

imaging

+foto contact

12/2001

DM 6,⁵⁰ ISSN 1430 - 1121

30. Jahrgang G 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Auch mit analogen Kameras:

Solides Geschäft

Fujifilm bietet
dem Fotohandel 23 Modelle



Helmut Rupsch, Geschäftsleiter
German Sales Division,
Fuji Photo Film (Europe) GmbH:

„Auch analoge Kameras bieten
nach wie vor ein höchst attraktives
Preis-/Leistungsverhältnis,
gepaart mit exzellenter Infrastruktur.“





Photography from a
different point of view.

Die Sony Cyber-shot DSC-F707 – für Ihre Sicht der Dinge.

Die DSC-F707 macht Unmögliches möglich. Mit ihrem schwenkbaren Objektiv können Sie aus jedem Winkel fotografieren. Und dank NightFraming gelingen Ihre Fotos auch bei absoluter Dunkelheit. Zwei Infrarotstrahlen machen's möglich. Sie erleichtern Ihnen das exakte Aussuchen des Bildausschnitts, den die Kamera dann mithilfe eines Lasers fokussiert. Für eine brillante Bildqualität sorgen natürlich auch die effektiven 5,0 Megapixel Auflösung und das Carl Zeiss Vario-Sonnar (F2.0-2.4) mit 5fach optischem Zoom. Und weil der mitgelieferte STAMINA Akku bis zu 2,5 Stunden hält, kann es gut sein, dass Sie jetzt gar nicht mehr zum Schlafen kommen.



go create
SONY



www.sony.de/imaging

16 MB Memory Stick wird mitgeliefert. Sony und Memory Stick sind eingetragene Marken und Cyber-shot ist eine Marke der Sony Corporation, Tokyo.



inhalt

Zum Titelbild: Marge sichern mit Analogkameras von Fujifilm

Internet- und Digitaleuphorie sind abgeklungen, dennoch ist das Digitale auch in der Fotobranche omnipräsent. Häufig wird dabei vergessen, daß auch die analoge Fotografie dem Handel ein solides Geschäft mit sicherer Marge verspricht. Ein Hersteller, der nicht nur ein breites Sortiment an Kleinbild- und APS-Kameras bietet, sondern auch die entsprechende Abverkaufsunterstützung, ist Fujifilm. **Seite 12**



Digital Photo Station für den Point of Sale



Für die Produktion von „echten Fotos“ aus fast allen digitalen Bilddaten hat Gretag die neue Digital Photo Station entwickelt. Mit ihr können die digital fotografierenden Konsumenten schnell, einfach und bequem Qualitätsvergrößerungen von ihren Daten bestellen – direkt am PoS. Zur Ausgabe wird beispielsweise ein Minilab genutzt. Auch andere Ausgabegeräte können an die Station angeschlossen werden. Alternativ kann von den täglich eingegangenen Aufträgen auch eine CD-ROM produziert werden, die dann zur Ausarbeitung an ein Großlabor weitergeleitet wird. Das Gerät kombiniert modernste Hard- und Software. Es ist modular aufgebaut und kann den individuellen Wünschen und Bedürfnissen des Fotohändlers angepaßt werden. **Seite 24**

Deutliches Plus bei Agfas On-Site Business



Ein deutliches Plus in Menge und Umsatz verzeichnet Agfa im On-Site Business Europe. Um dieses Geschäft noch mehr zu stärken, will Agfa zukünftig bei seinen Aktivitäten die Bedürfnisse und Interessen der Endverbraucher beim Verkauf von Minilabs sowie damit zusammenhängenden Angeboten und Promotionaktivitäten mehr in den Vordergrund stellen. Dies kündigte Werner Went, On-Site Business Europe bei der Agfa-Gevaert AG, in einem

Gespräch mit imaging+foto-contact an.

