Joachim Rozek: Das Thema ist nach wie vor komplex, und man kann sich mit einem

Außendienstmitarbeiter, der gut mit diesem Thema vertraut ist, besser auf die Schwerpunkte konzentrieren, um dem Handel mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Das bedeutet jedoch nicht, daß unsere Außendienstmitarbeiter, die für Digitalkameras zuständig sind, nicht auch Aufträge für den Bereich Video und analoge Fotografie mitnehmen und umgekehrt. Uns ist die starke Präsenz im Handel sehr wichtig. Unsere Partner sollen kompetente Beratung erhalten und in die digitale Welt integriert werden.

imaging+foto-contact: Wie sehen denn die Unterstützungsmaßnahmen für Ihre Handelspartner aus?

Joachim Rozek: Mit der photokina haben wir ein Pilotprojekt gestartet.



„Die Digital IXus ist unser Bestseller. Sie zählt zu den meist verkauften Digitalkameras im Markt“.



Canons Internetauftritt Powershot.de liefert Informationen rund um die Digitalkamera. „Powershot.de ist eine wichtige Unterstützung für die Ausdehnung des Informationskanals“, so Rozek.

Den Händlern werden verkaufsfördernde Seminare angeboten und Mitarbeiteschulungen werden organisiert. Dabei werden die Seminarteilnehmer natürlich auch im Umgang mit der Technik vertraut gemacht, beispielsweise dem Einsatz der diversen Features bei der Digital Ixus. Zudem wollen wir den Informationskanal ausdehnen. Eine wichtige Unterstützung bietet uns hierfür auch unser Internetauftritt Powershot.de. Wir legen neben Eye-Catchern und ausgefeilten Werbekonzepten Wert auf ständige Präsenz im Handel und suchen mit unseren Handelspartnern den offenen Dialog.

imaging+foto-contact: Wie definieren Sie Ihre Marktposition im Digitalkamera-Segment?

Joachim Rozek: Die Digital Ixus ist ein Bestseller. Sie zählt zu den meist verkauften Digitalkameras im Markt. Auch mit den anderen Modellen konnten wir erhebliche Wachstums- und Umsatzsteigerungen erreichen. Wir befinden uns zur Zeit auf Platz drei und werden weiterhin in dieses dynamische Marktsegment investieren.

Mit der Produktpalette, die für das kommende Jahr geplant ist, haben wir äußerst gute Chancen, noch weiter nach vorne zu kommen.

imaging+foto-contact: Welcher Einsatz ist Ihrer Meinung nach von seiten des Handels gefragt?

Joachim Rozek: Dem Endverbraucher muß der Umgang mit einer Digitalkamera noch näher gebracht werden. Denn es ist immer noch der Fall, daß

zwar jeder über Digitalkameras spricht, die technische Barriere zu den Produkten aber noch nicht ganz überwunden ist. Viele verbinden eine Digitalkamera immer noch mit dem perfekten Umgang mit dem PC, und das ist falsch. Eine Digitalkamera ist nicht unbedingt an einen PC gekoppelt. Dem Endverbraucher bieten sich zahlreiche Möglichkeiten, auch ohne PC an seine Prints zu gelangen, und genau an diesem Punkt ist wieder der Handel gefragt. Es ist nicht ausschlaggebend, Pixel zu verkaufen, sondern dem Kunden auch den Spasseffekt und die kreativen Möglichkeiten, die sich mit einer Digitalkamera eröffnen, zu vermitteln. Für den Handel ergeben sich mit den neuen digitalen Produkten zahlreiche Geschäftsmöglichkeiten.

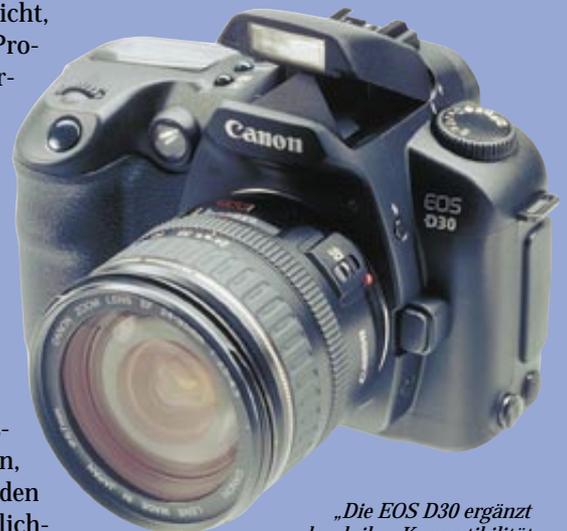
imaging+foto-contact: Mit welchen Werbemaßnahmen wollen Sie den Abverkauf im Handel unterstützen?

„Nicht nur Pixel sind wichtig, sondern auch der Fun-Effekt.“

Joachim Rozek: Für das Jahr 2001 ist einiges geplant. Zum einen werden wir eine größere Produktpalette haben, und zum anderen steht noch einiges an Promotion-Aktivitäten und Händlerunterstützung auf dem Plan.

Der Endverbraucher muß an neue Produkte herangeführt werden. Eine kompetente Beratung ist dabei unerlässlich. Wir sind bestrebt, den Digitalkameramarkt weiter auszubauen und sehen dafür sehr gute Möglichkeiten. Neben unserem Bestseller, der Digital Ixus, ist die Powershot G1 ein weiteres besonderes Modell. Sie bietet ein umfangreiches Zubehör.

Das gleiche gilt für die digitale Spiegelreflexkamera EOS D30. Sie ergänzt durch ihre Kompatibilität die bereits bestehende EOS-Ausrüstung beim Anwender und findet somit auch Akzeptanz bei Profi-Fotografen.



„Die EOS D30 ergänzt durch ihre Kompatibilität die bereits bestehende EOS-Ausrüstung beim Anwender.“

imaging+foto-contact: Mit welchen Promotion-Aktivitäten kann der Handel in der Weihnachtszeit rechnen?

Joachim Rozek: In der von uns zur Verfügung gestellten Weihnachtsdeko für den Handel sind Elemente enthalten, die auch die Digitalkameras bewerben.

Spezielle Promotion-Aktivitäten für den Digitalkamera-Bereich wird es 2001 geben.

imaging+foto-contact: Wie sieht denn die Lieferfähigkeit in der Weihnachtszeit aus?

Joachim Rozek: Wir werden in der Weihnachtszeit alle Modelle in der gewünschten Stückzahl liefern und mit einem ausreichenden Kontingent auf dem Markt vertreten sein.

imaging+foto-contact: Mit welchen Vertriebskanälen arbeiten Sie zusammen?

Joachim Rozek: Kein Hersteller kann es sich im hart umkämpften Digitalkameramarkt leisten, auf effiziente Vertriebskanäle zu verzichten. Der Fotohandel hat in den vergangenen Jahren bewiesen, daß er ein außerordentlich kompetenter Vertriebsweg für Digitalkameras ist. Zudem arbeitet Canon Euro Photo mit unseren Fachhandelspartnern hervorragend und zum beiderseitigen Nutzen zusammen. Wir sehen uns verpflichtet, unsere Partner im Fotofachhandel bei der Erschließung der neuen Märkte zu unterstützen.

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



„Die Powershot G1 ist ein Modell, das umfangreiches Zubehör bietet.“



Eine übersichtliche Menüführung macht die Handhabung der Brodos cash-up Software einfach.



Das Geschäft mit PrePaid-Handys boomt. Bis die Kurve der Verkaufszahlen in den kommenden Jahren abflacht, werden sich noch einige Millionen Verbraucher ein PrePaid-Gerät zulegen. Sie alle, derzeit sind es schätzungsweise rund 15 Millionen, benötigen mehr oder weniger regelmäßig

neues „Futter“ für ihre PrePaid-Karten. Die Brodos AG, Baiersdorf, hat jetzt mit brodos cash-up ein neues Verfahren zur Aufladung von PrePaid-Karten entwickelt, das auch branchenfremden Händlern attraktive Zusatzumsätze verspricht – und zwar ohne jegliches finanzielles Risiko.

PrePaid-Aufladung auch im Fotohandel

Alles, was der Händler benötigt, um die Vorteile von brodos cash-up nutzen zu können, sind ein Computer oder eine Computerkasse mit Internetzugang, eine Tastatur mit internem oder externem Smart-Card-Lesegerät, die Geschäftsoptimierungssoftware brodos-PoS, die Brodos kostenlos liefert, und eine Brodos Membercard, die der Händler innerhalb weniger Tage kostenlos erhält, nachdem er sich auf der Website des Unternehmens angemeldet hat. Um Interessenten, die bislang keine Tastatur mit Smart-Card-Lesegerät besitzen, den Einstieg in brodos cash-up zu vereinfachen, hält das Baiersdorfer Unternehmen für 100 Euro ein Startset mit Tastatur und Karte bereit.

quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

Mit brodos cash-up ändert sich der bisherige Vorgang der Kartenaufladung. Will der Kunde sein PrePaid-Guthaben auffrischen, erhält er keine Rubbelkarte mehr. Stattdessen wird der Aufladewunsch durch den Händler, der sich mit Hilfe seiner Smart-Card als berechtigter Nutzer ausgewiesen hat, per gesicherter Online-Verbindung zum Brodos Rechenzentrum weitergeleitet. Dort liegen die Nummern, die zur Freischaltung der Telefonie-Guthaben benötigt werden, für alle vier Netzbetreiber bereit. Sekunden später erhält der Kunde per SMS die Bestätigung über den erfolgten Kauf des Guthabens. Den auf diese Weise freigeschalteten Betrag zahlt der Kunde

direkt beim Händler, der dann mit dem Netzbetreiber abrechnet.

Neben dem Verzicht auf die Rubbelkarte bietet dieses Verfahren zahlreiche Vorteile. So braucht der Händler keine PrePaid-Karten zu kaufen, sein Kapital ist dadurch nicht gebunden, und auch Lagerhaltung und Verwaltungsaufwand für die Karten ent-

fallen. Zudem besteht kein Diebstahlsrisiko mehr. Darüber hinaus hat der Händler Zugriff auf alle PrePaid-Karten, gleichgültig, ob er selbst mit den Anbietern in geschäftlichem Kontakt steht oder nicht.

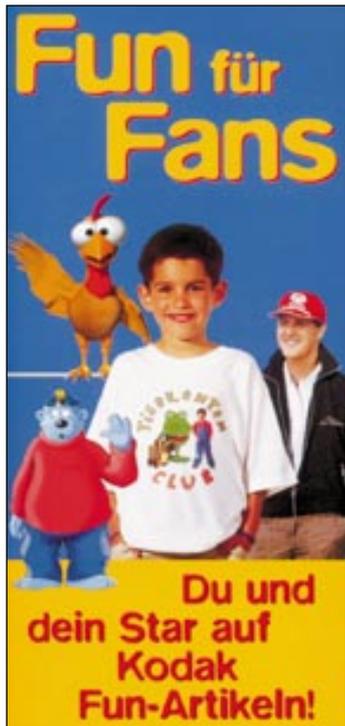
Derzeit beschränkt sich das Angebot auf die vier deutschen Netzbetreiber, aber, geht es nach den Plänen der Verantwortlichen bei Brodos, werden nach und nach auch immer mehr ausländische PrePaid-Karten in das cash-up-Angebot integriert. „Unser Ziel ist es, Partnern mit einem hohen Anteil ausländischer Kunden, beispielsweise in Flughäfen, in der Nähe der Grenzen oder in den populären Einkaufsstraßen der deutschen Großstädte, die Möglichkeit zu geben, jede weltweit angebotene Karte auffrischen zu können,“ meinte Christian Butzer, Brodos-Vorstand Marketing und Vertrieb. Um dieses Ziel zu erreichen, steht Brodos derzeit in vielen Ländern der Erde in Verhandlungen mit den jeweiligen Netzbetreibern.

Außerdem soll es zukünftig möglich sein, jeden beliebigen Betrag aufladen zu können. So soll sich etwa der Schüler, der nur 13,50 DM übrig hat, diese Summe ebenso gutschreiben lassen können wie der Geschäftsmann oder der Urlaubsreisende, der ins Ausland fährt und sein PrePaid-Konto vorsichtshalber mit mehreren hundert DM auffüllen will.

Doch während diese Vorhaben noch Zukunftsmusik sind, ist ein letzter Vorteil bereits vorhanden: „Händler, die sich an brodos cash-up beteiligen, erhalten eine deutlich höhere Provision als sie jetzt beim Verkauf der PrePaid-Rubbelkarten bekommen“, betonte Christian Butzer.

Kodak Fun Service

Da immer noch viele Verbraucher nicht die Möglichkeiten kennen, die digital aufgenommene Bilder bieten, führt Kodak jetzt für seine Handelspartner den Kodak Fun Service ein. Rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft soll die neue,



im Frühjahr angekündigte Bilderlinie mit einem umfangreichen Produktkatalog, in dem Foto-Shirts, Tassen, Puzzles etc. abgebildet sind, die Verbraucher über individuelle Fotogeschenke aufklären. Der Kodak Fun Bilder Service bietet insgesamt 14 unterschiedliche Bild-Ideen, von Fun-Bildern für Fans, Postern, Puzzles, Baseballkappen über Tassen, Visitenkarten, Mousepads bis hin zu Anhängern, Uhren, Ministickern und Bild-vom-Bild. Einen Schwerpunkt bilden dabei die Fun-Bilder für Fans. Kodak ist es gelungen, mit verschiedenen Lizenzgebern eine Vereinbarung zu treffen, so daß beispiels-

weise Formel 1-Weltmeister Michael Schuhmacher ebenso im Bild dargestellt werden darf wie Käpt'n Blaubär, die Tigerente und der Frosch aus dem Tigerenten-Club. Speziell für diese Aktion geschaffene Motive erlauben es, neben den beliebten Charakteren selbst auch noch individuelle Kundenfotos und kurze Texte digital in die Vorlagen einzufügen.

CompactFlash-Cards mit 320 MB

Die euric AG, Mudersbach, bietet ab sofort CompactFlash-Cards mit einer Speicherkapazität von 320 MByte an. Die robusten, nur 36 x 43 x 5 mm großen und 17 g leichten Typ-II-Speicherkarten entsprechen dem PC-Card-ATA-Standard. Zu den wichtigsten Anwendungsgebieten der flexibel einsetzbaren Speichermedien gehören digitale Kameras, MP3-Player, PDAs, Notebooks, Palmtops, mobile Telefone und digitale Audiorecorder. CompactFlash-Karten basieren auf Flash-Halbleiter-Speicherchips und verfügen über einen integrierten ATA-Controller. Dieser überwacht sowohl die Schnittstellenprotokolle, Datenspeicherung und -wiederherstellung als auch die Taktgenerierung und das Power-Management. Umfangreiche Diagnoseroutinen und ein leistungsfähiger ECC-Fehlerkorrektur-Algorithmus sorgen für eine hohe Datensicherheit. Darüber hinaus bieten die Karten den Low-Power-Vorteil mit einem stromsparenden Auto-Sleep-Modus. Die neuen 320-MB-Karten runden das CompactFlash-Card-Portfolio der euric AG nach oben ab. Das Unternehmen bietet für Kunden im Bereich der digitalen Fotografie die komplette Palette an PC-Card-Zubehör.

Über 50 Jahre Partner des Handels – 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

Bremaphot

Biedeback & Co. (GmbH & Co.)

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

Dominik Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

☎ 0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59
www.dinkel-foto.de

Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

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

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, Digital und Imaging!

256 MB-CompactFlash-Karte von Kingston

Qualitätsmedien für den digitalen Fotomarkt

Die Kingston Technology ist einer der weltweit größten Hersteller für Speicherprodukte. Bekannt ist das Unternehmen vor allem als Hersteller von Memory-Produkten, die sich in Servern, Workstations, Desktops und Notebooks wiederfinden. Monatlich produziert Kingston etwa eine Million Speichermodule. Gemäß einer im September dieses Jahres getroffenen Vereinbarung wird Kingston weltweit Speicher für Toshiba herstellen. Mit einem umfangreichen Sortiment an Speicherkarten, darunter eine 256 MB-CompactFlash-Karte, setzt das Unternehmen jetzt auch gezielt auf den Fotohandel. Christian Marhöfer, Business Development Manager PPD bei Kingston, sprach mit der Redaktion von *imaging+foto-contact* darüber, wie das Unternehmen den Fotohandel beim Verkauf von Kingston-Speichermedien unterstützen möchte.

Der Hauptdistributor für Kingston in Deutschland ist David Communication, ein Unternehmen, das eng mit dem Laupheimer Fotoversand Wutz zusammenarbeitet. Sie übernehmen den Vertrieb der Speichermedien im Fotohandel. Mit der neuen 256 MB high-capacity CompactFlash-Karte, die ab

sofort lieferbar ist, können Digital-Fotografen bis zu 2500 Bilder abspeichern. Mit dieser hohen Kapazität ist sie das neue Flaggschiff des CompactFlash-Produktportfolios von Kingston, zu dem Karten von 8 bis 192 MB gehören. Darüber hinaus gehören SmartMedia-Karten mit Kapazitäten von bis zu 64 MB (in Kürze werden auch Karten mit 128 MB erhältlich sein), ATA-Flashkarten PCMCIA Typ II mit bis zu 512 MB sowie ATA Data-Packs (PCMCIA Typ II), die sogar Platz für Daten in einer Menge von bis zu 2 Gigabyte haben, zum Sortiment. Vervollständigt wird es durch verschiedene USB-Lesegeräte sowohl für SmartMedia als auch für CompactFlash-Karten.

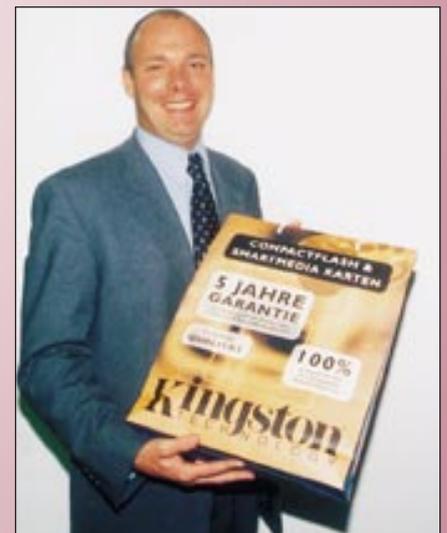
Qualität

Verschiedene Faktoren sprechen für die Qualität der Kingston-Speichermedien. So erklärte Christian Marhöfer: „Zum einen bieten wir unser umfassendes Know-how auf dem Gebiet der IT-Technologien. Das 1987 gegründete Unternehmen Kingston ist der weltgrößte Speicherhersteller. Diese Erfahrung haben wir auch auf die Produktion unserer Speichermedien, die für Digitalkameras geeignet sind, übertragen.“ Auch die Qualitätssicherung wird bei Kingston groß geschrieben. So wird jedes einzelne Produkt vor der Auslieferung in den unternehmenseigenen Werkshallen getestet. „Auf diese Weise vermeiden wir

von vornherein klassische Speicherfehler. Mit 0,03 Prozent haben wir die niedrigste Fehlerquote bei unseren Produkten in der gesamten Halbleiterindustrie“, verdeutlichte Marhöfer. Darüber hinaus gewährt Kingston auf alle CompactFlash-Karten fünf, auf alle SmartMedia-Karten zwei Jahre Garantie und eine hundertprozentige Kompatibilität zu den gängigsten Digitalkameras.