Seite 22

profi-contact

51-56

Editorial
Seite 2

Impressum
Seite 2

News
Seite 3
Hochzeitsfotos
in der Türkei
Seite 4

Literatur: Zehn
Jahre Internatio-
naler Preis
für jungen Bild-
journalismus
Seite 6



imaging+foto-contact-Interviews



Vor dem Hintergrund der Möglichkeiten, die die digitale Fotografie bietet, scheint die analoge Fotografie beim Handel etwas in Vergessenheit zu geraten – trotz sicherer Marge. Wir fragten Helmut Rupsch, Geschäftsleiter German Sales Division bei der Fuji Photo Film (Europe) GmbH, welches Produktsortiment und welche Unterstützungsmaßnahmen das grüne Unternehmen dem

Handel derzeit für ein solides Analoggeschäft bietet.

Seite 13

Kodak hat mit EasyShare ein Konzept für Zielgruppen vorgestellt, die sich bisher aus Scheu vor der neuen Technik nicht an die Digitalfotografie herangewagt haben. Wir sprachen mit Kodak Vertriebsdirektor Karsten Eggert darüber, wie das EasyShare System bislang von den Verbrauchern aufgenommen wurde und mit welchen Aktivitäten das Stuttgarter Unternehmen das Weihnachtsgeschäft seiner Handelspartner forciert.



Seite 16

Hausmesse bei Foto Quelle in Nürnberg

Ende Oktober hat in Nürnberg die Foto Quelle Herbstmesse stattgefunden. 350 Foto Quelle-Händler folgten der Einladung in die Zentrale des Unternehmens, wo auf insgesamt 2.000 qm Foto Quelle und ihre Streckenlieferanten Neues rund um die digitale und analoge Fotografie präsentierten. Ein Schwerpunkt der Messe war das kommende Weihnachtsgeschäft, für das Foto Quelle die gesamte Werbekampagne vorstellte. Bei den Produkten wurde das Digitalkamera-Sortiment weiter ausgebaut. Im Zusammenhang mit den Digitalkameras setzt man bei Foto Quelle vor allem auf den Zubehörverkauf als Renditebringer. So betonte Stefan Hagemann, Geschäftsführer bei Foto Quelle: „Akkus, Ladegeräte, Speicherkarten etc. sind für Kunden wichtiges Zubehör für sein Fotografier-Vergnügen und für den Händler ein wichtiger Baustein in seiner Ertragsrechnung.“

Seite 34





Zum Titelbild

Fujifilms Analogkamera-Palette hilft dem Handel, die Marge zu sichern **12**

Editorial

Digitaltechnik verändert die Rolle von Minilabs: Nicht nur für eilige Kunden **5**

Politischer Kommentar

Wenn Behördenschwachsinn für „Das arme steuerzahlende Volk“ Methode wird! **38**

Industrie

Olympus will auch im kommenden Jahr Marktführer bleiben **18**
Kodak Kameratester geizen nicht mit Lob **64**

Minilab

Deutliches Plus bei Agfas On-Site Business: Die Spezialitäten nutzen **22**
Belichtungstechnologien digitaler Minilabs: Leuchtende Pixel **26**

Labor

Jahreshauptversammlung des Bundesverbandes der Großlaboratorien **10**
CeWe Color Produktideen für Weihnachten **39**

Handel

Erfolgreiche Lobbyarbeit der Handelsverbände: Regreßanspruch gegenüber den Herstellern **32**
Foto Quelle Hausmesse in Nürnberg **34**
H. D. Lehmann: Friedliche Weihnachten **60**
Minolta Dynax 7 als limitiertes Sondermodell **61**

imaging+foto-contact-Interviews

Helmut Rupsch, Geschäftsleiter German Sales Division, Fuji Photo Film (Europe) GmbH: 23 Modelle für die analoge Fotografie **13**

nik multimedia Produkte bei Tetenal

Im Oktober hat Tetenal den europäischen Exklusiv-Vertrieb im Fotobereich für die Software-Produkte des US-amerikanischen Herstellers nik multimedia Inc. übernommen. Die Foto-Werkzeuge setzen als Plug-in auf marktführende Bildbearbeitungsprogramme und bieten eine Reihe professioneller PrePress-Tools zur Bildschärfung, -optimierung und -stilisierung. **Seite 48**



Contax N Digital mit 35 mm-Chip

Im Februar wird Kyocera mit der Contax N Digital die erste digitale Spiegelreflexkamera mit einem 6-Megapixel-CCD im 35 mm-Format auf den Markt bringen. Da es bei dieser Kamera zu keiner Veränderung des Bildwinkels der Brennweiten durch eine verkürzte Formatdiagonale kommt, läßt sich mit ihr mit allen Carl Zeiss N-Objektiven und über den Adapter NAM-1 auch mit denen der Contax 645 wie von der analogen Fotografie her gewohnt fotografieren. **Seite 47**



Karsten Eggert, Vertriebsdirektor Kodak Digital & Applied Imaging für Deutschland, Österreich und die Schweiz: Digitalfotografie live erlebbar machen **16**

profi-contact

Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände **51**

Nachrichten **6, 36, 63**

Digital Imaging

Gemeinschaftsinitiative des Photoindustrie-Verbandes für bessere Fotos von digitalen Daten .. **8**
Gretag stellt Digital Photo Station vor **24**
Neuheiten Digital Imaging **40, 46, 49**
Archivieren mit Pinnacle Express **41**
Mobiler Festspeicher jetzt mit FireWire **42**
Fujifilm FinePix 30 mit 2 Megapixeln **43**
Highend-CCD-Scanner Imacon Flextight 848 **44**
Contax N Digital mit 6-Megapixel-CCD im 35 mm-Format **47**
nik multimedia Produkte jetzt bei Tetenal **48**
Neue Version der Kodak Picture CD **65**

Video

U. Vielmuth: Ab ins Internet **62**

Point of Sale

Winterpromotion von Fujifilm **14**

Neuheiten **33, 50, 58**

Pentax stellte Nachfolger der 645 N vor **57**

Literatur **67**

Rechtstips **66**

Inserenten-Verzeichnis **70**

Klein- und Personalanzeigen **68**

Impressum **70**

Digitaltechnik verändert die Rolle von Minilabs

Nicht nur für eilige Kunden

Die Preissituation auf dem Bildermarkt macht es für den Fotohandel notwendig, über Möglichkeiten zur Differenzierung von preisaggressiven Billiganbietern nachzudenken. Neben Edel-Bilderlinien, Zusatzprodukten wie Tassen oder T-Shirts und Vergrößerungen (letztere stehen inzwischen leider auch verstärkt im Preiswettbewerb) rücken dabei Minilabs verstärkt in das Blickfeld. Digitale Geräte können heute weit aus mehr, als Bilder im Stundenservice zu produzieren.

Die schnelle Dienstleistung war in den 80er Jahren, als Minilabs populär wurden, das wichtigste Argument für den notwendigerweise höheren Bilderpreis aus dem Kompaktlabor. Gerade in Deutschland, wo der Übernacht-Service schon lange die Regel und die Infrastruktur des Fotofinishings hervorragend sind, setzten sich Minilabs darum nur bei einer beschränkten Zielgruppe durch. Frequenzstarke Standorte mit eiliger Laufkundschaft waren und sind das bevorzugte Einsatzgebiet.

Mit den digitalen Minilabs, die jetzt jeder der wichtigen Anbieter im Programm hat, stellt sich die Situation anders dar. Denn die modernen High-Tech-Geräte bieten neben der Schnelligkeit eine Reihe von Vorteilen, die der Fotohandel zur Profilierung beim Kunden nutzen kann.