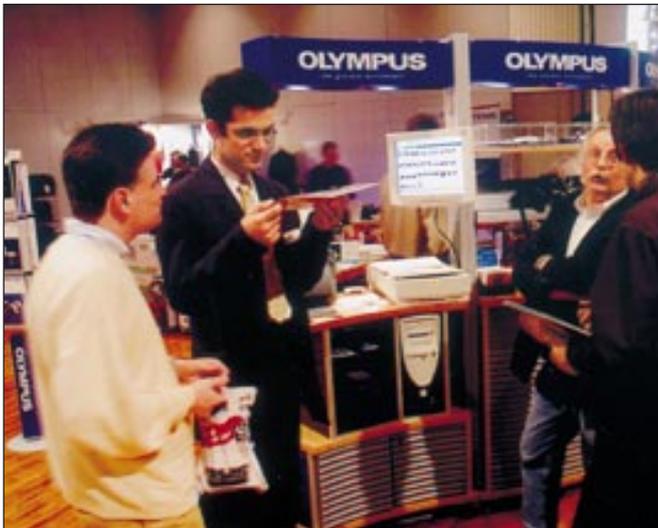
Verkaufunterstützung

Kingston bietet den Händlern ein Partnerprogramm an, das die umfassende Versorgung der Partner mit PoS-Material sowie die Nennung autorisierter Stützpunkthändler auf der Kingston-Internetseite gewährleistet. Endkunden wird hier ein Händler in ihrer Nähe genannt, der das Speicherkartensortiment des Unternehmens anbietet. Darüber hinaus geht in regelmäßigen Abständen ein Newsletter an die Händler, der wichtige Informa-



„Wir bieten auch bei Speicherkarten für digitale Kameras eine hohe Qualität, die aus unserer langjährigen Erfahrung bei der Produktion von Speichermodulen resultiert“, erklärte Christian Marhöfer.

tionen zu diesem Thema enthält. Marketing-Materialien wie bedruckte Taschen, Kassenteller und Thekendisplays mit einer Sortimentsauswahl stehen den Händlern zur Verfügung, um die Marke Kingston im Geschäft präsent zu machen. *höl*



„Digital oder Analog Event“ bei Oehling

Um den aktuellen Qualitätsstandard bei analoger und digitaler Fotografie ging es bei einem „Digital oder Analog Event“, zu dem Foto & Video Oehling nach Mainz eingeladen hatte. Unterstützt durch Olympus (mit Digitalkameras und Zubehör) und Leica (mit analogen Kameras und Zubehör) sowie den Fotoprofi Helge Strauß, drei Profimodelle und eine Visagistin, hatten rund 500 Besucher die Gelegenheit, moderne Fototechnik in Theorie und Praxiseinsatz zu erleben. Selbstgeschossene Digitalaufnahmen wurden auf verschiedenen Druckerstationen sofort zur Begutachtung geprintet. Alle fotografischen Aktivitäten wurden zudem gefilmt und dem Publikum auf einer Großleinwand plakativ vorgeführt. Ein Leica Service Center checkte alle vorgelegten Leica Kameras. Ergänzend präsentierten die Hersteller Novoflex, Lowepro, Tetenal und Liesegang ihr Sortiment.



Neuer Bilderdienst im Internet

Unter www.photomedia.de hat der neue Online-Bilderdienst der Photomedia AG, Chemnitz, seine Arbeit aufgenommen. Der Surfer findet auf den Seiten eine ausgefeilte Suchmaschine, die alle Händler auflistet, die an dem Projekt beteiligt sind. Außerdem bietet photomedia.de eine Bildertheke, eine Bildergalerie, einen redaktionellen Teil mit Branchenneuigkeiten, eine Hersteller-Pinwand, eine Digitalkamerabörse sowie die Anleitung und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Werden Sie noch heute LEXAR Händler!

Der schnelle DIGITAL FILM

Smart Media, CF, PC-Karten, Adapter, Zubehör

- Spitzenqualität vom Markenhersteller
- Günstiger Lexar CF-Leser
- Exklusive Leistungsmerkmale

Erfragen Sie Preise und Ihre Konditionen:

JOB0
Labortechnik
 Tel. 02261 / 545-70
 Fax. 02261 / 545-42
h.c.kaiser@jobo.com
www.lexarmedia.com

LEXAR

Media™

JOB0 FOR YOUR BEST IMAGE

Schwarzweiß-Wandkalender von Leica

„my point of view“ ist der Titel des Schwarzweiß-Wandkalenders, den die Leica Camera AG für das Jahr 2001 herausgegeben hat. Sechs international erfolgreiche Fotografen zeigen in dem hochwertig gedruckten Kalender jeweils zwei persönlich ausgewählte Sichtweisen. Der Bogen der Lieblingsmotive reicht von Reportagefotos aus Sibirien und dem Kosovo bis zu Aktaufnahmen und Porträts weltberühmter Modelle. Die Aufnahmen stammen von folgenden Fotografen: Bryan Adams, Claudine Doury, Claus Bjorn Larsen, Maik Scharfscheer, Páll Stefánsson und Adolf Zika. Der Kalender im Format 43 x 59 cm soll für 49 DM verkauft werden.

Workshop für Karnevalsmuffel mit Canon

Für alle, die Karneval, Fastnacht oder Fasching für ganz normale Tage halten, bietet Canon am 24./25. Februar 2001 in Zusammenarbeit mit der VHS Moosburg einen Workshop zum EOS-System an. Nach einer Einführung von Siegfried Werner und der Systemerläuterung durch Canon Trainer Jürgen Denter haben die Teilnehmer Gelegenheit, mit analogen und digitalen EOS-Kameras zu arbeiten. Die verwendeten Kodak Ektachrome Filme werden vor Ort im Tetenal Drei-Bad-Verfahren entwickelt. Die Prints werden anschließend mit einem Canon FS 2710 gescannt und auf einem Canon BJC 8200 gedruckt. Die Teilnehmerzahl ist auf zwölf begrenzt. Anmeldungen bei der VHS Moosburg a.d. Isar, Hertha Schadt, Telefon 08761/5060, Fax 08761/61966.



Dörr bietet erstmals Aluminium-Kugelhöfe an

Erstmals bietet Dörr Foto Marketing jetzt eine Serie von präzisen Kugelhöfen mit dem Qualitätsmerkmal „Made in Germany“ an. Die vier Modelle sind aus hochwertigem Aluminium gefertigt und bieten mit ihrer großen Klemmkraft eine sichere Verbindung zwischen Stativ und Kamera. Je nach Modell sind sie mit zwölf bis 40 Millimeter großen, leichtgängigen Kugeln ausgerüstet und für das Arbeiten mit Kleinbildkameras mit Teleobjektiven und Mittelformatkameras geeignet. Große, griffige Feststellknöpfe ermöglichen sicheres Fixieren der Kamera in

jeder möglichen Position. Darüber hinaus sind die größeren Modelle mit einer Friktionsbremse ausgestattet, die sich je nach Bedarf den individuellen Erfordernissen anpassen läßt. Das Topmodell der Serie hat zusätzlich noch eine Panorama-Einteilung, die weiteren Einstellkomfort ermöglicht.

Shiftobjektiv 4,5/55 mm für Mittelformat-Kameras

Neu im Programm bei B.I.G. Weiden ist das vollkommen neu konstruierte Profi-Shiftobjektiv Kiev PCS Arsat C 4,5/55 mm. Es wurde für 6 x 6 cm-Kameras mit K-6 Bajonett konstruiert und paßt beispielsweise an die Modelle B.I.G.-Six, Kiev 60, Exakta 66, Practisix sowie mit Adapter auch an die Mamiya 645. Das Objektiv läßt sich ganz einfach shiften, indem ein griffiger Ring um bis zu 90 Grad gedreht wird. Dadurch bewegt sich das Objektiv um maximal zwölf Millimeter aus der optischen Achse. Es ist 92 Millimeter lang und wiegt 870 Gramm.

Extrem kompaktes Universalzoom von Tokina

Tokina hat mit dem Modell AT-X 3,5-5,6/24-200 mm ein Universalzoom mit den Abmessungen 72 x 82 x 89 mm vorgestellt. Neben den extrem kompakten



Maßen ist bei dem Objektiv vor allem die Anfangsbrennweite von 24 mm zu nennen. Die optische Konstruktion des Tokina-Zooms besteht aus 15 Linsenelementen in 13 Baugruppen. Die Linsen sind MC-vergütet (Multi-coating) und sorgen so für hohe Abbildungsqualität. Scharfe Aufnahmen sind ab einer Mindestentfernung von 80 Zentimetern möglich. Mit dem Objektiv lassen sich Filter mit dem Durchmesser 72 mm einsetzen. Die Objektive mit Nikon D- und Canon-Anschluß kommen noch im Jahr 2000 auf den Markt, Varianten mit Minolta und Pentax Bajonett folgen im ersten Quartal 2001.

Neue Kleinbild-Kompaktkameras im Voigtländer-Sortiment

Voigtländer hat zum Weihnachtsgeschäft eine Reihe neuer Kameras ins Sortiment aufgenommen: Unter dem Namen Brillant AF2 stellte das Unternehmen, dessen Produkte exklusiv über Ringfoto vertrieben werden, unter anderem eine neue Kleinbild-Kompaktkamera vor, die sich mit einem Preis unter 100 DM vor allem an Einsteiger wendet. Die Kamera ist mit einem 5/27,2 mm Objektiv, Motor und Autoblitz ausgestattet. Sie arbeitet mit Programmautomatik und einer Verschlusszeit von 1/100 Sekunde. Scharfe Fotos sind ab einem Motivabstand von einem Meter möglich. Die Voigtländer Brillant AF2 ist in den Gehäusefarben Silbergrau, Champagner und Darkgreen zu haben.

Das 5,0-9,5/28-56 mm-Zoomobjektiv, das aktive Infrarotsystem und das eingebaute Blitzgerät sind die wichtigsten Ausstat-

tungsmerkmale der ebenfalls neuen Kleinbild-Kompaktkamera Voigtländer 2 x Zoom Brillant. Darüber hinaus besitzt die Kamera automatischen Filmtransport, Programmautomatik, Selbstausröser und ein Stativgewinde. Der Filmtransport vorwärts und rückwärts erfolgt motorisch. Optional ist eine Version mit Datenrückwand zu haben. Verkaufspreis: ca. 150 DM.



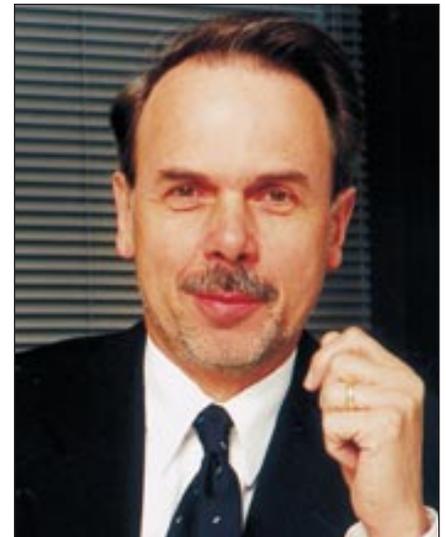
Vito 700 heißt das neueste Modell in Voigtländers Vito-Sortiment. Die Kleinbild-Sucherkamera verfügt über ein 5,2-9,8/35-70 mm Zoomobjektiv und sorgt mit ihrem aktiven Infrarot-Autofokussystem (mit Schärfespeicher) für scharfe Fotos. Für korrekte Belichtung besitzt die Kamera Programmautomatik und ein eingebautes Blitzgerät mit vier Funktionen. Einstellen der Filmempfindlichkeit und Filmtransport erfolgen automatisch. Weiterhin besitzt die Kamera einen Selbstausröser mit zehn Sekunden Vorlaufzeit sowie die Betriebsarten lange Verschluss-synchronisation, Hintergrund-Belichtungskorrektur, Nacht- und Landschaftsmodus. Nach dreiminütiger Nichtbenutzung schaltet sich die Voigtländer Vito 700 automatisch ab. Die Kamera gibt es sowohl mit als auch ohne Datenrückwand.

Postkartenbuch als Marketingidee

Auf der photokina hat Minolta ein Postkartenbuch vorgestellt, das speziell als Give-away für den Handel entwickelt wurde. Es enthält neben Bildern, die dem Leser Anregungen für eigene Motivideen geben sollen, auch einen kurzgefaßten Überblick über aktuelle Kamera-, Objektiv- und Scannermodelle. Im Mittelpunkt steht dabei die neue Spiegelreflexkamera Minolta Dynax 7, die ebenfalls auf der photokina 2000 Premiere feierte. Abgerundet wird das Postkartenbuch durch Informationen über die Minolta-eigene Fotozeitschrift „Minolta Spiegel“ und eine Leserumfrage, bei der es eine Dynax 7 zu gewinnen gibt.

„Wir haben bei der Produktion des Postkartenbuches besonderen Wert auf die hochwertige Qualität gelegt“, meinte Norbert Keller, Vertriebs- und Marketingdirektor Deutschland bei Minolta, im Gespräch mit *imaging+foto-contact*. „Der Händler soll das Buch verschenken und seinem Kunden damit das Gefühl geben, ein besonderer Kunde zu sein.“ Minolta hat den Händlern das Werbemittel kostenlos zur Verfügung gestellt (für Interessierte gibt es nur noch eine kleine Restauflage). Dabei wurde keiner der Handelspartner bevorzugt. Vielmehr lautete das Motto: „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst.“ Der Händler erhält mit dem Buch ein Entré beim Kunden, mit dem er diesem

den Weg zu Minolta-Produkten zeigen kann. Der Inhalt soll dem Kunden laut Keller einerseits die faszinierende Welt der Fotografie näherbringen, andererseits soll er einen Einblick in Minoltas Fotowelt ermöglichen. Der Kunde soll inspiriert werden, selbst eine (Minolta-) Kamera, ein Objektiv oder einen Scanner in die Hand zu nehmen und eigene Fotoideen umzusetzen. Letztendlich sei das Postkartenbuch eine kleine Gesamtübersicht über das derzeitige Minolta-Programm. Allerdings habe die Darstellungsform natürliche Grenzen. So habe man nicht auf technische Details eingehen können, etwa die Linsenkonstruktionen der Objektive oder sämtliche Ausstattungs-



Norbert Keller, Vertriebs- und Marketingdirektor Deutschland bei Minolta

merkmale der Spiegelreflexkameras. Zu den Produktinformationen gibt es auch Hinweise auf die Preise, die jeweils mit unterschiedlichen Farben gekennzeichnet sind. Allerdings nennt Minolta keine exakten Verkaufspreise, sondern lediglich grob umrissene

Minolta legte ungewöhnlichen Prospekt auf

Preisbereiche, um möglichen Kaufinteressenten eine ungefähre Vorstellung zu vermitteln.

Das Postkartenbuch sei als Marketinginstrument für den Händler konzipiert worden, damit dieser dem Amateur etwas schenken könne, das nicht nur Informationen und Anregungen für ihn bereithält, sondern auch noch einen Zweitnutzen bietet. Denn bis auf den Einband lassen sich sämtliche Seiten wie vollkommen normale Postkarten verschicken. Dazu sind die Seiten perforiert und entsprechend bedruckt.

Wichtiger Teil des Postkartenbuches ist die Umfrage. Hier möchte Minolta vom Leser (oder Betrachter) wissen, welche Meinung er zu Minolta-Produkten, dem Minolta System Club und dem „Minolta Spiegel“ hat. Die Antworten sollen zum Beispiel für weitergehende Marketingaktionen, etwa Direct Mailing, ausgewertet werden. Als Belohnung für ihr Engagement wird unter den Einsendern eine Minolta Dynax 7 verlost.



Im Mittelpunkt des Postkartenbuches steht die neue Spiegelreflexkamera Minolta Dynax 7.

QSS-2611



Digital
Imaging
Analog

AKTION

Gültig bis
31.12.2000

- ▶ **QSS-2611 / 8 (Mainbody)**
inkl.:
 - ▶ Digitalstation zur Verarbeitung aller analogen und digitalen Daten auf Fotopapier
 - ▶ APS Auto Negativ-Mask

- ▶ **Wir finanzieren**
Full-Service-Leasing
 - ▶ **Anzahlung**
Ihr 'altes' MiniLab
oder ca. 20 % des Kaufpreises

 - ▶ **Laufzeit** 48 Monate

 - ▶ **Winter-Rate**
ca. DM 2.862,25 (November - April)

 - ▶ **Sommer-Rate**
ca. DM 4.342,45 (Mai - Oktober)

- ▶ **4 Jahre Garantie**
lt. Service Vertrag
ohne Verbrauchsmaterial

- ▶ **Wir nehmen Ihr 'altes' MiniLab in Zahlung**

Noritsu MiniLabs
Weltweit die Nr.1

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

Auch bei der photokina 2000 lag einer der Schwerpunkte auf Zubehör für Aufnahme, Präsentation und Archivierung. imaging+foto-contact hat sich bei einigen der wichtigsten Hersteller und Anbieter über deren aktuelle Neuheiten informiert. Auf den folgenden Seiten haben wir eine Auswahl der Produkte zusammengestellt, die wir für besonders wichtig, attraktiv oder nützlich halten.

Ein sechsstufiger Bericht kann naturgemäß nicht mehr sein als ein Appetitanreger, der dem Handel Ideen liefern soll, welche Produkte und Produktgruppen ihm im Winter- und Weihnachtsgeschäft zur Verfügung stehen.



Bild links: Hartmut Reck zeigte am Stand der Kürbi – Otto Tönnes GmbH ein Modell der neuen Bilora Milano Taschenserie. Bild rechts: Detlev Gottwald gab am Becker+Hach-Stand einen Einblick in die aktuellen Rahmenmodelle des Eschweger Herstellers.

photokina zeigte eine Fülle von Zubehör-Neuheiten

Der Überblick erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Im Gegenteil: Um die Fülle aller Produkte auch nur annähernd bewältigen zu können, haben wir uns jeweils nur stichprobenartig ein oder zwei besonders hervorzuhobende Artikel herausgegriffen. So gab es beispielsweise bei **Becker+Hach** das neue Portrait-Rahmen-



Sortiment zu sehen, das speziell für den Fachhandel entwickelt wurde. Es besteht aus 16 unterschiedlichen Modellen in den Formaten 4,5 x 4,5 cm bis

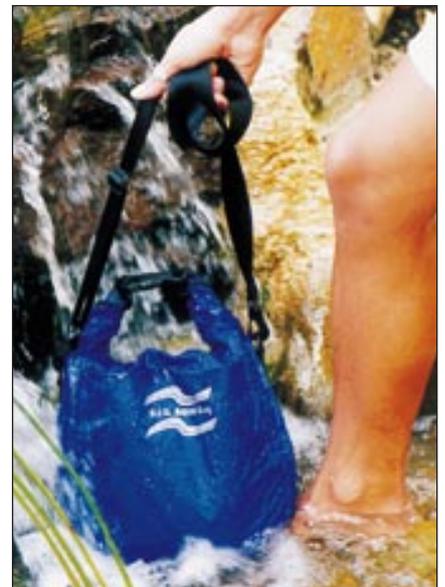
15 x 20 cm. Die Materialien erstrecken sich von Holz über Stein bis zu Bilderrahmen in Metall- und Lederoptik. Als Einleger dienen Schwarzweiß-Fotos von „ganz normalen“ Menschen unterschiedlichen Alters und Hautfarbe, denen man jederzeit auf der Straße begegnen könnte. Sie sollen die Portrait-Rahmen zum Sympathieträger machen und beim Verbraucher einen emotionalen Kaufimpuls auslösen.

Bei **Kürbi – Otto Tönnes** bildeten die aktualisierten Taschenmodelle der Bilora Milano Serie einen Schwerpunkt im Sortiment. Diese besteht jetzt aus den neun Varianten Micro (8 x 16 x 4 cm), Mini (9 x 16 x 5 cm), Reflex (16 x 18 x 9 cm), Digi I (14 x 11 x 5,5 cm), Digi II (9 x 15 x 6 cm), Digi III (13 x 15 x 7 cm), Compact (21 x 15 x 9 cm), Standard (26 x 16 x 12 cm) und Top (23 x 26 x 12 cm), die mit Verkaufspreisempfehlungen von 24,90 DM bis 129 DM auf den Markt gekommen sind.

Die Milano Serie verbindet typisch italienischen Anspruch von Qualität und Design. Sie zeichnet sich durch

präzise und sorgfältige Verarbeitung sowie hochwertige Materialien aus. So wird unter anderem reißfestes und wasserabweisendes Relatex-Material verwendet.

Nicht nur wasserabweisend, sondern vollkommen wasserdicht und thermo-



Schutz vor Wasser bietet die neue Aqua Bag von Brenner.