Dazu gehört ohne Zweifel die Qualität: Die Digitaltechnik ermöglicht – je nach Belichtungssystem – pixelgenaue Bildkorrekturen nicht nur bei den klassischen Problemfeldern Dichte, Farbe und Schärfe, sondern auch bei roten Augen, Kratzern auf dem Negativ oder Gegenlichtaufnahmen – bis zur digitalen Retusche. All dies kann schon einen höheren Bilderpreis rechtfertigen – dazu kommt das gute Argument, daß die Bilder eben nicht in einer anonymen Fabrik hergestellt werden, sondern das Fotogeschäft gar nicht erst verlassen. Marktuntersuchungen von Agfa, die wir in dieser Ausgabe vorstellen, haben ergeben, daß Sicherheit nach wie vor ein wichtiges Kriterium für Verbraucher ist, wenn es um wichtige und wertvolle Bilder geht.

Zudem kann der Fotohandel mit digitalen Minilabs völlig neuartige Dienstleistungen anbieten, zum Beispiel Package Prints (mehrere Bilder auf einem Blatt), Gruß- oder Glückwunschkarten, mehr oder weniger lustige Rahmen und – je nach Ausstattung – hervorragende Vergrößerungen. Ein ganz entscheidender Vorteil ist natürlich die Fähigkeit zum digitalen Bild: Perfekte Fotos von der Digitalkamera oder von Datenträgern, die der Kunde mitbringt, sind schnell und einfach möglich. Dabei wissen es die Kunden beson-

ders zu schätzen, daß ihre Datenträger direkt vor Ort verarbeitet werden und nicht zu einem Labor hin und zurück geschickt werden müssen.

Es ist klar, daß digitale Minilabs nicht das Großlaborbild in jedem Fall ersetzen können. Denn eines können die Digitalgeräte nicht: billige Bilder produzieren. Dazu ist die Investition zu groß und sind die einzelnen Bilder zu teuer. Zudem würde eine zu hohe Auslastung mit Erstaufträgen die Möglichkeit beschränken, attraktive Zusatzprodukte herzustellen. Darum bleibt das Großlabor für Erstaufträge außerhalb des Premium-Segments unentbehrlich.

Industrie und Großfinisher bieten dem Fotohandel heute fertige Konzepte zum Einsatz digitaler Minilabs an – mit sehr unterschiedlichen Leistungsprofilen und Kapazitäten, die selbst bei einem durchschnittlichen Filmaufkommen schwarze Zahlen versprechen. Gerade in der aktuellen Situation sind diese Angebote für den Fotohandel mehr als einen Gedanken wert. Denn die Erfahrung dieses Jahres hat gezeigt, daß der Preisverfall bei den Standardbildern selbst mit gutem Willen nicht umgekehrt werden kann. Mehr Wertschöpfung an der Bildertheke kann im Fotohandel darum nur mit neuen Produkten und besserer Qualität erzielt werden.

In diesem Sinne wünschen wir unseren Lesern ein gutes Weihnachtsgeschäft, gesegnete Feiertage und frischen Unternehmerrmut für das Jahr 2002. Th. Blömer

Dieter Werkhausen wechselt zu Kodak Europa

Dieter Werkhausen, Chef von Kodak Consumer Imaging und Geschäftsführer der Kodak GmbH, wechselt mit Wirkung vom 1. Januar in die Kodak Europazentrale nach Genf. Dort wird er als Vice President und General Manager innerhalb Consumer Imaging den neuen europäischen Geschäftsbereich Consumer Digital Services aufbauen. Werkhausen hatte diese Aufgabe bereits im August zusätzlich zu seinen bisherigen Aufgaben im deutschsprachigen Bereich übernommen. Die operationale Verantwortung für das Kodak Geschäft in Deutschland, Österreich und der Schweiz gibt Werkhausen jetzt an Martin Wolgshaft ab, der als Sprecher des Vorstands der Kodak Unternehmensgruppe und Consumer Imaging Chef für Deutschland, Österreich und die Schweiz nach Stuttgart zurückkehrt.

CeWe Color schließt Labor in Hamburg

Die CeWe Color Gruppe will nach eigenen Angaben ihr Großlabor in Hamburg zum 31. Januar schließen. Die Maßnahme ist offensichtlich Teil eines Kostensenkungspakets, das CeWe Color zusammen mit den Zahlen für das dritte Quartal am 5.11.2001 ankündig-

te. Von der Schließung des Hamburger Labors sind 90 Mitarbeiter betroffen. Ihnen werden nach Aussage von CeWe Color Arbeitsplätze in anderen Betrieben der Großlabor-Gruppe angeboten. Das Auftragsvolumen des Hamburger CeWe Labors soll auf die Betriebsstätten in Oldenburg und Bad Schwartau aufgeteilt werden.

Gretag meldet Durchbruch in der Finanzierung

Der Schweizer Laborgerätehersteller Gretag will sich in Zukunft auf das Kerngeschäft im Bereich Consumer Imaging konzentrieren. Der Bereich Professional Imaging wird an das niederländische Unternehmen Océ verkauft, einen Hersteller von Druckern und Kopierern. Nach Angaben von Gretag hat sich der Verkauf der Professional Imaging Division entscheidend auf den Erfolg der Verhandlungen mit den wichtigsten schweizerischen Geschäftsbanken ausgewirkt. Das Unternehmen wird den Verkaufserlös einsetzen, um die bestehenden Bankschulden bis auf einen Kredit in Höhe von 24 Million CHF abzubauen. Dies wird als entscheidender Schritt auf dem Weg zur finanziellen Restrukturierung des Unternehmens angesehen. Zwar fließen Gretag durch die Transaktion keine neuen Mittel zu, doch entfallen die nach bisherigem Stand in nächster

Zeikon beantragt Insolvenzverfahren

Der belgische Digitaldruck-Spezialist Zeikon NV hat ein Insolvenzverfahren nach belgischem Recht beantragt. Auch die französische Tochtergesellschaft Zeikon France ersuchte die zuständigen Gerichte um Gläubigerschutz. Dagegen ist die deutsche Tochtergesellschaft zur Zeit nicht betroffen. Zeikon hatte in der Fotobranche durch die Vorstellung eines digitalen Drucksystems für die Herstellung von Bildern in Großlabors auf der photokina 2000 und der PMA 2001 Aufsehen erregt. Das Unternehmen setzte in den ersten neun Monaten dieses Jahres 95,2 Millionen US-\$ um, 27 Prozent weniger als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Dabei betrug der operative Verlust 37,4 Millionen US-\$ (Januar bis September 2000: 20,4 Millionen US-\$) und das Netto-Ergebnis minus 39,3 Millionen US-\$ (Vergleichszeitraum 2000: 18 Millionen US-\$ Verlust). Das Unternehmen rechnet mit der Zustimmung der belgischen Gerichte, das operative Geschäft fortsetzen zu können, während ein Restrukturierungsplan ausgearbeitet wird. Für die französische Tochtergesellschaft haben die Behörden ein solches Verfahren bereits genehmigt.

Agfa-Umsatz geht im ersten Dreivierteljahr zurück

Die Agfa-Gevaert Gruppe hat für den Zeitraum Januar bis September 2001 einen Umsatzrückgang um 6,1 Prozent auf 3,677 Milliarden Euro bekanntgegeben. Dabei lag der Konzernumsatz im dritten Quartal mit 1,204 Milliarden Euro rund sieben Prozent unter der vergleichbaren Periode des Vorjahres. Das operative Ergebnis vor Restrukturierungskosten und einmaligem Aufwand/Ertrag (EBIT) sank um 47 Prozent auf 208 Millionen Euro, das Ergebnis vor Steuern um 86,5 Prozent auf 26 Millionen Euro. Das führte zu einem Konzernergebnis von minus sieben Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2001 (Vorjahr 119 Millionen Euro). Neben der abschwächenden Konjunktur in den USA und in Europa war dafür auch die Buchung einer Wertminderung von 14 Millionen Euro durch den Insolvenzantrag der Firma Zeikon verantwortlich, an der Agfa zu 25 Prozent