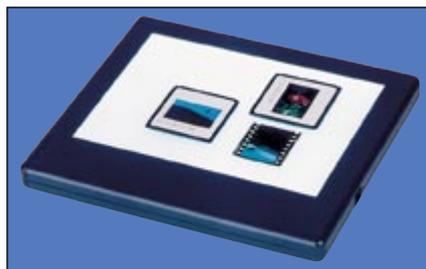
Herbert Pickl von der Dörr GmbH stellte eine neue Serie von Peli Protector Hartschalenkoffern aus hochschlagzähem Co-Polymer vor.

isoliert ist die neue Aqua Bag, die von **Brenner** vorgestellt wurde. Die Tasche besteht aus blauem 70D Ripstop Nylon, das auf der Innenseite wasserdicht vinylbeschichtet ist. Die eingearbeitete Wärme-Isolierung mit Schaumstoff und metallbedampfter Folie bietet Schutz gegen extreme Temperaturen. Sie wird einfach mit Klettband verschlossen. Der obere, nicht verstärkte Teil wird mehrfach eng aufgerollt und mit einem Schnellverschluß gesichert. B.I.G. Aqua Bag läßt sich als Umhängetasche oder mit einem als Zubehör lieferbaren zweiten Gurt auch als Rucksack tragen.

Cullmann stellte auf der Weltmesse des Bildes unter anderem das Nautic Fotosystem mit der Nemo-Unterwasser-Kamera vor. Das neuartige Vakuum-Proof-System Goali (Ground Operated Advance Leakage Indicator) gibt dem Anwender Sicherheit beim Tauchgang. Ein mit der Handpumpe erzeugtes Vakuum saugt die Gehäusehälften fest aneinander. Dabei signalisiert die grüne Membrane der Leckvorwarnanzeige, ob das Gehäuse dicht ist. Goali und ein wartungsfreier Silikon-O-Ring garantieren Wasserdichtheit bis zu einer Tauchtiefe von 50 Metern. Mit der Kamera, die über einen integrierten Blitz und Filmtransportautomatik verfügt, können Aufnahmen ab einer Motiventfernung von 13 Zentimetern gemacht werden. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 990 DM.

Peli Protector Spezial-Schalenkoffer aus widerstandsfähigem, hochschlagzähem Co-Polymer gab es neben vielen anderen Neuheiten bei **Dörr** zu sehen. Es stehen 24 Modelle in unterschiedlichen Größen zur Verfügung. Innen im Bodenteil sind die Koffer mit dickem Schaumstoff versehen, zum Teil würfelförmig vorgestanzt, im Deckel mit Noppenschäum. Verschiedene Modelle besitzen auch einen dick gepolsterten, blauen Trennwand-Einsatz – mit festem Polsterrahmen und klettbandgesicherten einzelnen Trennwänden und Flächen. Peli Protector Koffer sind wasser-, staub- und luftdicht, unzerbrechlich und schwimmfähig. Sie stehen in den Farben Silbergrau, Schwarz und Orange zur Verfügung.

Ebenfalls neu im Programm bei Dörr sind Profi-Leuchtpulte in superflacher Ausführung. Im Angebot sind derzeit vier Modelle: drei Leuchtpulte und ein batteriebetriebener Diabetrachter. Alle Typen bieten Tageslicht mit 5000K. Die Leuchtpulte haben die Abmessungen 12,8 x 10 x 1,4 cm (Modell LP 100), 17,7 x 12,5 x 2,1 cm (Modell LP200) und



Bei Dörr sind jetzt auch Leuchtplatten mit Tageslichtcharakter im Angebot.

30,5 x 20 x 5 x 2,3 cm (Modell LP 400). Sie werden mit einem 220V Netzadapter betrieben. Der Diabetrachter für Kleinbilddias bietet eine ausklappbare Lupe mit 1,8facher Vergrößerung, Batteriebetrieb und eine Umhängekordel.

Erno wartete mit neuen Stativen und einer Reihe neuer Bilderrahmen auf. Zu den Neuheiten gehörte beispielsweise das Velbon Stativ Carmagne 535, ein dreiteiliges, robustes, moosgummiummanteltes Rohrstativ aus Carbon und Magnesiumlegierung. Merkmale dieses Modells sind die teilbare Mittelsäule, der Drei-Wege-Foto-/Videoneiger und die Stone-Bag. Sie wird zwischen den drei Schenkeln befestigt und nimmt bei Bedarf einen Stein oder Zubehör auf, um dem Stativ mehr Stabilität zu verleihen. weiter auf S. 52

SAMSUNG
Digimax 35 MP3



...macht
tolle Bilder
mit
640 x 480
Pixel.

Digitalkamera



Tel.: 0 61 96-66 53 01 · Fax: 0 61 96-66 53 33
E-Mail: info@samsung-camera.com

www.samsungcameras.de

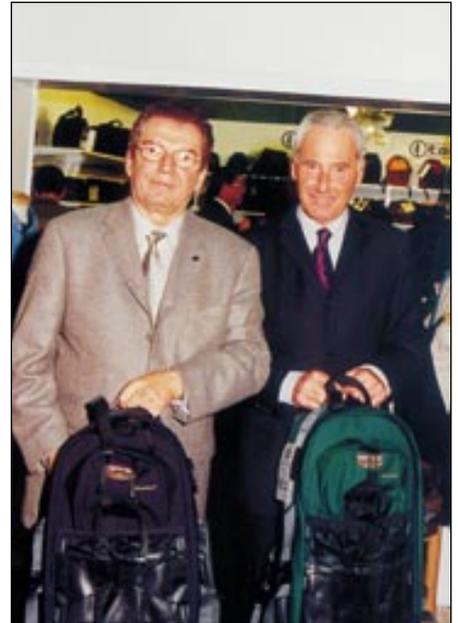


Bild links: Ein neues Velbon Stativ konnte Oliver Wehrmeister am Erno-Stand präsentieren. Bild Mitte: Michael Drebes (l.) und Dieter Müller von der gbb Handels GmbH hatten unter anderem neue Slik-Stativ mit zur photokina gebracht. Bild rechts: Am Stand des HaPa-Teams konnte Micael Hadji (r.) unter anderem Tamrac-Präsident Ryan J. Cyr begrüßen, der mit neuen Taschenmodellen in Köln vertreten war.

Fortsetzung von S. 51 Bei den Rahmen präsentierte Erno neben dem erfolgreichen Schweberrahmen aktuell zum Weihnachtsgeschäft drei Modelle der „Christmas Line“. Sie nehmen Bilder bis zum Format 10 x 15 cm auf und sind mit lustigen Weihnachtsfiguren verziert.



Mit lustigen Weihnachtsmotiven sind die „Christmas Line“ Bilderrahmen von Erno verziert.

Produktneuheiten aus fast allen Bereichen des Sortiments stellte gbb vor. Zum Beispiel das Slik Carbon-Stativ 703 CF, das nur knapp die „magische“ Grenze von 1.000 Gramm verfehlt und damit eine neue Gewichtsklasse in der Stativtechnik darstellt. Das Stativ läßt sich auf 1,60 m ausziehen und verfügt, wie die anderen Carbon-Fiber-Stativ, über eine patentierte Dreiwinkel-Beinstellung. Dadurch läßt sich das Stativ bis auf Arbeitshöhen von 30 cm absenken. Als Zubehör für die Blitzlicht-

Das neue Carbonstativ 703 CF von Slik



fotografie nahm gbb den Lumiquest Ultrabounce Blitzaufsatz ins Programm. Er streut das Licht über einen Winkel von 180° und erreicht damit eine natürliche und weiche Ausleuchtung. Ultrabounce paßt an nahezu alle bekannten Blitzgeräte, ist schnell mit Klettband montiert und läßt sich für den Transport flach zusammenfalten. Ebenfalls mit einem breiten Neuheiten-Portfolio trat das HaPa-Team auf der photokina an. Zeitweilig unterstützt von Fotomodell Patricia Siegel gab es am HaPa-Stand zum Beispiel die neuen Polarisationsfilter von Hoya zu sehen, die lediglich fünf Millimeter dick sind und ein Frontgewinde für eine Sonnenblende oder einen Objektivschutzdeckel besitzen.

Einen Schwerpunkt nahm darüber hinaus beim HaPa-Team die Tamrac-Taschenreihe ein, die zur photokina um drei Modelle (zwei Rucksäcke und eine

Zoomtasche) erweitert wurde. Beide Rucksäcke eignen sich für die Outdoor-Fotografie mit großer Ausrüstung. Dabei nimmt das größere Modell Expedition 5278 noch ein wenig mehr Fotogeräte und Zubehör auf

als die etwas kleinere Variante Expedition 5277. Die neue 14"-Zoomtasche wurde speziell für die Benutzer von Spiegelreflexkameras mit angesetztem Zoom- oder Teleobjektiv entwickelt.



Fotomodell Patricia Siegel präsentierte am Hapa-Stand zeitweise die neuen Produkte.

Um Erinnerungen und Andenken attraktiver gestalten zu können, hat Herma ein neues „Alben-Styling-Set“ auf den Markt gebracht. Es setzt sich zusammen aus Kreativscheren, Beschriftungsstiften, verschiedenen Schmuckketten und Postkartenetiketten. Mit den Kreativscheren können die Ränder der Bilder mit einem Barockschnitt, einem Wellenschnitt oder einem modernen Zickzack-Bützenschnitt versehen werden. Um die Scheren beim Gebrauch nicht zu ver-



Bild links: Pfiffige Ideen für die Bildpräsentation erläuterte Harald Krauß am Herma-Stand. Bild rechts: Christina Söder von Metz mit dem neuen leistungsstarken Metz mecablitz 54 MZ-3, der eine Leitzahl von 54 bietet.

wecheln, hat jede ihre eigene Farbe. Außerdem sind die Schnittmuster auf der Schere zu sehen.

Bei den Beschriftungsstiften handelt es sich um Lackstifte, die Herma speziell zum Beschriften und Gestalten von Albenblättern und selbstklebenden Foto- und Folienblättern ins Sortiment aufgenommen hat. Die leuchtenden, wasserfesten Stifte haben eine Strichstärke von 0,8 Millimetern. Sie sind



Mit dem neuen Alben-Styling-Set von Herma lassen sich Erinnerungen und Andenken attraktiv und kreativ ergänzen.

absolut lichtbeständig und geruchsarm. Es gibt sie in den Farben Gold, Silber und Kupfer.

Unter der Bezeichnung diascop modulo hat Kaiser einen variablen Multifunktions-Diabetrakter ins Sortiment aufgenommen. Das Gerät wurde in erster Linie als Diabetrakter für gerahmte Kleinbilddias und ungeschnit-

tene Filmstreifen konzipiert. Dazu ist es mit einer hell und gleichmäßig ausgeleuchteten Betrachtungsfläche und einer 2,5fach vergrößernden Lupe ausgestattet. Diese läßt sich auch als Handlupe verwenden. Setzt der Anwender die Lupe auf den beigefügten Fuß, steht ihm eine Standlupe zur Verfügung. Darüber hinaus kann die Lichtquelle des diascop modulo herausgenommen und als Taschenlampe eingesetzt werden. Diese ist mit einer 3W-Dulux-Energiesparlampe ausgerüstet, die nach Angaben des Herstellers nicht nur 10.000 Lux Beleuchtungsstärke liefert. Zur photokina ergänzte Metz seine Range der hochwertigen Blitzgeräte



Das neue Flaggschiff unter den Kompaktblitzgeräten von Metz: Mecablitz 54 MZ-3

SAMSUNG

Digimax 35 MP3



...und das
www kann
kommen.

Web-Cam



Tel.: 0 61 96-66 53 01 · Fax: 0 61 96-66 53 33
E-Mail: info@samsung-camera.com

www.samsungcameras.de

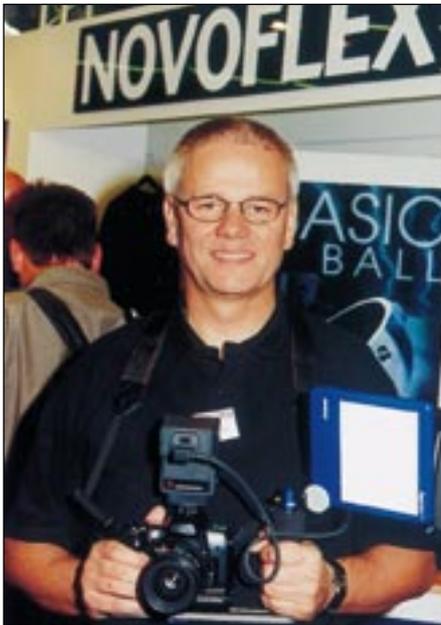


Bild links: Reinhard Hiesinger von Novoflex wartete zur photokina mit einer originellen Blitzidee auf. Bild rechts: Neue Blitzgeräte gab es auch bei der Pentacon GmbH zu sehen, Uwe Wehrmann zeigt eines davon.

um drei neue Modelle. Das Flaggschiff der Kompaktblitzserie bietet zum einen vielfältige Innovationen, die den Einsatz eines Blitzgerätes noch interessanter machen, zum anderen präsentieren sich alle neuen Modelle mit deutlich vereinfachtem Bedienkonzept: Lediglich zwei Funktionstasten und ein Einstellrad sorgen für Übersicht. Der Metz mecablitz 54 MZ-3 ist ab sofort lieferbar. Es gibt ihn mit Standardfuß oder SCA-3002 Adapter für Canon, Minolta, Nikon und Pentax SLR-Kameras.

Am Anfang der Überlegungen stand ein flaches Leuchtpult, am Ende kam der neue Flächenblitz Flash Art heraus, den



Aus einer Leuchtplatte entstand die Idee für den Flächenblitz Flash Art von Novoflex.

Novoflex auf der Weltmesse des Bildes präsentierte. Einzigartig bei dem neuen Gerät ist die patentierte Lichtabstrahltechnik von parallelen Lichtstrahlen, die durch die flächige Abstrahlung die Charakteristik und den Schattenverlauf von Sonnenlicht erzeugt. Mit der Leitzahl 12 (ISO 100, Blende 5,6, Motivabstand zwei Meter) erhält der Fotograf ein Licht mit ungewöhnlicher Plastizität. Einsatzgebiete sind vor allem Innenaufnahmen, Porträts (natürlich ohne rote Augen) und technische Strukturen. Durch die Möglichkeit, Flash Art bis zu 45 cm außerhalb der optischen Achse verwenden zu können, bieten sich außergewöhnlich flexible Einsatzmöglichkeiten, von fast schattenfreier Ausleuchtung bis zur absoluten Kontrastausleuchtung.

Leitzahl 54 besitzt auch der neue Sunpak Power Zoom 5000 AF von **Pentacon**. Das Gerät bietet darüber hinaus einen Zoombereich von 38–135 mm, einen horizontal und vertikal schwenkbaren Blitzkopf, TTL-Blitzautomatik, Automatik-, manuelle und Multi-Funktion, AF-Meßlicht, beleuchtetes LC-Display und die Möglichkeit der Synchronisation wahlweise auf den ersten oder den zweiten Verschlussvorhang. Außerdem ist das Sunpak Power Zoom Blitzgerät 5000 AF mit automatischer Energieabschaltung ausgestattet. Mit einem Satz Alkali-Mangan-Batterien sind, je nach

Einsatzart, zwischen 100 und 700 Blitze möglich, aber auch andere Energiequellen lassen sich nutzen.

Die Multifunktionstasche Aquilon von **Prat** eignet sich für eine Fotoausrüstung ebenso wie für einen Camcorder oder ein Notebook. Die exklusive Tasche ist aus hochwertigem, schwarzem, leicht genarbttem Vollrindleder gefertigt und hat die kompakten Abmessungen 34 x 25 x 17 cm. Die variable Inneneinteilung aus gepolsterten Raumteilern mit Klettverschlüssen läßt sich den individuellen Bedürfnissen anpassen oder bei Bedarf komplett herausnehmen. Neben dem Innenfach bietet die Tasche drei flache Zusatztaschen über die gesamte Taschenbreite, von denen zwei mit Reißverschluß und eine mit Klettverschluß gesichert werden. Geschützt wird der Inhalt durch einen übergreifenden Deckel, der sowohl Hauptfach als auch die Vortaschen abdeckt. Abge-



rundet wird die Ausstattung durch einen schaumstoffverstärkten Boden und gepolsterte Seitenwände.

Explorer ist der Name einer neuen Stativserie von Gitzo, die **Statec** ins Programm genommen hat. Sie besteht derzeit

aus einem Aluminium- und zwei Carbon-Modellen. Die Stative zeichnen sich unter anderem durch einzeln, in jedem Winkel zwischen 0° und 90° feststellbare Beine und eine Mittelsäule aus, die um 180° geneigt werden – von senkrecht über horizon-



tal bis senkrecht – und in vielen Positionen arretiert werden kann. Ein Drehgelenk am Verschluß der Mittelsäule ermöglicht es, die abgewinkelte Mittelsäule über ein Stativbein zu positionieren, um die Stabilität zu erhöhen. Wird die Mittelsäule zwischen die gespreizten Beine geneigt, sind Bodenaufnahmen möglich. Das dreiteilige Aluminiumstativ (G2220) hat eine maximale Arbeitshöhe von 162 cm und wiegt 2,2 kg. Das dreiteilige Carbonstativ (G2227) erreicht eine Höhe von 171 cm und wiegt zwei kg, während das vierteilige Carbonmodell (G2228) bei gleichem Gewicht eine Arbeitshöhe von bis zu 164 cm ermöglicht.

Beim Rahmen- und Albenhersteller **Karl Walther** wurde das Angebot der Anlaßalben um die Serie „Buddy, der Bär“ erweitert. Sie enthält jeweils drei Motive im Baby- und Kinderalbenbereich und zeigt Bärchen, Schäfchen und Mäuschen und deren Abenteuer. Ein neu designter Vorspann bei den Babyalben rundet dieses Programm ab. Die Serie „Buddy, der Bär“ wird zusammen mit Kinderalben in hochwertigem Leineneinband mit echten Applikationen (Pico) auch komplett im Display (Buddy und seine Freunde) zu 45 Büchern angeboten.

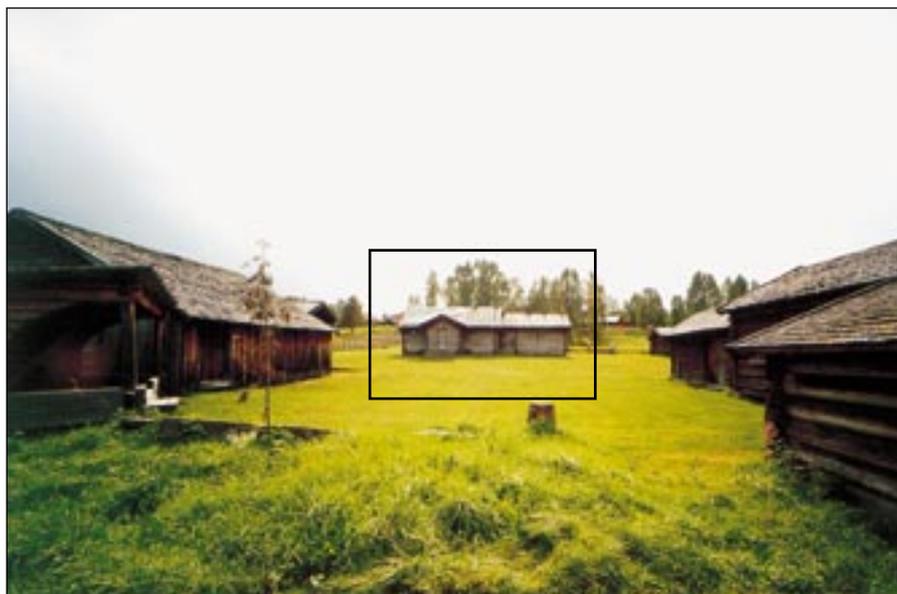
Eine weitere Messeneuheit bei Karl Walther war das breite Kunststoffprofil „Alu Style“. Dieses ist in seiner Optik von

einem Rahmen aus Aluminium kaum zu unterscheiden und ermöglicht für den Händler als folierter Kunststoffrahmen sehr attraktive Preise.

Zu den kleinen Sensationen bei den Objektivneuheiten zählte das Ultra-Wide Heliar 5,6/12 mm von **Voigtländer**. Es bietet einen horizontalen Bildwinkel von 121° ohne „Fischaugeneffekt“. Das Objektiv besitzt zehn Linsenelemente in acht Baugruppen. Es ermöglicht Aufnahmen ab einer Mindestentfernung von 30 Zentimetern. Das Voigtländer Ultra-Wide Heliar 5,6/12 mm ist 38,2 mm lang, hat einen Durchmesser von 50,5 mm und wiegt 162 Gramm. Der Anschluß an die Kamera erfolgt über ein M 39 Schraubgewinde (L-Mount) mit Focus-Klickstop. Das Objektiv kommt in diesen Tagen auf den Markt.



Gerd Rainer Frost (l.) und Jürgen Sprung präsentierten die Neuheiten von Voigtländer. Bild unten: Absolut verzeichnungsfrei arbeitet das neue 12-mm-Objektiv von Voigtländer. Das Rechteck in der Mitte zeigt den Ausschnitt, den ein 50-mm-Objektiv festgehalten hätte.



SAMSUNG
Digimax 35 MP3



...mit
MP3-Abspiel-
funktion
für vollen
Musikgenuß.

MP3-Player



Tel.: 0 61 96-66 53 01 · Fax: 0 61 96-66 53 33
E-Mail: info@samsung-camera.com

www.samsungcameras.de



Zwei Beispiele für die ungewöhnlichen Arbeiten des niederländischen Fotografen Jos Sprangers.

Dort wurde unter der Leitung des niederländischen Fotografen Jos Sprangers das Thema „Einzelpersonen/Gruppenporträts“ behandelt. Sprangers, mit seinem Studio in der Nähe von Breda

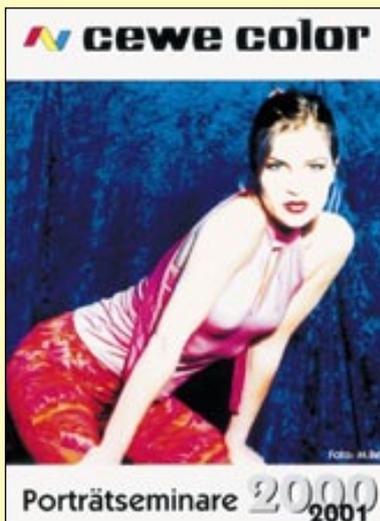
ansässig, gehört zu den renommiertesten europäischen Porträtfotografen. Gegenwärtig erzielt Sprangers nach eigenen Angaben Honorare zwischen 600 DM und 800 DM pro großformatigem,

Die Fotolaborgruppe CeWe Color hat Mitte November wieder mit einer neuen Porträt-Seminarreihe begonnen. In zehn verschiedenen Veranstaltungen werden die Themen Hochzeitsfotografie im Studio, Einzel- und Gruppenporträts, individuelle Studioporträts sowie Erotik/Lifestyle behandelt. imaging+foto-contact besuchte das Auftaktseminar am 19. November in Schneverdingen.

Geschichte zu erzählen, Typisches aus dem Leben der Menschen in Fotografien umzusetzen.“ Ob es um das Kind geht, das gerade Laufen gelernt hat, das Paar, das vor den Traualtar getreten ist, oder die Familie, die sich ihren Beschäftigungen nach in zwei Gruppen teilen läßt, Sprangers hält diese Geschichten nicht nur in Bildern fest, sondern erzählt sie auch beim Verkaufsgespräch. „Mit meinen Kunden zu

Terminübersicht der Porträtseminare 2001

- „Hochzeitsporträts im Studio“ mit Jos Sprangers: 13.3., Nürnberg; 9.4., Schneverdingen.
- „Einzelpersonen/Gruppenporträts“ mit Jos Sprangers: 12.3., Nürnberg



- „Individuelle Studioporträts“ mit Olaf Schwickerath: 12.2., Koblenz; 6.3., Leipzig; 10.4., Schneverdingen.
- „Erotik/Lifestyle“ mit Michael Belz: 5.3., Leipzig.

CeWe Color startet neue Seminar-Reihe

gerahmten Porträt. „Aber“, so Sprangers, „in den USA ist es nichts Ungewöhnliches, daß die Kunden 1.500 DM oder 2.000 DM für eine Aufnahme bezahlen – ich bin fest davon überzeugt, daß wir dieses Preisniveau auch in Europa bekommen können.“

Natürlich nicht mit Standardware, stellte der Niederländer fest. Wer Erfolg haben wolle, müsse bestimmte Regeln beachten. So müßten die Arbeiten sowohl vom Motiv als auch von der Aufnahmetechnik her Unikate darstellen. „Nur dann, wenn der Kunde das Gefühl hat, ein solches Bild ausschließlich bei mir zu bekommen, ist er bereit, einen hohen Preis zu bezahlen“, meinte Sprangers. Das Erfolgsrezept in seinem Studio lautet derzeit Schwarzweißaufnahmen in High Key- oder Low Key-Technik.

„Doch es reicht nicht, eine nicht gerade alltägliche fotografische Technik anzuwenden“, sagte Sprangers. „Deshalb versuche ich, mit meinen Bildern eine

sprechen, ist für mich genauso wichtig, wie das Schaffen einer positiven Atmosphäre. Deshalb läuft bei mir stets stimmungsvolle Musik im Hintergrund“, erklärte Sprangers.

Weiterer Baustein in Sprangers Erfolgskonzept ist die Corporate Identity. Dazu gehört neben der Unterschrift (die in diesem Fall als Markenname anzusehen ist) auf Bildern (manchmal), Tassen und sogar Toilettenpapier auch der typische Stil. „Ich will nicht, daß meine Mitarbeiter ihren eigenen Stil entwickeln“, betonte der Seminarleiter. „Arbeiten aus meinem Studio müssen aussehen wie Arbeiten aus meinem Studio – gleichgültig, wer sie gemacht hat.“ Nur so sei es gerechtfertigt, auch für die Bilder der Mitarbeiter hohe Preise zu verlangen.

Einen psychologischen Trick wendet Sprangers beim Verkaufsgespräch an: Er zeigt seinen Kunden die Ergebnisse des Shootings zunächst als Dias auf einer Leinwand im Format 1,25x1,25 m.

Haben die Kunden ihre Motive gewählt, werden die Bilder in Passepartouts projiziert. Dabei fängt der Fotograf stets mit den größten Formaten (ca. 60 x 80 cm) an und zeigt dann die jeweils nächstkleinere Version. Sprangers: „Kaum jemand bestellt Bilder in kleineren Formaten, nachdem er die Aufnahmen vorher viel größer gesehen hat.“

Nach der Erläuterung seiner Foto- und Verkaufsphilosophie am Morgen hatten die Teilnehmer am Nachmittag Gelegenheit, Sprangers bei der praktischen Arbeit zu beobachten. Dabei zeigte er nicht nur, wie er Gruppenporträts arrangiert, sondern beschrieb auch aus-

still, Leinen fein und Leinen grob stehen demnächst die üblichen Formate zwischen 15 x 20 cm und 50 x 70 cm zur Verfügung.

Die digitalen Daten der Profikunden wird das Laborunternehmen unbearbeitet so printen, wie diese im Labor ankommen. Um dem Kunden die vorherige Beurteilung des Printergebnisses zu ermöglichen, entwickelt CeWe Color derzeit eine Kalibrierungssoftware, die dem Kunden zur Verfügung gestellt wird. Stöver: „Nur wenn der Fotograf mit der gleichen Software arbeitet wie unsere Porträt-Abteilung, ist gewährleistet, daß die Ergebnisse den Wünschen des Auftraggebers entsprechen.“ Mit der Einführung dieses Angebotes in den kommenden Wochen können Bildaufträge



Seminarleiter Jos Sprangers fand in den Seminarteilnehmern aufmerksame Zuhörer.

in den Formaten 9 x 13 cm, 13 x 18 cm, 15 x 20 cm, 20 x 30 cm, 30 x 45 cm und 50 x 70 cm angenommen werden.

Weiteres Schwergewicht im Angebot für professionelle Kunden sind die Seminare für „gestandene“ Fotografen und Auszubildende (siehe Kästen), zu denen auch das Porträtseminar in Schneverdingen gehörte. Ergänzt sollen diese Veranstaltungen in den kommenden Monaten von Seminaren werden, in denen es um elektronische Bildbearbeitung und Color-Management geht. hepä

fürlich, mit welchen Filtern und Zubehör die Aufnahmen entstehen und wie sie in der Dunkelkammer bearbeitet werden.

Am Rande des Seminars kündigte Helmut Stöver, Leiter Verkaufsförderung bei CeWe Color, gegenüber imaging+foto-contact verschiedene Neuerungen im Angebot der Fotolaborgruppe für Porträtkunden an. So wird sich CeWe Color verstärkt auf die Ausbelichtung digitaler Daten konzentrieren und dabei die Formate 30 x 40 cm, 50 x 60 cm und 60 x 80 cm in den Mittelpunkt stellen. Außerdem wird es ein Angebot mit vier Bewerbungsfotos (Format ca. 6 x 9 cm) auf einem Bogen geben.

Vollkommen neu ist die Möglichkeit, Fotos auf Hartfaserplatten aufziehen zu lassen. Mit den drei Oberflächen Kri-

Foto- boxen



Fordern Sie jetzt unseren Katalog an!

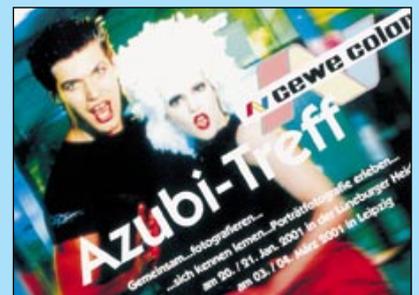
- Gewinnen Sie Neukunden
- Heben Sie sich ab
- Individuelle Werbegestaltung möglich
- Für die Formate 9x13, 10x15, 13x18
- Fordern Sie heute noch Muster an!



DOHM GmbH · Blumenstr. 31
D-72127 Mähringen
Tel. 0 70 71/91 29-0 · Fax 91 29-31
www.dohm.de · e-mail: info@dohm.de

Sechs Workshops beim CeWe Color Azubi-Treff

Bei den CeWe Color Azubi-Treffs in der Lüneburger Heide (20./21. Januar 2001) und in Leipzig (3./4. März 2001) werden insgesamt sechs eintägige Workshops für jeweils höchstens 15 Teilnehmer angeboten. Jeder Teilnehmer kann sich an zwei Workshops beteiligen. Die Themen sind: „Schrille People-Fotografie“ (Leitung: Christian Boehm), „Individuelle Schwarzweiß-Porträts“ (Katja Deuster), „Lichtmalen“ (Michael Belz), „Experimentelle Porträts – Oberflächen-Transfer/Oberflächen-Lifting“ (Dirk Arleri), „Akt und Körperlandschaft“ (Sandra Wolf), und „Make up beim Porträt“ (Stephanie Trenz).



Preiswertes Kunstlicht im Einsteiger-Kit

Neu im Vertrieb der Brenner Import- und Großhandels GmbH ist das preiswerte Interfit 3200 K Kunstlicht-Kit. Es besteht aus zwei Leuchten (3.200 K), einem Reflektor mit 30 Zentimetern



Durchmesser, zwei 500-W-Lampen, zwei Leuchtenstativen (luftgedämpft, 210 Zentimeter hoch) und zwei Reflexschirmen mit 90 Zentimetern Durchmesser (jeweils in Weiß und Silber). Die Handhabung ist einfach, der Benutzer braucht keinerlei Vorkenntnisse im Umgang mit Studioblitz- oder Studio-lichtanlagen zu haben. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet zirka 700 DM.

Skipaß-Set enthält Leica Kamera und Swatch Uhr

Rechtzeitig zur Winter-, Weihnachts- und Skisaison hat Leica das C11 Skipaß-Set vorgestellt. Es enthält neben der APS-Kamera Leica C11 auch eine Swatch-Armbanduhr mit integriertem Skipaß-Chip. Passend zur Leica C11 präsentiert sich die im Set enthaltene Uhr ebenfalls mit den prägnanten Erkennungsmerkmalen des Solmscher Traditionsunternehmens: Auf dem Kunststoffband prangt der bekannte „rote Punkt“ mit dem geschwungenen Leica Logo. Die Unterseite des Armbandes besteht aus hautfreundlichem Klettband. Der integrierte Chip kann an verschiedenen Skistationen aufgeladen werden. Ist die Kamera nicht in Gebrauch, kann sie in einer maßgeschneiderten transparenten Hartschalenbox untergebracht werden, die ebenfalls zum Set gehört. Die Kamera ist unter anderem mit einem Dreifach-Zoomobjektiv 23–70 mm, einem integrierten Blitzgerät und typischen APS-Funktionen ausgestattet.



Hensels Porty Twin Head besitzt zwei Blitzköpfe

Als Kraftpaket präsentiert sich der neu entwickelte EHT 1200 Porty Twin Head von Hensel: Er wurde mit zwei Blitzröhren und zwei Anschlüssen ausgestattet und läßt damit verschiedene Einsatzmöglichkeiten offen. So können beispielsweise Modofotografen extrem kurze Abbrennzeiten erreichen, indem sie die Leistung eines Porty Generators über zwei Röhren abbilden. Ebenfalls ist es möglich, zwei Porty Generatoren



anzuschließen und somit die Gesamtleistung von 2400Ws über einen Kopf abzubilden.

Action Sampler 2.0 mit neuen Gehäusevarianten

PhotoClassics hat die Version 2.0 der vierlinsigen Spaßkamera Action Sampler vorgestellt. Die neue Generation, die nach wie vor für Miniserien-Fotos eingesetzt wird, kommt mit den Gehäusevarianten „Metallic“ und „Milchglas“ auf den Markt. Zu haben ist der Action Sampler 2.0 in einem Paket, zu dem neben der Kamera ein Kleinbildfilm und die Möglichkeit der vollständigen Nutzung des neuen LomoLab-Services gehören: Entwickeln und Printen der Filme, Brennen der Aufnahmen auf CD-ROM, Einstellen der Bilder im virtuellen Al-



bum im Lomo Home und automatische Mitgliedschaft in der Lomografischen Gesellschaft. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Paket lautet 75 DM.

Bis zu 100 Blitzgeräte per Funk fernsteuern

Die ILF GmbH, Dormagen, hat nach eigenen Angaben das weltweit erste Blitzsystem mit Funk-Fernbedienung präsentiert. Mit ihm läßt sich jedes einzelne Blitzgerät von einem beliebigen Ort aus bequem, schnell und individuell kontrollieren und programmieren. Einzelne, dicht aneinander stehende oder abgewandte Blitzgeräte können separat angesteuert werden. Insgesamt lassen sich bis zu 100 Blitzgeräte mit dem System zentral steuern und programmieren.

der grosse foto-katalog

- Die ultimative Produktshow der Fotobranche!
- Mit über 100 Herstellern!

Das Produktangebot
der internationalen
Markenindustrie



**COUPON FAXEN
ODER SENDEN AN:**

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

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Tel.: 0 21 02 / 20 27 0

**JETZT
BESTELLEN!**

Ja, ich/wir bestelle(n) Exemplar(e)

„der grosse foto-katalog 2000/2001“

zum Preis von DM 71,50 inkl. MwSt. und Versandkosten

Name: Firma:

Straße/Nr: PLZ:

Telefon: Fax:

Datum: Unterschrift:

Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Wenig positive Aussichten für den mittelständischen Fachhandel zum Jahreschluß

Die letzten Debatten im Bundestag haben erneut gezeigt, was wir mit unserer neuen Regierung „an den Hals“ bekommen haben und was der mittelständische Fachhandel mit einiger Sorge zur Kenntnis nehmen muß.

Ich meine z.B. damit, daß uns der Arbeitsminister Walter Riester nach dem Hickhack um die Rentenreform ein weiteres Kuckucksei ins Nest legt, mit dem gesetzlichen Anspruch von Arbeitnehmern auf „Teilzeitbeschäftigung“, auf den Arbeitnehmer in Zukunft pochen können, wenn in einem Betrieb mehr als 15 Personen beschäftigt sind.

Betrachtet man diese Initiative unserer immer stärker schlingern- den Regierung, dann möchte man sich zum Propheten aufschwingen und feststellen, daß diese Aktion auf keinen Fall dazu führen wird, daß viele neue Arbeitsplätze entstehen – es sei denn auf dem Schwarzmarkt. Wie vor kurzem in der Wirtschafts- presse zu lesen war, soll es noch nie so viele Schwarzarbeiter gegeben haben wie heute, nachdem das 630-Mark-Gesetz abgeschafft worden ist. Über den für den Staat damit verbundenen Ausfall von Steuern, die von den Unternehmern für die 630-Mark-Mitarbeiter gezahlt werden mußten, ist bisher nicht viel zu hören. Durch den Boom der deutschen Wirtschaft, insbesondere durch den niedrigen Dollarkurs beim Exportgeschäft, kommen ohnehin fast zehn Mrd. Mark zu-

sätzlich zu dem geplanten Etat in die Bundeskasse, so daß der Bundes- finanzminister den Steuerausfällen durch das gekillte 630-Mark-Gesetz nicht nachzuweinen braucht und auch das Eingeständnis vermeiden kann, daß es eine miserable Entscheidung war, dieses Gesetz zunichte zu machen.

Doch nun zum „Teilzeitanpruch“ von Mitarbeitern! Konnte man sich eine solche Maßnahme früher einmal als Teil einer sogenannten „kommunistischen Ideologie“ noch vorstellen, als ohnehin nicht genug Arbeit da war, wie es in den neuen Bundesländern damals des öfteren der Fall gewesen ist, wo die Mit- arbeiter nachmittags fröhlich nach Hause gehen konnten, ist bei uns aber alles anders.

Ich frage mich nur, wer überhaupt auf solche „Sch...ideen“ kommt, die unserer Wirtschaft nur schaden können. Wenn auch viele Fotohänd- ler nicht direkt davon betroffen sind, weil sie keine 15 Mitarbeiter be- schäftigen, so trifft dieser zukünf- tige „gesetzliche Anspruch“ von Arbeitnehmern aber Tausende von mittelständischen Betrieben, viele davon auch im deutschen Einzelhandel. Der Präsident des Einzelhandelsverbandes, Dr. Her- mann Franzen aus Düsseldorf, erwägt darum, eine Klage vor dem Bundesverfassungsgericht ein- zureichen, weil er auch im Bereich des Handels „katastrophale Folgen befürchtet“. Denn schließlich kann

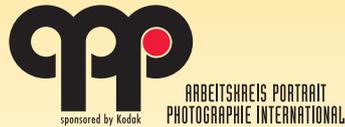
es nicht angehen, daß ein Arbeitneh- mer selbst darüber entscheidet, wann er zu welcher Zeit am Tage arbeiten will oder nicht. Dazu Hermann Franzen: „Wenn diese Regelung in

Kraft tritt, werden viele Einzel- handelsunternehmen erleben, daß ihre Mitarbeiter in den unbeliebten Samstags-, Nachmittags- und Abendstunden nicht mehr arbeiten werden.“ Wenn man dann noch überlegt, daß die Geschäfte in Zukunft rund um die Uhr aufbleiben können oder sollen, wie es z.B. die FDP fordert, dann weiß man, daß es mit dem, was man unter einem geordneten deutschen Markt versteht, endgültig am Ende ist. Schließlich haben wir bisher in unserem Wirtschaftswundermarkt auch so etwas wie eine „deutsche Leitkultur“ gehabt, und die soll nun auch im Handel auf der Strecke bleiben!

Die elegante Form, wie unser Herr Bundeskanzler brisante Dinge mit einem „Basta“ im Tagesgeschäft behandelt, wird ihn, auch das meine ich voraussagen zu können, noch mehr als bisher in Verlegenheit bringen. Mit seinen Ministern wie Riester und Co. an der Seite wird es ihm wohl kaum gelingen, bei der nächsten Bundestagswahl noch einmal zum Kanzler gewählt zu werden.