beteiligt ist. Zudem mußte Agfa einen Anteil von zwölf Millionen Euro am operativen Verlust von Zeikon übernehmen. Besonders betroffen von der konjunkturellen Abschwächung war der Geschäftsbereich Consumer Imaging, dessen Umsatz in den ersten neun Monaten dieses Jahres um 18,6 Prozent auf 933 Millionen Euro zurückging. Das EBIT sank im selben Zeitraum von 92,7 Millionen Euro in den ersten neun Monaten 2000 auf 3,9 Millionen Euro. Die Umsätze des Geschäftsfeldes Consumer Digital Imaging, das zum Jahresende auslaufen wird, liegen um gute 40 Prozent unter dem Vorjahr. Auch das Filmgeschäft war stark rückläufig. Im Herbst hat Agfa allerdings mit WalMart die weltgrößte Handelskette als internationalen Kunden gewinnen können. Die ersten Lieferungen sollen im vierten Quartal 2001 erfolgen.

Zeit fälligen Rückzahlungen von laufenden Bankkrediten. Dies gilt insbesondere auch für die per 31. Januar geplante Rückzahlung des im Frühjahr 2001 von den Banken gewährten Konsortialkredites in Höhe von 50 Millionen CHF. Auch die laufenden Kosten zur Fremdkapitalfinanzierung werden deutlich reduziert. Gretag sieht das größte Marktpotential in den Bereichen Großlabor-Technik, Online-Fotofinishing und Minilabgeräten für Foto-Ketten und den Facheinzelhandel. Damit will das Unternehmen im kommenden Jahr mit 1.300 Mitarbeitern einen Umsatz von über 400 Millionen CHF erzielen und zur Profitabilität zurückkehren. Wie geplant, übernimmt Dr. Patrick W. Jung im Jahr 2002 als Nachfolger von William J. Recker die Unternehmensleitung. Der neue Geschäftsplan von Gretag soll den Aktionären auf einer außerordentlichen Hauptversammlung Anfang Dezember, zusammen mit einem Antrag für die Ausgabe von 3,9 Millionen neuen Aktien, vorgelegt werden.

OLYMPUS

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

Make a difference

NEU

CAMEDIA C-40 Zoom

Nominiert für die beste Hauptrolle

- 4,0 Mega Pixel CCD
- 2,8fach optischer + 2,5facher digitaler Zoom
- ultra leicht bei 8,7 x 6,8 x 4,3 cm
- edles Design mit Aluminiumfront



CAMEDIA C-700 Ultra Zoom

Beeindruckende Zoomleistung für exzellente Bildergebnisse

- 2,1 Mio. Pixel CCD
- 10fach optischer Zoom + 2,7fach digital Zoom
- elektronische Sucheranzeigen
- zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten
- Multimedia-Funktionen
- klein, leicht und kompakt

CAMEDIA P-400

Erstklassige Digitalfotoprints in Sekundenschnelle

- 314 dpi-Thermosublimationsdrucker
- bis zu DIN A4-große Farbprints
- Druckgeschwindigkeit 90 Sek. pro Print
- Mehrfachdruck
- 2 Speicherslots: SmartMedia u. PC Card II
- USB- und Parallel-Schnittstelle



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!

Gemeinschaftsinitiative des Photoindustrie-Verbandes Bessere Fotos von digitalen Daten mit DQ



Der Photoindustrie-Verband hat mit der Initiative „Digital Imaging Control Tool“ verschiedene Hersteller von Fotoprodukten und Anbieter digitaler Bilderdienste zusammengeführt. Ziel der Initiative ist es, die Erstellung digitaler Bilder im Fotolabor für den Amateurbereich zu untersuchen und Möglichkeiten zu einer Standardisierung und Optimierung zu erarbeiten.