Somit empfehle ich mich insbeson- dere unseren vielen Lesern im Fotoeinzelhandel mit besten Wün- schen, trotz allem, für ein gutes Weihnachtsgeschäft und auch der Hoffnung, daß es vielleicht nicht so schlimm kommen wird, wie es mir zur Zeit erscheint.

Joseph Blömer



Inhalt:

Kodak Studio Link System

Seite 2

News

Seite 3

Literatur: Wohnträume weltweit

Seite 4

Produkte

Seiten 5, 6

Impressum

Seite 6

Kodak Studio Link System

Digitaler Einstieg

Auf der photokina stellte Kodak unter dem Namen Studio Link System ein digitales Konzept vor, das auf Basis der klassischen Porträtfotografie den Fotografen einen einfachen Einstieg in die digitale Bilderwelt ermöglicht.

Das System bietet einerseits eine Komplettlösung für den digitalen Workflow, läßt sich aber bei Bedarf über verschiedene Module individuell erweitern. So läßt es sich durch mehrere digitale Module wie beispielsweise ein Event- oder Paßfotosystem Schritt für Schritt den Bedürfnissen des jeweiligen Fotografen anpassen.

Der Arbeitsablauf gestaltet sich wie folgt: Die Porträtaufnahmen werden wie gewohnt auf Film aufgenommen und ins Labor geschickt. Dort werden die Filme mit dem neuen Professional



Karel Czanderna, Worldwide General Manager Portrait & Social Business Kodak Professional, stellte auf der photokina neue digitale Lösungen für professionelle Fotografen vor. Foto: JG



Mit dem zur Basisausstattung gehörenden Kodak Personal Picture Maker Inkjet Drucker lassen sich schnell und problemlos einfache Ausdrücke oder Kontakbogen für den Kunden erstellen. Foto: Kodak

HR500 Scanner mit hoher Geschwindigkeit digitalisiert und auf eine Bilder-CD gespeichert. Diese CD bekommt der Fotograf dann zurück und kann nun mit Hilfe einer digitalen Workstation und der entsprechenden Software eine wirkungsvolle Kundenpräsentation vornehmen. Zur Präsentation stehen drei Möglichkeiten zur Verfügung: auf dem Farbdisplay der Workstation, auf einem Fernseher oder mittels LCD-Projektor auf einer großformatigen Leinwand.

Nach der Präsentation lassen sich die Daten eines Kundenauftrags, wie Bildausschnitt, Stückzahl und Größe, bequem per CD, Datenleitung oder als Barcode-Information an das Labor senden, das von den vorliegenden hochauflösenden Scans über einen Digital-Printer Ausdrücke erstellt.

Erweiterbar durch Module

Die Basiseinheit des Kodak Professio-

nal Studio Link Systems setzt sich aus folgenden Bauteilen zusammen:

Fujitsu 3400 Pen Tablet, Fujitsu Mini Docking-Station, Tastatur, TV-Converter, Mitsumi CD Reader/Writer und Kodak Tintenstrahldrucker.

Die Basiseinheit inklusive der vorinstallierten Software läßt sich durch zusätzliche Komponenten erweitern:

- Kodak Professional Studio Link Presenter Plus Module (mit Systemsoftware und Kodak V600 Zoom Digitalprojektor).
- Kodak Professional Studio Link ID Module (mit Kodak DC290 Digitalkamera und 4720 Thermodrucker).
- Kodak Professional Studio Link Event Module (mit Kodak DC330 Digitalkamera und Thermodrucker 8660).

Selbstverständlich bietet Kodak für das Link System und die dazugehörigen Module einen umfassenden Service und Support an.

Weitere Infos unter: www.kodak.de.

Die neue Hochzeitsfoto-CD von Kodak

Hochzeitspaare können ihre Hochzeitsfotos jetzt auch auf eine CD schreiben lassen. Das virtuelle Hochzeitsalbum bietet Platz für bis zu 100 Bilder. Die Software für die Bildbearbeitung ist ebenfalls mit auf der CD. Mit ihr können die Fotos modifiziert, ausgedruckt oder über das Internet an Freunde verschickt werden. Die Bedienung ist denkbar einfach – gleich nach dem Start zeigt ein Inhaltsverzeichnis folgende Auswahl: Bild bearbeiten, Drucken, per E-mail versenden, eine Diaschau erstellen, Bilder als Bildschirm-schoner nutzen, auf Festplatte speichern. Die CD arbeitet mit Windows 95/98/NT 4.0 und benötigt 32 MB RAM sowie 100 MB Platz auf der Festplatte.



Das war wohl nix...

Als Kellerkind, abgelegen vom Messetrubel im Bereich „Meet the professionals“ hat der CV in diesem Jubiläumjahr vergeblich auf Gäste gewartet. Die von uns angebotenen Nüsse wurden gerne von den wenigen vorbeigehenden Besuchern gegessen, aber das war auch schon die einzige positive Bilanz.

Viele Obermeister haben mir bereits vorher ihr Fernbleiben angekündigt. Ich kann das verstehen, denn in all dem Messetrubel (in den anderen Hallen) verliert man nach zwei Stunden schnell den Überblick. Und das, was wirklich neu und wichtig war, konnte bereits vor Messebeginn der Fachpresse entnommen werden. Köln ist eine Reise wert. Aber viele Mitglieder haben gerade wegen der photokina einen großen Bogen um Köln gemacht... und daher war es so furchtbar einsam am CV-Stand. Diese Meinung teilen übrigens auch die befreundeten Vereine und Verbände, die auch in diesem „dynamischen“ Bereich angesiedelt waren. Fazit: Eine Verbandspräsentation im Keller – fernab des Messesgeschehens – sollte es für den CV nicht mehr geben. Treffen wir uns lieber nach der Messe zu einem Stammtisch der CV-Fotografen. Von den Kosten, die wir für die Präsenz auf der photokina ausgegeben haben, können wir für jeden Stammtisch-Besucher ein Abendessen mit reichlich Kölsch anbieten. Vielleicht die sinnvollere Alternative für das Jahr 2002.

Tom Pochert

Staatspreis für Zimmermann

Der Niedersächsische Staatspreis für das gestaltende Handwerk geht an den



Industriefotografen Manfred Zimmermann aus Hannover. Zimmermann ist der vierte Fotograf, der in 43 Jahren mit dieser hohen Auszeichnung geehrt wird.

Manfred Zimmermann (Jahrgang 1947) betreibt mit 40 Mitarbeitern seit 1971 ein Fotostudio in Hannover. Zu seinen Kunden zählen fast alle große Adressen der deutschen Wirtschaft.

Rollei



JETZT
Sie sparen ca.
1.800,- DM
ZUGREIFEN

Rolleiflex 6008 integral Makro-Kit
Das attraktive Kit für alle engagierten
Mittelformat-Fotografen im Alu-Koffer.

bestehend aus:

Rolleiflex 6008 integral kpl. mit

- Faltlichtschacht • Einstellscheibe High-D-Screen
- Wechselmagazin 6x6/120 • Autoladekabel • NiCd-Akku
- Schnellladegerät • Trageriemen • Makrohandbuch

Carl Zeiss Makro-Planar 4/120 mm HFT PQS
mit Gegenlichtblende Baj.-Größe VI

UEVP 9.998,- DM inkl. MwSt.
In limitierter Auflage

ZEISS



Rollei Fototechnik GmbH
Salzdahlumer Straße 196
38126 Braunschweig
Hotline (05 31) 6 80 02 77

Die Welt aus der Nähe betrachtet

FC 2000 Foto: Fritz Rauschenberg

Das Beste aus Elle Déco Wohnträume weltweit



fremde Länder und an exotische Plätze entführt. In dem Bildband werden Fotos von Privathäusern, Villen, Landhäusern, Schlössern und Luxushotels präsentiert, die eine Vielzahl von Wohn- und Einrichtungsstilen zeigen.

Farben, Formen, Stoffe, Muster, Materialien, dazu Bildbeispiele des Kunsthandwerks und kostbare Antiquitäten – die Frage, wie die „art de vivre“ an anderen Plätzen dieser Welt zelebriert wird, beantwortet der Band in ausführlichen Bildserien. Alte Traditionen und neueste Entwicklungen werden nebeneinandergestellt und schaffen eine Atmosphäre, die den Betrachter unweigerlich zum Träumen verführt.

In dem dritten Band der Elle-Deco-Reihe werden u.a. folgende Wohn- und Designstile vorgeführt:

Kolonialstil, New England Stil, skandinavischer Stil, britischer Stil, mediterraner Stil, orientalischer Stil und asiatischer Stil.

Jutta Ramlow

WOHN TRÄUME WELTWEIT

DAS BESTE AUS ELLE DÉCO



Wohnträume weltweit, Das Beste aus Elle Déco No. 3, 304 Seiten, durchgehend farbig, gebunden mit Schutzumschlag, 24 x 30,5 cm, Steidl Verlag, Göttingen 1999, ISBN 3-88243-674-3, DM 85,-.

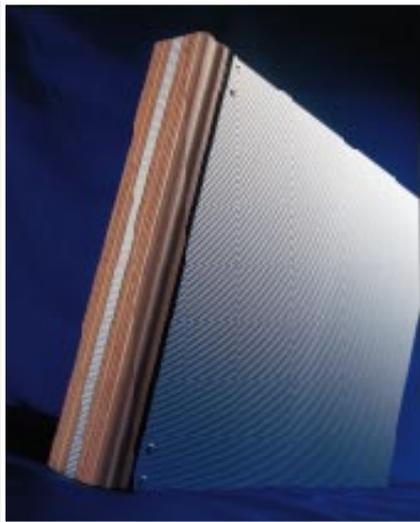
Die Zeitschrift Elle Décoration, die 1987 in Paris gegründet wurde, ist führend auf dem französischen Markt und mit 16 internationalen Ausgaben (8,6 Millionen Leser) auch weltweit das erfolgreichste Interieur-Magazin. Seinen Erfolg verdankt das Magazin einer gelungenen Kombination von Traum und Wirklichkeit.

Die meisten Menschen, die ferne Orte bereisen, erwerben Souvenirs, um sich später an einzigartige Momente erinnern zu können. Das neue Elle Déco-Buch ist wie ein Koffer voller Erinnerungsstücke aus anderen Ländern. Nach dem Motto „We travel the World“ wurde die Leserschaft des Magazins über all die Jahre immer wieder in



Edle Präsentations-Welle

Unter der Bezeichnung „Wave“ stellt Black & White Design ein neues Hochzeits- und Präsentationsalbum vor, das sich durch ein unverwechselbares Design auszeichnet. Das handgefertigte



Wave besteht aus einer Holzgriffleiste, in deren Frontseite eine Aluminiumwelle eingearbeitet wurde. Der Albeninband besteht aus Hartfaserplatten auf denen mit höchster Präzision feinste Alu-Welle aufgebracht wurde. Das exklusive Album kostet rund 190 Mark.

Preiswerter Panorama-Einstieg

Die neue Roundshot 24/35, auf der photokina noch für das Kleinbildformat vorgestellt, kommt jetzt in vergleichbarer Ausführung für Mittelformatfilme auf den Markt. Die robuste,



einfach zu bedienende Panorama-Kamera liefert herausragende 360° Bilder und ist besonders für Architektur-, Landschafts-, Werbe-, Hochzeits- und Modefotografie geeignet. Die Kamera wird Anfang 2001 verfügbar sein und rund 6000,- DM kosten.

Leuchtplatten von Dörr

Dörr hat drei professionelle Leuchtpulte im Angebot, die sich durch ihre superflache Bauweise und ein ansprechendes Design auszeichnen. Alle



Modelle bieten Tageslicht mit einer Farbtemperatur von 5000°K. Aufgrund der geringen Abmessungen lassen sich die Leuchtpulte bequem im Aktenkoffer transportieren. Die Preise liegen zwischen DM 120,- und DM 249,-.

Klappbarer Aufnahmetisch

DesktopStudio heißt der neue Mini-Aufnahmetisch von Dunco. Er wurde für Aufnahmen von Objekten bis 30 cm Höhe konzipiert, die wirksam und einheitlich präsentiert werden sollen. Die Stellfläche ist 50 x 40 cm bzw. 55 x 50



cm groß. Der klappbare Tisch, der auf jedem Schreibtisch Platz findet, läßt sich ohne großen Aufwand auf- und abbauen und ist für vielerlei Aufnahmen mit analogen und digitalen Kameras sowie mit Video-Camcordern geeignet. Vom DesktopStudio sind drei Varianten erhältlich; sie kosten anschlußfertig mit Beleuchtungseinrichtung zwischen DM 500,- und DM 700,-.

Die neue

Stilfondo

Kollektion ist da!

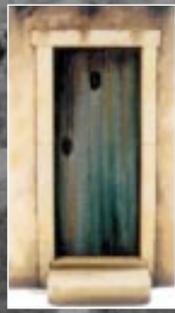



Stilfondo bietet in der neuen Kollektion viele zwei- und dreidimensionale Hintergründe für stimmungsvolle Aufnahmen zu allen Anlässen:

- Industrie- und Werbeaufnahmen
- Schul- und Kindergartenfotografie
- Kommunion
- Konfirmation
- Hochzeit
- Portrait...

...für jedes Studio passende Größen und Formate...

...dazu eine große Auswahl in flexiblen Stoffen und Accessoires.




Kataloge · Informationen · Preise:

ERICH LEISER

Fachgroßhandlung · Fotovertretung CDH

Ohmstraße 41 · D-35329 Gemünden/Felda
 Fax (0 66 34) 84 90 · Telefon (0 66 34) 6 51

Kompakte Blitzgeneratoren

Dank der kompakten Maße und des geringen Gewichts sind die neuen Acute2 Generatoren von Profoto ideal für Fotografen geeignet, die viel unterwegs sind.



Die Geräte sind mit 1200 bzw. 2400 Ws lieferbar und haben Anschlüsse für Blitzköpfe. Die Lichtleistung läßt sich symmetrisch oder asymmetrisch verteilen und über maximal sechs Blendenstufen regeln.

Digitale Neuheiten von Kodak

Kodak präsentierte auf der photokina einige Highlights im professionellen Digital-Bereich:

- Der neu vorgestellte 16,8 Megapixel Sensor KAF-16801 ist der einzige CCD-Sensor mit einer Auflösung von über 16 Millionen Pixeln. Er hat eine ca. 4 x 4 cm große Sensorfläche und zeichnet sich durch eine Pixelgröße von 9µ aus.
- Eine Auflösung von 16 Millionen Pixeln liefert auch das neue Mittelfor-

mat-Kamerarückteil DCS Pro Back, mit dem Kodak seine Führungsposition im Digitalkameramarkt weiter ausbaut. Das Rückteil liefert 48 MB große RGB Bilddateien und ist derzeit mit der Hasselblad 555 ELD und der Mamiya RZ 67 Pro II kompatibel.

- Mit dem RFS 3600 Film-Scanner setzt Kodak neue Maßstäbe im Markt der 35 mm Filmscanner. Der RFS 3600 bietet eine Auflösung von 3600 dpi, eine maximale Dichte von 3,6, eine Farbtiefe von 36 Bit und 68,7 Milliarden Farben. Daneben bietet er eine hohe Produktivität und ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis.

Prat Stativtaschen

Prat stellt eine neue, preiswerte Stativtaschen-Serie mit großem Fassungsvermögen vor, die in drei Größen erhältlich ist: 62 x 16 x 13 cm, 72 x 16 x 13 cm und



110 x 20 x 20 cm. Die aus schwarzem Polyester gefertigten gepolsterten Stativtaschen verfügen über eine zusätzliche Außentasche und einen Schultergurt. Die Preise liegen zwischen 75 und 100 Mark.

Neues Stativ-Konzept von Gitzo

Gitzo, der Stativspezialist aus Frankreich, bringt eine neue Stativreihe



unter dem Namen „Explorer“ auf den Markt. Besonders für Fotografen, die im Gelände arbeiten, birgt die Stativserie eine Reihe von Vorteilen: stufenlos verstellbare Beine von 0° bis 90°, dezentral angeordnete Mittelsäule stufenlos um 180° verstellbar. Explorer sind in drei Ausführungen in Aluminium und Carbon erhältlich.

Contax N Digital

Auf Basis der neuen Autofocus-SLR-Kamera Contax N1 kommt Anfang 2001 auch ein digitales Modell auf den Markt. An der Digital Contax lassen sich die N-Objektive und über einen Adapter auch die Objektive der Contax 645 verwenden.



Die wichtigsten Merkmale:

Mehrfeldmessung; 5-Punkt-Autofocus; Verschlusszeiten: 1/8000 – 32 Sekunde, X (1/250 Sek.) und B; Einzelbild/Serie mit maximal 4 Bildern/Sekunde; SLR-Sucher; LC-Display auf der Kamerarückseite (120.000 Pixel); Vollformat Bildwandler 24 x 36 (6 Mega Pixel); Schlitzverschluss; Weißabgleich: automatisch, manuell oder über Voreinstellungen; Interface: IEEE 1394 (Firewire); Videoausgang: PAL oder NTSC; Speichermedium: CompactFlash Typ I/II/IBM-Microdrive; Komprimierung: JPEG, TIFF, RAW.

Impressum:

profi-contact

Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände

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

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

aph: Holstenwall 12, 20355 Hamburg, Telefon 040/3574460, Telefax: 040/353983 Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen

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

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

Verlagsleitung: H. J. Blömer, Eleonore Blömer.

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

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

Grafik und Herstellung: Detlef Gruss; Anzeigen: Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich); Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 27. Vertrieb: Karin Engemann. profi-contact erscheint im imaging+photo-contact, der größten Fachzeitschrift der Fotobranche, zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

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

Zubehör-Ratgeber bringt Licht ins digitale Dickicht

DigiGui.de von Hama

Mit der Broschüre „DigiGui.de“ möchte der traditionelle Foto-Zubehörhersteller Hama Händlern und Endverbrauchern einen Leitfaden an die Hand geben, in dem digitale Produkte und Begriffe vorgestellt werden. Auf 52 Seiten und in drei übersichtliche Kapitel unterteilt werden leicht und verständlich die Grundlagen der digitalen Fotografie vermittelt, Zubehör erklärt und viele praktische Tips weitergegeben. Unter der Adresse www.digiguide.de kann der gesamte Inhalt des Prospektes über das Internet abgerufen werden. Darüber hinaus wird der Web-Auftritt durch zusätzliche Informationen ergänzt und laufend aktualisiert.

Ziel dieses Angebotes von Hama ist es, den Händlern aktiv Unterstützung bei der Beratung zum Thema digitale Fotografie und entsprechenden Zubehörprodukten zu bieten. Durch eine moderne Gestaltung, das handliche Briefformat und die Euro-Lochung wurde der DigiGui.de genau auf die Erfordernisse am Point of Sale abgestimmt. Händler können die Broschüre kostenlos und in beliebiger Auflage über die Hama-Außenendienstmitarbeiter oder direkt bei Hama Monheim beziehen. Im Geschäft läßt sich der praktische Ratgeber sowohl als Ausleger als auch an der Verkaufswand entsprechend in Szene setzen. Als Beigabe für den Kunden eingesetzt, erhält dieser Gelegenheit, sich zu Hause in Ruhe mit dem Thema zu befassen. In drei Kapiteln zeigt Hama dem Leser der Broschüre, was zur Grundausstattung für die digitale Fotografie gehört, welches nützliche Zubehör es gibt und wie man mit Hilfe von entsprechenden Filtern oder Software die digitale Bildqualität weiter erhöhen kann.

In Kapitel 1 findet der Leser alles rund um das Thema „Die Aufnahme“. Hier wird beispielsweise erklärt, wie bei Digitalkameras das kreative Potential durch den Einsatz von Filtern erweitert werden kann. Beispielsweise läßt sich mit Hilfe eines Skylight-Filtern der eher kältere Farbcharakter vieler Digtalkameras, der gerade bei Personenaufnahmen unangenehm auffällt, ausgleichen. Graufilter dagegen gleichen zu helles Umgebungslicht aus und sorgen dafür, daß die Farben nicht zu blaß erscheinen.

Taschen

Digitalkameras sind empfindlich und sollten durch entsprechende Taschen geschützt werden. Um die passende Verpackung für das „teure“ Stück zu finden, empfiehlt Hama den Verbrauchern, alles, was in der Tasche Platz finden soll, mit zum Händler zu nehmen und darüber hinaus

Freiräume für weiteres Zubehör einzuplanen. Der Monheimer Zubehör-Anbieter präsentiert ein breites Sortiment an Digitaltaschen, so daß sich für jede Ausrüstung etwas findet. Für die Qualität sorgen erfahrene Designer und Techniker, die wissen, daß von einer zuverlässigen Tasche absoluter Tragekomfort, praxisgerechtes Handling, Material vom Besten, hohe Strapazierfähigkeit und Schutz vor Wind und Wetter erwartet werden. Unter der Rubrik „Energie“ erfährt der Kunde, welche verschiedenen Akku-



Übersichtlich geordnet führt die Startseite von www.digiguide.de den Leser direkt zum gewünschten Kapitel.

Typen erhältlich sind, wie man Stromsparender fotografieren kann und wie man seine Akkus fit hält. Weitere



In der Rubrik *Speicherkarten* wird genau erklärt, welche verschiedenen Speichermedien es zur Zeit gibt, wieviele Aufnahmen auf die jeweilige Karte passen und wie man den Speicherplatz beeinflussen kann.

Themen des ersten Kapitels sind Stative, Reinigungs- und Pflegeprodukte sowie Speicherkarten.

Während das erste Kapitel Zubehör rund um die Bildaufnahme vorstellt, geht es im zweiten Kapitel um die Übertragung der Bilddaten zum Computer. Hier werden Spezialkabel, Infrarotadapter oder Karte-Lesegeräte aus dem Hama-Produktsortiment vorgestellt. Nützliche Insidertips verraten die Vorteile von USB, Dual-Slot-Geräten oder Kartenadaptern.

Software

Im letzten Kapitel „Das Bild“ erfahren die Kunden alles über die Bildbearbeitung am Computer und die Ausgabe-medien. Außerdem wird Zubehör für die Bildpräsentation vorgestellt. Unter dem Titel „Bilder verbessern und gestalten“ wird dem Leser erklärt, daß es grundsätzlich zwei Arten der Bildbearbeitung gibt. Einmal, um fotografische Eigenschaften der Bilder zu verbessern, zum anderen, um Bilder kreativ nach eigenen Vorstellungen verändern zu können. Mit der Software Multi-Print Center von Hama läßt sich beides realisieren. Sie enthält passende Layoutmasken für Druckerpapier und Spezialmedien von Hama und von sieben weiteren Anbietern wie Avery, Herma oder Zweckform. Eine spezielle Option, der spiegelverkehrte Druck, eignet sich besonders für 100prozentig paßgenaue Transferfolien und für den T-Shirt-Druck.

Medien

Im Broschürenteil „Professionelle PapierPrints“



erfahren die Kunden, was zu beachten ist, damit digitale Bilder in einer mit einem „echten Foto“ vergleichbaren Qualität ausgegeben werden können. Der Insider-Tip verrät, daß bereits beim Kauf eines Tintenstrahldruckers auf den Preis und die Lebensdauer der Farbpatronen zu achten ist, da die falsche Wahl schnell zu immensen Kosten führen kann.

Anschaulich wird erklärt, warum für das Ausdrucken von Fotos und Texten auf einem Tintenstrahldrucker Inkjet-Papier und nicht Normalpapier eingesetzt werden sollte. Damit jeder Kunde die preiswerte Möglichkeit hat, unter den verschiedenen Medien das für seinen Drucker passende Papier herauszufinden, bietet Hama Probepackungen mit Papieren mit verschiedenen Oberflächen und Gewichten an.

Damit es bei der Wahl des passenden Fotopapiers keine unliebsamen Überraschungen gibt, erklärt der DiGiGui.de, warum sich mattes bzw. seidenmattes Papier eher für Portraitaufnahmen und Hochglanzpapier eher für Landschafts- und Technikaufnahmen sowie filigrane Motive eignet.

Darüber hinaus erfährt der Kunde, daß er beim Papier-Kauf von vornherein auf Faktoren wie Wasserfestigkeit oder doppelseitig bedruckbare Oberfläche achten sollte, wenn er auf diese Eigenschaften Wert legt. Zu dem auf diesen Seiten vorgestellten Sortiment gehören auch Etiketten und CD-Einlagen.

Spezialmedien

Wie man mit Fotos ganz individuelle Geschenke anfertigen kann, wird am Beispiel der Spezialmedien von Hama gezeigt, die in der Broschüre vorgestellt werden. Die Palette reicht von bedruckbaren Tassen,

Transfer-Filmen für den T-Shirt-Druck, Puzzles, die mit persönlichen Fotos gestaltet werden können, bis hin zum selbstentworfenen Tattoo zum Aufkleben auf die Haut.

Bildpräsentation

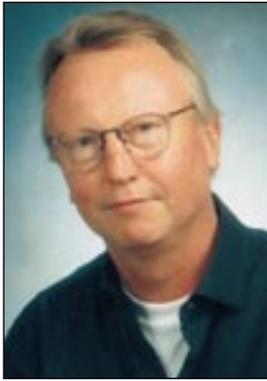
Egal, ob der Fotograf seine Fotos analog oder digital aufnimmt, worauf es ihm letztendlich ankommt, ist das Bild. Die Broschüre zeigt Alternativen für eine ansprechende Präsentation. Sie klärt darüber auf, daß es für die Gestaltung von Album-Innenseiten Schneidlineale oder Rollenschneider gibt, mit denen Bilder auf die gewünschte Größe gebracht werden können, stellt Albumschrreiber in gold-metallic vor, die auf dunklen Albenhintergründen leuchtende Kommentare hinterlassen, und zeigt Tape-Roller mit beidseitig klebendem Band im nachfüllbaren Spender. Vervollständigt wird das dargestellte Zubehör durch pfiffige Tips für eine ansprechende Gestaltung der Fotoalben. Zum Schluß weist der Ratgeber auf die



Den Unterschied zwischen Bildbearbeitung und kreativer Bildgestaltung verdeutlicht das Kapitel „Bilder verbessern und gestalten“.

verschiedenen Möglichkeiten der Live-Präsentation von Bildern beispielsweise auf den kostenlosen Internet-Fotoalben, die einige Unternehmen anbieten, hin. Darüber hinaus wird den Lesern der Broschüre die Möglichkeit aufgezeigt, daß sie inzwischen bei vielen Fotohändlern den Service der Digitalisierung ihrer Bildaufträge in Anspruch nehmen können und diese Bilder oft über Wochen im Netz auch für Verwandte und Freunde zur Verfügung stehen.

Damit die Infos des Ratgebers immer auf dem neuesten Stand sind, wird die DiGiGui.de-Webseite regelmäßig aktualisiert. Der Ratgeber ist unter der Artikelnummer 97901 kostenlos erhältlich. höl



Ulrich Vielmuth

Bald ist schon wieder Weihnachten, und der Wunschzettel der Videofilmer, so glaube ich, ist diesmal besonders lang. Denn das bald abgelaufene photokina-Jahr hat sich in der Rückschau zum Jahr der Knüller gemauert – nicht nur bei den digitalen Camcordern. Von Analog spricht fast keiner mehr, Hi8 und VHS-C sind mittlerweile Synonyme für eine bald abgelaufene Ära geworden. Das ist mir beim Rundgang durch die Messehallen in Köln klar geworden.

Ganz oben auf meinem persönlichen Wunschzettel steht ein kleines Highlight für die Video-Nachbearbeitung, das ich an dieser Stelle einmal etwas näher beleuchten möchte.

Alles ist digital

So könnte das Motto lauten, wenn man (nicht nur) die hochwertig ausgestatteten Mini-DV-Camcorder näher betrachtet, die zu wahren Alleskönnern geworden sind. Wer hätte das noch vor einigen Jahren gedacht? Aber auch im Marktsegment der digitalen Recorder ist Bewegung durch den neuen DV-Recorder Panasonic NV-DV 2000 gekommen. Ein Feld, auf dem Sony recht hochpreisig lange Zeit allein den Ton angegeben hat. Mit dem nagelneuen Videorecorder ist Panasonic nun zu einem akzeptablen Preis (3999,- Mark) ein großer Wurf gelungen. Kompliment.

Diese Editierstation wurde speziell für den wachsenden Markt digitaler Camcorder und die daraus resultierenden Anforderungen an die individuelle Nachbearbeitung der Videoaufzeichnungen entwickelt. So bleibt man mit seinen Mini-DV- oder auch D8-Aufzeichnungen beim Kopieren (Schnitt) auf der digitalen Qualitätsebene. Die Camcorder-Kassetten können also wunderschön verlustfrei digital geschnitten und kopiert werden. Ein Tuner für den TV-Empfang fehlt jedoch.

Der neue Panasonic DV-Recorder versteht sich nicht nur als bloßer Schnittrecorder für den semiprofessionellen Filmer, sondern als zentraler Knotenpunkt eines Editiersystems, das sich aus vielfältigen Zuspil- sowie Aufnahmegegeräten zusammensetzen kann. Hierfür verfügt der NV-DV2000 über eine Reihe von Anschlußmöglichkeiten für analoge und digitale Quellen sowie für analog-digitale Umwandlung. Die zahlreichen Funktionen für professionellen Video- und Audio-schnitt lassen sich recht komfortabel über den kompakten, kabellosen Schnittcontroller mit Jog/Shuttel ansteuern. So hat er auch einen Betriebsarten-Wahlschalter. Denn wenn der eingebaute Schnittcomputer mitmischt, kann der DV2000 als Player oder als Recorder seine Arbeit verrichten. Passiv ist er jedoch bei Anschluß eines Schnittpults.

Den verlustfreien Datentransfer gewährleisten zwei digitale Schnittstellen (IEEE 1394), so daß sich beispielsweise DV-Camcorder anschließen lassen. Über diese DV-Terminale können auch Videosequenzen in den Computer eingespeist

Wunschzettel

und mit der entsprechenden Software nonlinear geschnitten und bearbeitet werden. Eine fünfpolige Editbuchse erlaubt die Steuerung von S-VHS-Camcordern und Videorecordern sowie Videoprintern. Über eine Control-L-Buchse steuert der Panasonic-Recorder auch Acht-Millimeter-Camcorder. Standbilder übermittelt der digitale Standbildausgang (RS232C) an einen PC oder Videoprinter. Es besteht auch die Möglichkeit, ihn dank vier analoger Schnittstellen gleichzeitig mit vier analogen Einheiten zu vernetzen, zum Beispiel VHS-Recorder oder VHS-C-Camcorder.

TBC

Was in den elektronischen Schneidetischen der Fernsehender schon immer als korrigierendes Instrument vorhanden war, ist nun auch in gehobenen Schnittrecordern des Hobbyfilmbereichs zum Standard geworden: Der NV DV2000 hat einen Time Base Corrector, in der Fachumgangssprache kurz TBC genannt, der durch Gleichlaufschwankungen des Camcorders hervorgerufene Zeitfehler bei den Video-Aufzeichnungen ausgleichen kann. Nur ein TBC ist in der Lage, ein Videosignal an das andere anzupassen, indem er die Zeitbasis (Time Base) eines Videosignals in der Weise korrigiert, daß es mit dem zweiten Signal exakt synchron läuft. So werden Phasenfehler, die sich auf die Farbwiedergabe auswirken, oder verzerrte senkrechte Linien vom TBC korrigiert. Darüber hinaus liefert die digitale Rauschunterdrückung klare Bilder ohne Flackern oder Farbstörungen.

Leidenschaftliche Nachbearbeiter werden sich über die vielfältigen Editierfunktionen des digitalen Videorecorders freuen. Alle Schnittoperationen können über das mitgelieferte kabellose Schnittpult inklusive Jog Shuttle ausgeführt werden. Der Recorder speichert bis zu 20 Einstellungen für den Assemble- und bis zu zehn Einstellungen für den Insertschnitt und arbeitet sie anschließend ab. One Touch Editing steuert die Laufwerksfunktionen des Recorders und angeschlossener Camcorder einfach über den Jog/Shuttle.

Mitbewerber

Bei allem Lob darf nicht unberücksichtigt bleiben, daß auch die Mitbewerber Sony und JVC Alternativen zu bieten haben, je nach Aufgabenstellung.

Mit seinem HR-DVS2-Recorder vereint JVC zum Beispiel Mini-DV- und S-VHS-Laufwerke in einem Gerät. So funktioniert das schnelle Kopieren von einem Format zum anderen in beiden Richtungen, natürlich ohne zusätzliche Verkabelung. Mit seiner IEEE 1394-Schnittstelle kann der Recorder an jedes DV-Editingsystem angeschlossen werden. Vorteilhaft: Die erweiterte S-VHS-Technologie erlaubt es, auf normalen VHS-Kassetten ein S-VHS-Signal aufzuzeichnen, was zu einer um circa 60 Prozent verbesserten Bildqualität führen soll und natürlich gleichzeitig die Bandkosten senkt. Endverkaufspreis ist 3499,- Mark.

DIE ERFOLGSSTORY GEHT WEITER!

Von Händler zu Händler



Nachdem Anne Hoffmann, die gemeinsam mit ihrer Familie vier Foto-Center Hoffmann-Filialen in Dresden betreut, das Paßbildgeschäft schon seit vielen Jahren mit Polaroid Paßbildkameras bearbeitet hat, ist sie jetzt zusätzlich auf das digitale Studio Polaroid 350i System umgestiegen. „Ich hatte die Gelegenheit, das System einige Zeit zu testen, und die Ergebnisse haben mich überzeugt“, berichtet Anne Hoffmann. Deshalb nahm sie auf der photokina 2000 die Gelegenheit wahr, das Polaroid SP 350i System zu bestellen.



Alle vier Filialen sind mittlerweile mit Polaroid Paßbildkameras ausgestattet, zwei mit den klassischen Kamerasystemen SP 403, in einem Geschäft steht das Foto-Video System Studio Polaroid 502 und in der vierten Filiale nun ganz neu die SP 350i. Das Geschäft boomt. Zum einen, so die Fotokauffrau, die Gesellschafterin der Händlergruppe Ringfoto ist, weil jetzt, nach zehn Jahren, die alten DDR-Pässe ablaufen

und daraus ein ungeheurer Bedarf an neuen Paßbildern entstehe, „zum anderen, weil man inzwischen für fast alles ein Paßbild braucht, ob Werksausweis, Bahncard oder Kreditkarte – zum Glück für uns.“ Neben Paßbildern verlangen die Kunden im Foto-Center Hoffmann auch Bewerbungsfotos, die ein größeres Format haben als Paßbilder. „Dieses Geschäft wurde mit dem neuen System SP 350i jetzt erst richtig möglich“, stellt Anne Hoffmann fest, „denn die Polaroid Systeme 403, mit denen wir bisher hauptsächlich arbeiteten, liefern nur Aufnahmen in Paßbildgröße im typischen 4er-Set. Mit der SP 350i haben wir jetzt die Auswahl zwischen sechs unterschiedlichen Formaten und können die Fotos auf Polaroid Filmen ausdrucken.“ Die Zielgruppe, die auf den Porträtservice des Foto-Centers Hoffmann zurückgreift, ist sehr gemischt. Sie reicht von Teenagern bis zu Senioren, die die Bilder für die verschiedensten Zwecke benötigen. Zweites Standbein in der guten Zusammenarbeit mit dem Offenbacher Unternehmen ist für Anne Hoffmann der Verkauf von Polaroid High Definition Kleinbildfilmen. „Polaroid hat für uns die 200er-Filme mit 24 Aufnahmen mit unserem Namen und unseren Telefonnummern versehen lassen, so daß viele der Kunden die bei uns gekauften Polaroid Filme auch wieder zum Entwickeln in



eine unserer Filialen zurückbringen.“ Für diese Kunden wurde gemeinsam mit Polaroid ein Gewinnspiel entwickelt, an dem automatisch jeder teilnimmt, der einen Aktionsfilm zum Entwickeln bringt. Eine erste Verlosung gibt es zum Jahresausklang am 31.12.2000.

Um die Kundschaft auf die Aktion aufmerksam zu machen, gestaltete Anne Hoffmann selbst auffällige Poster für ihre Geschäfte.

Für das Gewinnspiel stehen attraktive Preise zur Verfügung, u.a. ein City-Scooter, verschiedene Fototaschen und zwei PrePaid-Handys. Der Erfolg der Aktion, die im Juli gestartet wurde, kann sich sehen lassen: Mehrere tausend Polaroid High Definition Doppelpacks 200/24 zum Preis von jeweils 8,95 DM wurden bei Foto-Center Hoffmann bereits verkauft.



Einbahnstraße

Wenn Schluß ist, ist Schluß. Das sollte allen Beteiligten klar sein. Und so ist es eigentlich sinnvoll, daß ein Arbeitnehmer nach einer Kündigung auf sein Klagerecht verzichtet, wenn wirklich Schluß sein soll. Ist dieser Verzicht wirksam, gibt der Arbeitnehmer damit gleichzeitig auch einen möglichen Wiedereinstellungsanspruch auf (ArbG Düsseldorf – Urteil vom 4.10.1999 – 7 Ca 4497/99). Das muß er sich dann eben eher überlegen.

Stillstand

Der Schuldner hat beim Lastschriftverkehr die Möglichkeit, der Belastung seines Kontos zu widersprechen. Dieses Widerspruchsrecht ist zeitlich nicht befristet. Es endet erst mit der Genehmigung des Einzugs gegenüber der Zahlstelle. Die Genehmigung wiederum liegt nach den gängigen Bank-AGB's und Sonderbedingungen für den Lastschriftverkehr aber nicht schon darin, daß der Schuldner auf den Rechnungsabschluß einfach schweigt (BGH – Urteil vom 6.6.2000 – XI ZR 258/99).

Fahrverbot

Der Inhaber eines Urheberrechts von Computerprogrammen ist berechtigt, die Form der Verbreitung seines Originals oder der davon gezogenen Vervielfältigungsstücke festzulegen (§ 69c Nr. 3 UrhG). Das kann er beispielsweise in der Weise tun, daß er den Vertrieb seiner Software ausschließlich als OEM-Version mit der gleichzeitigen Abgabe eines Scanners erlaubt. Wer das Programm dann solo an den Mann oder die Frau bringt, verletzt das Verbreitungsrecht (OLG Frankfurt – Urteil vom 18.5.2000 – 6 U 63/99).

Verkehrspröblem

Mit Ausnahme der Schluß-, Räumungs- und Jubiläumsverkäufe stellt sich das UWG bei Sonderveranstaltungen recht sparsam an. Erlaubt sind Sonderangebote, keine besondere Vorteile versprechenden und dem beschleunigten Warenabsatz dienenden Sale-Events außerhalb des regelmäßigen Geschäftsbetriebs. So konnte es also passieren, daß der BGH den im Rahmen einer Geschäftseröffnung veranstalteten Verkauf von Computern und Computerzubehör zu Sonderpreisen „direkt ab Lkw“ für eine unzulässige Sonder-

Im Focus: Wenn das Mitleid mal wieder zwickt ...

Gerade jetzt: Das Weihnachtsfest naht. Die Spendenbereitschaft steigt. In den Citys wird ohne Ende gebettelt. Da gehen im adventlichen Taumel viele Herzen einfach über, ist die Frage nach dem passenden Geschenk doch wichtiger als alles andere. Und dann? Dann kommt die Zeit der guten Vorsätze. Das neue Jahr läßt grüßen: „the same procedure as last year...!“

Warum nicht: Geschenk und guter Vorsatz können sich decken. Warum nicht einem schwerbehinderten Arbeitnehmer einen Arbeitsplatz geben? Gerade jetzt, das wäre doch was. Der Bundestag hat den Schutz Schwerbehinderter ohnehin mit Gesetz vom 29.9.2000 verstärkt und Arbeitgebern eine höhere Ausgleichsabgabe für den Fall auferlegt, daß sie ihrer gesetzlichen Beschäftigungspflicht nicht nachkommen. Da kann man doch blankes Geld sparen.

Eben deshalb: Ab dem 1.1.2001 heißt es: „Private Arbeitgeber und Arbeitgeber der öffentlichen Hand, die über mindestens 20 Arbeitsplätze im Sinne des § 7 Abs. 1 verfügen, haben auf wenigstens 5 vom Hundert der Arbeitsplätze Schwerbehinderte zu beschäftigen.“ Bis zum 31.12.2000 betrug die Pflichtquote 6 Prozent von 16 Arbeitsplätzen. Im Ergebnis bedeutet das in beiden Fällen: ein Schwerbehinderter pro Bezugsgröße, bloß daß sich diese Bezugsgröße jetzt zugunsten kleinerer Betriebe eben von 16 auf 20 verändert hat.

Aber trotzdem: Die gesetzliche Ausgleichsabgabe betrug bis zum 31.12.2000 je Monat und unbesetztem Pflichtplatz 200 Mark. Ab dem 1.1.2001 wird anders gezahlt. In Zukunft wird die Ausgleichsabgabe auf Grundlage einer jahresdurchschnittlichen Beschäftigungsquote ermittelt, indem aus den monatlichen Beschäftigungsdaten der Mittelwert der Beschäftigungsquote eines Kalenderjahres gebildet wird. Das hat nun mit Verwaltungsvereinfachung gar nichts mehr zu tun und führt die Hand direkt zum Taschenrechner. Unterm Strich heißt es jedenfalls: Die Ausgleichsabgabe ist umso höher, je weiter der Arbeitgeber die Pflichtquote verpaßt.

Wenn schon: Liegt die jahresdurchschnittliche Beschäftigungsquote bei 3 Prozent bis weniger als dem gesetzlichen Pflichtenatz, beträgt die Ausgleichsabgabe 200 Mark je Monat und unbesetztem Pflichtplatz. 350 Mark fallen bei einer jahresdurchschnittlichen Beschäftigungsquote von 2 Prozent bis weniger als 3 vom Hundert an, 500 Mark bei einer Quote von 0 bis weniger als 2 Prozent. Damit aber noch nicht genug. Die Ausgleichsabgabe wird sich in Zukunft entsprechend der sozialversicherungsrechtlichen „Bezugsgröße“ nach § 18 Abs. 1 SGB IV erhöhen. Die Anhebung erfolgt jeweils zum 1. Januar, wenn sich die Bezugsgröße seit der letzten Neubestimmung um wenigstens 10 Prozent erhöht hat. Schöne Aussichten sind das.

Denn schon: Statt Monat für Monat 200, 350 oder 500 Mark zu zahlen, sollte man sich ernsthaft überlegen, ob man die gesetzliche Beschäftigungspflicht nicht in natura umsetzt. Die Mär von der Unkündbarkeit Schwerbehinderter gehört nämlich ins Reich der Fabeln. Sicher, nach einer mehr als 6-monatigen Beschäftigungszeit muß die Hauptfürsorgestelle einer Schwerbehindertenkündigung zustimmen. Das macht die Sache zwar kompliziert und verlangt ein besonderes Verwaltungsverfahren, führt aber nicht dazu, daß ein Schwerbehinderter mit „Schein“ tun und lassen kann, was er will. Ist die Kündigung gerechtfertigt, stimmt die Hauptfürsorgestelle auch zu. Und in den ersten sechs Monaten der Beschäftigung ist eine Kündigung auch ohne „HFS“-Okay wirksam. Wer also noch ein passendes Geschenk hat...

veranstaltung hielt (Urteil vom 6.4.2000 – IZR 114/98).

Vollsperrung

Gleiches Recht für alle! Wenn einer etwas bekommen soll, ist man mit diesem Grundsatz schnell bei der Hand. Anders dagegen, wenn man einem etwas wieder wegnehmen möchte. Da hatten Tarifvertragsparteien beispielsweise die Idee, das Weihnachtsgeld bei allen Mitarbeitern um glatte 1.000 Mark zu kürzen, egal ob sie Voll- oder Teilzeit arbeiteten. Geht nicht, sagt das BAG: Der auf diese Weise errechnete Betrag liegt unter der Summe, die dem Anteil der Teilzeitarbeit im Verhältnis zur Vollzeitarbeit entspricht. Diese Kürzung verstößt gegen den Gleichbehandlungsgrundsatz (BAG – Urteil vom 24.5.2000 – 10 AZR 629/99).

Rotlichtverstoß

Das UWG verbietet es, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs über die Preisbemessung einzelner Waren oder des gesamten Angebots irreführende Angaben zu machen. Wer das trotzdem tut, kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Und wer bei der Bewerbung von Sonderangeboten mit durchgestrichenen Preisen arbeitet, muß dabei deutlich machen, was sich hinter den roten Kreuzchen verbirgt: entweder der früher selbst geforderte Preis oder die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers. Ohne Hinweis ist der Tatbestand der Irreführung erfüllt (OLG Koblenz – Urteil vom 13.6.2000 – 4 U 1721/98).

Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff

Hier können Sie Ihr Abo PoS-MAIL bestellen!



Digitale Technologien schaffen neue Märkte

Internetfähige Fernsehgeräte, Digital-TV, neue Standards wie DVD, Mini Disk oder MP3 eröffnen neue Unterhaltungswelten.

Digitalkameras setzen sie ins Bild, die Telekommunikation macht sie mobil.

Mit einem Abo wissen Sie jeden Monat über die neuen Consumer Electronics Bescheid.



Der High-Tech-Fachhandel verkauft Innovationen. Ihre Kunden brauchen Beratung über die neuen Technologien. Sie müssen sich auskennen: in Consumer Electronics, Audio und Video, Foto, Computer und Peripherie, Telekommunikation, Infotainment und Dienstleistungen.

Mit PoS-MAIL wissen Sie Bescheid. Jeden Monat neu.

• aktuell • praxisnah • verständlich

Abonnieren Sie PoS-MAIL jetzt!

Bitte senden an:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Vertrieb PoS-MAIL
Postfach 1229,
D-40832 Ratingen
Oder per Fax:
0 21 02 / 20 27 90

Coupon

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

Ja, senden Sie mir ab sofort ein Jahresabonnement der Zeitschrift PoS-MAIL gegen Rechnung zum Preis von 117,35 DM/60,-€ (Ausland 156,47 DM/80,- €). Ich erhalte 12 Ausgaben pro Jahr jeweils monatlich per Post direkt ins Haus. Die Zustellung ist im Preis enthalten. Lieferung und Rechnung an folgende Anschrift:

Name _____

Vorname _____

Straße/Haus-Nr. _____

PLZ/Wohnort _____

Bei Bestellungen aus der Europäischen Union geben Sie bitte unbedingt Ihre UST-ID-Nr. (VAT) an:

Das Abonnement kann ich nach Ablauf eines Jahres kündigen. Es verlängert sich um ein weiteres Jahr, falls ich es nicht 6 Wochen vor Ablauf schriftlich kündige.

Datum _____ Unterschrift _____

Ich kann diese Vereinbarung innerhalb von zwei Wochen widerrufen bei:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Vertriebsabteilung PoS-MAIL, Postfach 12 29, D-40832 Ratingen, Telefon (0 21 02) 20 27-0. Die rechtzeitige Absendung des Widerrufs genügt. Mit meiner zweiten Unterschrift bestätige ich, daß ich dies zur Kenntnis genommen habe.

Datum _____ Unterschrift _____

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

Einzelhandel:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Consumer Electronics-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Telekom-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> PC + Peripherie-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Foto-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> Kaufhaus | <input type="checkbox"/> Versender |
| <input type="checkbox"/> Großfläche | <input type="checkbox"/> E-Commerce |
| <input type="checkbox"/> Fachmarkt | |

Dienstleister:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Netzbetreiber | <input type="checkbox"/> TK-Provider |
| <input type="checkbox"/> Distributor | <input type="checkbox"/> Foto- und Imaging Service |

Lieferanten:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hersteller | <input type="checkbox"/> Distributor/Großhandel |
| <input type="checkbox"/> Kooperationen | |
| <input type="checkbox"/> sonstige (Schulen, Verbände etc.) | |

Memo: Ich habe PoS-MAIL am abonniert. Die Zeitschrift kommt jeden Monat pünktlich per Post ins Haus. Die Zustellung ist im Preis enthalten. Innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der ersten Ausgabe kann ich das Abonnement mit einer kurzen Mitteilung an den C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Vertriebsabteilung PoS-MAIL, Postf. 12 29, D-40832 Ratingen, widerrufen.

Klaus A. Zimmermann:

Kreative Mitarbeiterführung

Um erfolgreich zu sein, sind Führungskräfte auf das Engagement und die Initiative ihrer Mitarbeiter angewiesen. Diese erwarten jedoch mehr als ein festes Einkommen und ein geheiztes Büro: Eigenverantwortung, Spaß am Job und berufliche Perspektiven sind die Voraussetzungen für Spitzenleistungen. In seinem neuesten Buch erklärt der Diplom-Psychologe Klaus A. Zimmer-



mann, der freiberuflich als Berater von Organisationen, Verbänden, Verwaltungen und Unternehmen tätig ist und dessen Schwerpunkte in der Organisationsberatung und im Verkaufs- und Managementtraining liegen, wie Unternehmer und Mitarbeiter step by step zu einem produktiveren Miteinander im Betrieb finden können.

„Kreative Mitarbeiterführung“ geht weit über bloße Wissensvermittlung hinaus. Im Unterschied zu herkömmlichen Seminaren und Trainings legt der Autor das Gewicht auf aktives Lernen und auf die Chancen zur tatsächlichen Verhaltensänderung und -verbesserung. Was in jeder Lektion gelernt wird, muß im eigenen Betrieb auf den Prüfstand und umgesetzt werden – praxisbezogenes „Intervall-Training“ heißt die Devise. Statt seine Leser nach den Ursachen für Mißerfolge grübeln zu lassen, präsentiert Zimmermann neue Lösungen für eine Steigerung der betrieblichen Outputs durch bessere Mitarbeiterführung. Dabei helfen einfache, aber effektive Führungstechniken: Motivation, Beurteilung, Qualifikation und Kontrolle. Wie sie eingesetzt werden, steht im Mittelpunkt des praktischen Übungsprogramms, mit dessen Hilfe Führungskräfte lernen, ihr eigenes Verhalten zu beobachten, es zu entwickeln und sich gezielt und wirkungsvoll mit dem Mitarbeiter „aus-

einanderzusetzen“. Denn Mitarbeiter führen bedeutet vor allem: Mitarbeiter wirksam fördern, so daß sie ihre Kreativität im Unternehmen einsetzen.

Das Lernprogramm wirkt im Sinne von Verhaltensänderung aktiv (d. h. die praktischen Übungen sind eine permanente Herausforderung an die Teilnehmer), positiv (d. h. es gilt den Mutigen fähiger und den Fähigen mutiger zu machen, Lösungen und Veränderungen für Führungssituationen und -aufgaben zu erarbeiten und durch gewußte und kontrollierte Erfolgserlebnisse Mißerfolgsidentifikationen abzubauen) und praktisch (d. h. daß jede Übungseinheit im Alltag nutzbar gemacht wird).

Mit dem Buch hat der Autor die Absicht verfolgt, die über Jahre in Theorie und Praxis gewonnenen Erkenntnisse einem breiteren Kreis von Führungspersönlichkeiten als Selbstanleitung mit umfangreichem Übungsteil zugänglich zu machen. Zielgruppe sind nicht nur die Führungskräfte des Top- und Middle-Managements, sondern auch diejenigen Menschen, die Gruppen von Mitarbeitern in praktischer Ausübung der Aufgaben in Produktion, Handel, Dienstleistung und Verwaltung führen. Klaus A. Zimmermann: „Kreative Mitarbeiterführung – Eine Anleitung zum Selbsttraining“, Falken Verlag, Niedernhausen 2000, Band 2649, 203 Seiten, ISBN 3-8068-2649-8, DM 29,90.

Martin Sigrist/Matthias Stolt:

Diafotografie – Aufnahmetechnik und Bildgestaltung

Die Diafotografie bietet eine besonders große Vielfalt an Möglichkeiten. Sie hat jedoch ihre eigenen Gesetze: Es sind nicht nur andere Filme erforderlich, sondern diese Filme erfordern ganz andere Techniken, von der Bildgestaltung bis hin zur Entwicklung. Die Autoren Martin Sigrist und Matthias Stolt präsentieren mit ihrem Buch einen Komplettkurs für Einsteiger und Fortgeschrittene.

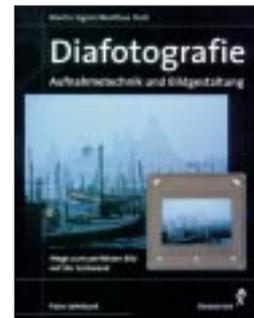
Zunächst wird ein allgemeiner Überblick über die Diafotografie gegeben: Thematisiert werden neben den Vor- und Nachteilen einzelner Kameraklassen und Brennweiten alle Filme für Kleinbild, Mittelformat und APS. Für den nötigen Überblick sorgen auch umfassende Tabellen und klare Übersich-

ten nebst praktischen Hinweisen zur Archivierung.

Ein weiteres Kapitel ist der Aufnahmetechnik gewidmet. Hier erfährt der Leser alles über die Besonderheiten des Diapositivfilms, das Duplizieren, Entwickeln und Lagern des Diafilms; außerdem erhält er Informationen über die hybride Fotografie, d. h. die Digitalisierung der analog aufgenommenen Fotos.

Unter der Überschrift „Bildgestaltung“ werden die Grundregeln der erfolgreichen Gestaltung von Bildern dargelegt, gegliedert nach Motiven. Weitere Themen sind das Spiel mit der Schärfentiefe und der richtige Umgang mit Licht und Farbe.

Zu den Autoren: Martin Sigrist, seit vielen Jahren Redaktionsmitglied der Zeitschrift „Photographie“, ist Autor



zahlreicher Bücher und Artikel über fotografische Themen. Als Inhaber einer Werbeagentur beschäftigt er sich täglich mit der professionellen Diafotografie in den verschiedensten Bereichen. Matthias Stolt ist erfolgreicher Fotograf, dessen Bilder über Landesgrenzen hinaus publiziert werden.

Martin Sigrist/Matthias Stolt, Diafotografie, Aufnahmetechnik und Bildgestaltung, Wege zum perfekten Bild auf der Leinwand, 112 Seiten, 4/4 farbig, 21 x 26 cm, Hardcover, Augustus Verlag, München 2000, ISBN 3-8043-5136-0, DM 39,90.

Tom Ang:

Die Kunst der digitalen Fotografie

Ständig steigt die Zahl der Fotoamateure, die die schier unerschöpflichen kreativen Möglichkeiten der Digitalfotografie nutzen möchten, und die günstigsten Kameras dafür werden bereits für weit weniger als 1000,- DM angeboten.

Einen umfassenden Einstieg in die faszinierende Welt der modernen Fototechnik bietet der prachtvoll illustrierte Band „Die Kunst der digitalen Foto-



grafie“ von Tom Ang, der weit über eine reine Anleitung für den Umgang mit der digitalen Kamera hinausgeht. Der Autor, Dozent für Fotografie in London, stellt zunächst die digitale Technik mit ihren Anwendungsmöglichkeiten sowie die notwendige Ausrüstung vor und erklärt, worauf beim Fotografieren mit der Digitalkamera im Gegensatz zur herkömmlichen Spiegelreflex- oder Sucherkamera zu achten ist. An-

schließend geht er auf Foto-Situationen wie Portrait, Schnappschuß, Landschaften und abstrakte Aufnahmen ein und gibt Tips aus der Praxis.

Besonders ausführlich stellt der Autor die Bildbearbeitung am Computer dar und damit den Bereich, in dem „alte“ und „neue“ Fotografie einander begegnen, denn auch ohne Spezialkamera lassen sich die Möglichkeiten der digitalen Fotografie nutzen: Konventionell auf Dia- oder Farbnegativ-Film belichtete Aufnahmen lassen sich einscannen und ebenfalls am Rechner bearbeiten, ins Internet stellen oder per E-Mail an Familie und Freunde verschicken.

Der Autor erläutert, welche Bilder sich für die Bearbeitung am Computer eignen, wie Scans am besten gelingen und wie herkömmliche Fotos abgespeichert und katalogisiert werden können.

Welche überraschenden Effekte sich am Computer erzielen lassen und wie völlig neue Kompositionen aus mehreren Aufnahmen entstehen, schildert der Fachmann anhand hervorragender

Bildbeispiele, deren Entstehung ausführlich dokumentiert ist. Im Kapitel „Meisterklasse“ schließlich darf der Leser erfolgreichen Fotokünstlern über die Schulter blicken: Die Galerie der hier gezeigten Bilder vermittelt einen lebendigen Eindruck von dem außerordentlichen kreativen Potential, das in der neuen Technik steckt, und liefert dem Amateur ein Fülle von Anregungen für eigene Experimente.

Wer sich im Detail für die Funktionsweise digitaler Kameras, Scanner und Drucker interessiert, kommt ebenso auf seine Kosten wie Fotoamateure, die ihre Bilder ausstellen oder im Internet publizieren wollen. Ein mehrseitiges Glossar und eine Liste von Webseiten und weiterführenden Büchern zum Thema runden den Band ab.

Tom Ang, Die Kunst der digitalen Fotografie, 160 Seiten, über 300 Abbildungen, 23 x 28 cm, Hardcover mit Schutzumschlag, Augustus Verlag München 2000, ISBN 3-8043-5142-5, DM 54,-.

i+fc Neuheiten

Canon Kamera im Kinder-Set

Canon hat für kleine Fotofreunde ein Kinder-Set zusammengestellt, das aus der Prima BF-90, Tasche, Batterie und einem Bilderbuch besteht. Das vollautomatische Meßsystem der Prima BF-90 garantiert gelungene Fotos bei einfacher Bedienbarkeit.



Durch den integrierten Blitz ist die Kamera sowohl bei Tag als auch bei Nacht einsatzbereit. Auch die Verringerung des Rote-Augen-Effektes und das manuelle Ein- und Ausschalten sind bei der BF-90 wählbar. Zudem ist die Kamera mit einem Selbstauslöser ausgestattet. Spannend und lehrreich ist das im Set enthaltene Buch:

„Klaras erste Kamera“. Es erzählt die Geschichte von einem kleinen Mädchen, das von seiner Tante die erste Kamera geschenkt bekommt. Fragen wie: „Wie funktioniert die Kamera?“, „Wo finde ich tolle Motive?“ oder „Welche Rolle spielt das Licht?“ werden in dem Buch auf einfache Weise erklärt. Zudem enthält es Anregungen und Tips, wie man zum Beispiel tolle Geschenke mit Fotos basteln kann. Das BF-90 Kinder-Set ist ab Dezember zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 99 DM lieferbar.

Adventure Taschen aus dem Hause Dörr

Dörr Foto Marketing hat unter dem Namen Adventure eine neue Taschenkollektion für digitale und analoge Kameras vorgestellt, die 30 Modellvarianten umfaßt. Alle sind so konzipiert, daß der Inhalt gegen Stoß und Feuchtigkeit geschützt wird. Sowohl für das Außen- als auch für das Innenmaterial werden hochwertige Materialien eingesetzt. Je nach Modell sind die Taschen aus Corduragewebe oder genarbttem Leder erhältlich. Die gepolsterte Inneneinteilung läßt sich den individuellen Bedürf-

nissen anpassen. Aus der Adventure-Serie sollen hier drei Modelle beispielhaft hervorgehoben werden: Adventure Trolley ist ein Rucksack mit Transportrollen und einklappbarem Transportgriff. Zur Ausstattung gehören Rucksack-Tragegurt, Stativhalter und eine abnehmbare Laptop-tasche. Den Trolley gibt es in zwei Größen. Die Serie Adventure System besteht aus vier unterschiedlichen Fototaschen, mehreren Seitentaschen und Objektivköchern in verschiedenen Größen sowie einer



Hüfttasche. Speziell für Digitalkameras wurde die Adventure Chip entwickelt, die es aus Corduragewebe oder echtem Leder gibt. Dörr Foto Marketing bietet dem Fotohandel die Chip Taschen jeweils in fünf unterschiedlichen Größen und Ausführungen an.

10.558 Abonnenten (IVW 3/2000)

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 11.667 Exemplaren bundesweit (IVW 3/2000). 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 Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 28 v. 01.01.2001) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im **imaging+foto-contact**:

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

Wir verkaufen
1 B 17-Profilfilm, Hängemaschine, 2 Jahre alt -, Preis VB;
1 Schnellfix 007 + Sleever, autom. Diarräumungs- und Eintaschgerät, fast neu - Preis VB.
Fotolabor Muster
Telefon 000/0000000

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

Fotografen/-in

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

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

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

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

zum

mm-Preis von

3,12 DM x 85 mm hoch =

265,20 DM

zzgl. gesetzl. MwSt.

**imaging+foto
contact**
MONATLICHE ZEITSCHRIFT DER FOTOBranche

Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

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

- einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
 in den Ausgaben

Größe: Breite 180,0 mm, Höhe (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

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

Info 12/2000

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

Bankverbindung:

BLZ:, abzubuchen.

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen • Angebote

nass
GmbH & Co KG
 foto · video · elektronik

Rollei **Nizo** **BRAUN** **SONY**
professionelle Filmgeräte Blitzgeräte Camcorder

Nikon **RICOH** **Leica**

BAUER **KINDERMANN** **JOBO**
BOSCH Gruppe

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

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

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



FOTO-, VIDEO-, HIFI-
 REPARATUREN
 HERBERT GEISSLER
 Lichtensteinstraße 75
 72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN
 Telefon 0 70 72/92 97-0
 Telefax 0 70 72/20 69

Autorisierte
 Vertragswerkstatt

Canon

Panasonic
 Service-Center
 Reutlingen

Rollei

BAUER
 BOSCH Gruppe

ZETT
 Germany The Leica Camera Group

Kodak

PHILIPS

Metz

reflecta

STADLER

... wir reparieren für Sie

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

Telefon 0711 - 32 60 999
 Telefax 0711 - 32 60 909
 E-mail Stadler-Esslingen@t-online.de

PENTAX
KONICA
MINOX

Minolta Spezi repariert

SRT-XE-XG-XD, X-300,
 X-300S, X-500, X-700
 u. ä. Typen und Zubehör,
 preiswert und schnell.
 Tel./Fax 0 40/7 38 28 23

Wir bieten

Foto-/Journalisten

(auch freiberufl. u. Berufsanfänger) und
 Verlagen Hilfe durch Vermittlungsdatei,
 Fachliteratur und -informationen, u.U.
 Ausstellung eines Presseausweises,
 Beratung, Unfallschutz, Internetforum,
 Medienversorgung und mehr.
 Kostenlose Informationen;

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

GAF Vertragswerkstatt

**W
W**

Service für: Film- + Fototechnik

Kameras
 Objektive
 Filmkameras
 Dia-Projektoren
 Schmalfilm-Projektoren
 aller Systeme

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

WILHELM SCHÄFER
 und Handels
 kameraservice GmbH



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

Öffnungszeiten: Di. 10.00-14.00 Uhr
 Mi. 10.00-12.00 Uhr

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

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren
 autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica **Metz** **Rollei**

Kameras • Objektive
 Dia-Projektoren
 Blitzgeräte

Das Leica-Team
 für Sucherkameras
 und Projektoren

Rollei-Profi
 Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS

Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung
 Termine auf Anfrage

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

Billingham
General-Import
für Deutschland.

Weitere Highlights aus dem
CF Foto-Profi-Programm:

BENBO - Ultimative Allround-Stativ
 Stand auf jedem erdenklichen Terrain.

MEFO - Halogen-Dauerlicht
 1250 Watt für Foto, Video, Digital.

CHAMÄLEON REFLEKTOREN,
 5 in Einem, Silber, Weiss, Sunlite, Schwarz, Diffusor.

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

Bevor Sie lange suchen, einfach gratis
 Unterlagen und Händlernachweis anfordern:
 Amselstr. 23, 51149 Köln
 Tel. 0 22 03/162 62, Fax 135 67,
 e-mail: info@cf-photo-video.de
www.benbo.de

CF
 Photo + Video
 Technik

Kleinanzeigen • Angebote

Location:  <http://www.pslphotosysteme.de>

Mit PSL besser im Bild.

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

K
Kamera
Service GmbH

Tokina
European Servicecenter

Longericher Straße 205 Telefon (0221) 9 17 52 22
50739 Köln-Bilderstöckchen Telefax (0221) 9 17 52 23
E-Mail: tokinarep@aol.com

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

Nikon

ALBRECHT KAMERA SERVICE GmbH
NIKON VERTRAGSWERKSTATT

Nikon Digital-Kameras und Diascanner

Longericher Straße 205 • 50739 Köln-Bilderstöckchen
Telefon (0221) 9 17 5100 • Telefax (0221) 9 17 5111 • E-Mail: nikon@aol.com

Aus Alt mach Neu!



vorher

Ihr Fachbetrieb für
Reproduktionen,
Retuschen und
Colorierungsarbeiten

Foto- und Bilderklinik Altenburg



nachher

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. Probeindruck -

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

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.

Camera
Reparatur
Service
GmbH

Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrather Weg 25
41366 Schwalmatal - Waldniel

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

LIGHT

IS WHAT YOU MAKE IT!



ENDLICH: PROBLEMLOS
HOCHZEITSFOTOS UM 12:00 MITTAGS
RIESIG in der Anwendung - WINZIG im Tragebeutel
EINZIGARTIG in der Festigkeit

WWW.SUNBOUNCE.COM

Tel. 04172-96 1142 • Fax 04172-96 1143

CALIFORNIA SUNBOUNCE III
LIGHT - MODULATING - PHOTOGRAPHIC - EQUIPMENT

Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox
Coolpix • Coolscan

Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell

Nikon
KARL-FENZ
HOPFAUER
KAMERA
SERVICE GmbH

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

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

Inserenten-Verzeichnis

AZV	8	Minolta	29
Bremaphot	7	Noritsu	48, 49
Brückner	31	Presse Inform. Agentur	39
C.A.T.-Verlag	23, 59, 73	QS Communications	17
Canon	80-82, 3. U., 4. U.	Ritter & Wirsching	33
Dohm	57	Rollei	25
Eurocolor	9	Samsung	51, 53, 55
Jobo	45	Sony	2. U.
Loersch	42	V-Dia	21
Media Bild	35	VGP	43
Metz	37	Kleinanzeigen	76-79

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

3 Fotofachgeschäfte im Kölner Nordwesten zu verkaufen

Gute Lauflagen, langjährige Mietverträge mit Optionen, ausgebildetes Fachpersonal, hochwertige Ladeneinrichtungen (Stein, Laminat, Glas, Holz, Stahl und Halogen), hohe Stammkundenanteile, gute Labor-, Film- und Rahmenumsätze, 2 Kodak DPS-Anlagen, Warenübernahmen möglich. VB 500.000,- DM.

Chiffre 103811200

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

Suche Nachfolger

für Minilab und Paßbildstudio in Miet-
räumen (günstige Miete), Kundenstamm
vorh., Geschäft kann sofort weitergeführt
werden. Preis VB. Tel. 0 60 78/91 07 86

Zu verkaufen

Polaroid Paßbild-Camera Mod. 403
mit angeb. Blitz, Filmmagazin,
Kaiser Trockner, 3 Paßbilddfilme,
700,- DM + MwSt.
Telefon 0 56 81 - 12 45

Kaufe Leica
Tel.: 06 11 / 37 92 50

Agfa-Diabelichter PCR II mit kompletter
Software gegen Gebot abzugeben.
intermedia-Werbeagentur
Tel. 02771/8121-74 • Fax 02771/8121-73
e-mail: info@intermedia-werbeagentur.de

Foto-Aktienkurse

	19.11.1999	16.11.2000	niedrigst./höchst.	Aktienkurs
			der letzten 12 Monate	
Agfa	EUR 18	26,8	17,05	29
Bayer	EUR 41,6	49,4	38,52	52,98
Canon	YEN 3.170	4.160	3.000	5.620
Casio	YEN —	1.058	620	1.330
CeweColor	EUR 22,1	20,35	17,5	25,2
Du Pont	USD 61	43,4375	38,1875	74
Eastman Kodak	USD 66	47,75	35,3125	67,8125
Fujifilm	YEN 4.240	4.270	3.430	5.300
Gevaert	EUR 50	42	36,3	51,75
Gretag Imaging	CHF 461	875	457	1.538
Hewlett-Packard	USD —	35,3125	32,625	156
Hitachi	YEN —	1.153	1.136	1.709
ICI	GBP 628	463	346	705,5
Imation	USD 32	19,0625	14,8125	34,25
Jenoptik	EUR 16,9	30,8	15,6	41,5
Konica	YEN —	860	320	1.135
Kyocera	YEN 11.150	14.830	10.520	28.000
Leica	EUR 8,3	9,65	8,52	10,75
Lintec Computer	EUR 84,5	33,9	19,25	47,8
Mitsubishi Camera	YEN 470	452	360	684
Olympus	YEN 1.330	1.607	1.100	2.200
PixelNet	EUR —	9,3	8,7	14,4
Polaroid	USD 20	8,8125	8,375	28,4375
Samsung	KRW —	39,4	37,1	109,5
Sharp	YEN —	1.335	1.371	2.675
Sony	YEN —	8.340	8.360	16.950
Spectra	EUR 37,5	18,65	18,9	43
Toshiba	YEN —	786	652	1.280
Union Carbide	USD 61 1/2	47,625	30,5625	68,4375
Varta	EUR 10,8	14,36	8,7	14,38
Zeiss Ikon	EUR 92,1	146	92	155

Kurs: 1 EUR = 1,95583 DM

Kursangaben: 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 Page,
Jutta Ramlow, Dipl. rer. pol. Karla Schulze, Birgit Hölker MA, Lidija Mizdrak MA

Neuheitenredaktion und Herstellung: Th. Six, Steuerfragen: Dipl.-Finanzwirt E. Ewerhart, Steuerberater,
Düsseldorf-Benrath; Anzeigen: Th. Blömer, DGPh (verantwortlich), Ralf Gruna, Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 27

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.

Haben Sie Ihre Unternehmens- Nachfolge schon gelöst?

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 11/93 48 40 · Fax: 09 11/34 64 24

Imotec Beteiligungs GmbH Internationaler Vertrieb

- Erstklassige Minilabs aller Fabrikate
(Fuji, Agfa, Noritsu, Konica, Gretag etc.)
- Generalüberholt
- Zubehörteile (Objektive, Papiermagazine etc.)

Wir kaufen und verkaufen Minilabs

Imotec Beteiligungs GmbH International
In der Flachsau 6 – D-65611 Niederbrechen
Tel.: 0049-(0)6438-92 11 35
Fax: 0049-(0)6438-92 11 37

Gutgehendes Fotogeschäft in NRW

zum 1.1.2001 oder später zu verkaufen.
Hochwertige Ladeneinrichtung, hoher
Stammkundenanteil, guter Labor-, Film-
und Rahmenanteil, Warenübernahme,
Kapitalnachweis erforderlich.

VB 100.000,- DM.

Chiffre 1038201200

Für noch mehr EOS D30 Komfort: Das Pro Upgrade Kit

Für die digitale Spiegelreflexkamera EOS D30 hat Canon ein Zubehör-Set zusammengestellt, das noch mehr digitalen Komfort beim Fotografieren bietet. Das Pro Upgrade Kit, das aus einer 1 GB IBM microdrive, einem Batteriegriff und einem Akku besteht, sorgt für mehr Speicherkapazität, ermöglicht Hochformataufnahmen und erhöht die Power.

1 GB IBM microdrive

Die superkompakte Festplatte IBM microdrive ist in ihrer Kapazität verdreifacht worden und speichert nun bis zu einem Gigabyte an Daten – das entspricht rund 1.000 digitalen Bildern der EOS D30 in höchster Qualität. Fotoeinsätze mit extrem großen Bildmengen lassen sich damit problemlos bewältigen.

Die Festplatte wird im Pro Upgrade Kit ohne PC-Card-Adapter und Treibersoftware ausgeliefert.

Einzelpreis: DM 1.299,-* (Travel-Kit)



Lithium-Ionen Akku BP-511

Der im Pro Upgrade Kit befindliche, leistungsfähige Lithium-Ionen Akku, der aus der Videotechnologie stammt, sorgt dafür, daß stets genügend Energie für brillante Digitalaufnahmen zur Verfügung steht. Er gibt der EOS D30 Power für 680 Aufnahmen ohne Blitz bzw. 540 Aufnahmen mit 50% Blitz.

Einzelpreis: DM 165,-*

Batteriegriff BG-ED3

Der Batteriegriff BG-ED3 eröffnet die Möglichkeit, Fotos im Hochformat ganz einfach über einen an der Unterseite angebrachten Auslöser aufzunehmen. Außerdem verdoppelt er die Batteriekapazität der EOS D30 durch den zweiten Lithium-Ionen Akku.

Einzelpreis: DM 399,-*



EOS D30

DM 6.499,-*

Pro Upgrade Kit

(1 GB IBM microdrive, BG-ED3, BP-511)

DM 1.499,-*

Ausgezeichnet für Fotos mit und ohne PC: Der PhotoPrinter CD-300

Der PhotoPrinter CD-300 ist die ausgezeichnete Lösung für den Ausdruck von Bildern auch ohne PC. Die 300-dpi-Prints im Postkartenformat bieten dank Thermosublimations-Verfahren das „Look-and-feel“ klassischer Fotoabzüge aus dem Labor. Seine zahlreichen Auszeichnungen sprechen für seine Qualität.



PhotoPrinter CD-300
DM 1.199,-*



Zehn starke Argumente

- 1. 300 dpi Auflösung**
für brillante und scharfe Bilder in hervorragender Fotoqualität
- 2. Druckfläche 10 x 14 cm**
für randlose Fotoprints im Postkartenformat
- 3. UV-Schutzschicht**
für Bilder, die nicht ausbleichen
- 4. CompactFlash- und PCMCIA-Laufwerk**
für direkte Fotoprints ohne den Umweg über den Computer
- 5. PAL-Videoeingang**
für Ausdrücke von Videokameras, -recordern und Fernsehern
- 6. Panoramamodus**
für gedruckte Panoramen im Format 10 x 25 cm
- 7. Stickermodus**
für 25 selbstklebende Sticker zum Kleben, Schenken und Sammeln
- 8. 90 Sekunden Druckzeit**
für sofortigen Fotospaß ohne langes Warten
- 9. Thermosublimationsverfahren**
für Ausdrücke in Fotooptik ohne Rasterung
- 10. Serielle Schnittstelle**
für problemlose Computerausdrücke aus den Betriebssystemen Windows 95 und 98

*Unverbindliche Preisempfehlung der Canon Euro-Photo GmbH, mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: November 2000

Canon

Imaging across networks

Camcorder Highlights für den Gabentisch: MV3/MV3 MC, MV300/MV300i, XM1

Der neue MV3: Der kleinste digitale Camcorder der Welt**

Der neue MV3 bietet High-Tech zum Anfassen in seiner schönsten Form. Ausgestattet mit einem 1/4"-Progressive-Scan-CCD mit 800.000 Pixeln und RGB-Filter bieten die MC-Versionen die erste Memory-Card-Funktion created by Canon. Weitere Top-Features sind die Photofunktion und der praktische Mehr-Bildschirm.

Die i-Versionen bieten den digitalen Eingang (DV-in) serienmäßig.



MV3: DM 3.199,-*
MV3i: DM 3.499,-*
MV3 MC : DM 3.499,-*
MV3i MC : DM 3.799,-*



Der MV300: Ein Höchstmaß an ungetrübtem Videovergnügen

Der Mini-DV-Camcorder MV300 erlaubt es, jede Szene in den Griff zu bekommen. Sieben verschiedene Aufnahmeprogramme, vielfältige Spezialeffekte, die flexiblen Möglichkeiten der Nachvertonung, der schwenkbare 2,5" TFT LCD-Farbmonitor und die Plug-and-Play Schnittstelle sorgen für ungetrübtes Videovergnügen. In der Version MV300i verfügt er neben dem DV-Ausgang sogar noch über einen DV-Eingang.

MV 300: DM 1.998,-* MV 300i: DM 2.299,-*

Der Gewinner: Digital Camcorder XM1

Der Canon XM1 – der Hochleistungs-Camcorder für den engagierten Videofilmer – erhielt jetzt den EISA Award 2000-2001 in der Kategorie High End Camcorder. Diese Auszeichnung ist Bestätigung für die ideale Kombination von hervorragender Abbildungsleistung und echter Vielseitigkeit, die der XM1 bietet, und ein weiterer Pluspunkt für Ihre Verkaufsgespräche.



XM1: DM 5.999,-*

* Unverbindliche Preisempfehlungen der Canon Euro-Photo GmbH, mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. ** Stand: Juli 2000.

Wieder werden Wünsche wahr: Weihnachtszeit = IXUSzeit

Auf die IXUS II trifft – wie auf keine andere Kamera – alles zu, was man auch mit Weihnachten, dem Fest der Liebe, verbindet: Emotionen, Schönheit und Harmonie. Darum steht das Kultobjekt unter den Kompaktkameras auf den Wunschzetteln immer ganz oben und macht sie zum idealen Weihnachtsgeschenk.

X-Mas Deko-Box inkl. 10 IXUS II und 10 Ledertaschen

Deckenhänger

Woran glauben Sie?

Das Kult-Geschenk zum Fest der Liebe

IXUS II

- 35mm-Format 28-105mm F 4.5-5.8
- 400 K. auflösbare Linien
- Klappverschluss im innovativen Design
- 1.5-Megapixel-Bildsensoren
- 1.5-Megapixel-Videoaufnahme
- 1.5-Megapixel-Videoaufnahme
- 1.5-Megapixel-Videoaufnahme

DM 499,-*

Die IXUS II.

Canon

Gewinnspielkarten und Thekendispenser

Preisauflister

Die IXUS aus der X-Mas Box

Die X-Mas Box ist ein besonderes Weihnachtsangebot für Sie. Sie enthält 10 IXUS II und 10 IXUS II Ledertaschen zu einem Preis, der inklusive Ledertaschen gerechnet ist. Der Clou jedoch ist, daß die Box, in der die Kameras geliefert werden, Teil einer IXUS II Weihnachtsdeko ist, zu der noch ein Preisauflister, ein Mobile und ein Dispenser für Gewinnspiel-Teilnahmekarten gehören (werden mitgeliefert). Insgesamt 10 „Candle Light Dinner“ im Wert

von DM 500,- werden verlost, fünf für Händler und fünf für Endverbraucher.

Die IXUS II ist seit Jahren Garant für ein boomendes Weihnachtsgeschäft. Also zögern Sie nicht lange und bestellen Sie Ihre X-Mas Box per Telefon 0 21 54 - 495 444, Fax 0 21 54 - 495 333 oder über den Canon Außendienst. Dann ist auch für Sie Weihnachtszeit=IXUSzeit.

Canon

update

Dezember 2000

Imaging across networks

WIEDER WERDEN
WÜNSCHE WAHR:

**WEIHNACHTSZEIT =
IXUSZEIT**

CAMCORDER HIGHLIGHTS
FÜR DEN GABENTISCH:

MV3, MV300 UND XM1

FÜR NOCH MEHR
EOS D30 KOMFORT:

DAS PRO UPGRADE KIT

AUSGEZEICHNET FÜR
FOTOS MIT
UND OHNE PC:

**DER PHOTOPRINTER
CD-300**

Die IXUS aus der X-Mas Box

Canon
Imaging across networks

Das Kult-Geschenk
zum Fest der Liebe.

Die IXUS II.

Canon