Erstes Ergebnis dieser gemeinschaftlichen Bemühungen ist das „Digital Quality Tool“ (DQ). Es bietet eine einfache und schnelle Methode, um Benutzern von Digitalkameras zu einer besseren Bildqualität bei Prints von digitalen Bildern zu verhelfen. Es wurde gemeinsam von den an der Aktion beteiligten Unternehmen Agfa, Eurocolor, Foto Quel-

Mit dem Werkzeug DQ kann der Verbraucher seinen PC für die Bildbearbeitung einstellen. Weitere Tools, ein „Scanner Control Tool“, das der Einstellung der Filmscanner in den Fotolaboren dienen soll, und ein „Printer Control Tool“ für die Optimierung von Printern für Digitalprints, sollen folgen.

Das Digital Quality Tool hilft den Anwendern, die ihre digitalen Fotos am PC bearbeiten, ihren Monitor für die Bildbearbeitung zu optimieren. Dabei erklärt es ausführlich, auf welche Punkte zu achten ist, wenn man seine digitalen Fotos anschließend für den Belichtungsauftrag beim Labor vorbereitet. Alle dazu erforderlichen Informationen sind in einer PDF-Anleitung auf einer CD enthalten. Das DQ-Tool basiert auf einer rein visuellen Beurteilung und kommt ohne teure und komplizierte Farbmanagementsysteme aus. Das Set besteht aus der CD-ROM und einem Referenzprint.

Monitor-Optimierung

Um eine Abstimmung zwischen dem heimischen PC-Monitor und dem Printer des Fotolabors zu erzielen, stellt der Anwender des Sets zunächst mit Hilfe einer Testbilddatei Helligkeit, Kontrast und Farbtemperatur des Computermonitors optimal ein. Im nächsten Schritt lädt er in seinem Bildbearbeitungsprogramm die Referenzdatei, mit der die Farbeinstellung des Monitors vorgenommen wird.

Das Referenzbild zeigt vier Motive mit typischen Fotosituationen. Anschließend vergleicht der Anwender die Darstellung der Referenzdatei am Monitor mit einem Referenzprint auf echtem Fotopapier. Durch Einstellen des Monitors mit den entsprechenden

Monitorreglern (meist On-Screen-Menüs) werden die beiden Bild Darstellungen soweit wie möglich einander angepaßt. Dabei wird lediglich die Darstellung, nicht aber die Original-Datei verändert.

Durch den farblichen Abgleich am Monitor wird gewährleistet, daß der Anwender bereits an diesem beurteilen kann, wie das Bildergebnis aus dem Labor ausfallen wird. Allerdings kann dabei aufgrund der unterschiedlichen Farbdarstellung von Monitor und Print keine hundertprozentige Übereinstimmung erzielt werden. Mit Hilfe des Referenzprints kann der Anwender die auftretenden Unterschiede jedoch sehr gut abschätzen. Um das auch wirklich gewährleisten zu können, wird der Referenzprint jeweils von dem Fotolabor produziert, bei dem die Belichtung auch in Auftrag gegeben wird, beziehungsweise mit dem der Fachhändler zusammenarbeitet.

Für den Fotofachhandel ist das DQ-Tool ein hervorragendes Instrument zur Kundenbindung, da es zur Zufriedenheit der Kunden mit ihren digitalen Bildergebnissen beitragen kann.

Um einen größeren Kundenkreis für die digitale Fotografie und Ausgabe der Bilder auf echtem Fotopapier zu gewinnen, kann das DQ-Tool auch vom Handel für Promotions und Sonderaktionen eingesetzt werden. Gegen eine geringe Schutzgebühr von 5 Euro (9,78 DM) soll das Set im Fotofachhandel angeboten werden. Dieser wiederum bezieht das Digital Quality Tool von den beteiligten Unternehmen der Initiative. DQ ist mit allen üblichen Windows-Versionen einsetzbar. höl



Das Monitor-Referenzbild zeigt typische Fotosituationen. Der Anwender kann es zum Vergleich mit einem Print auf Fotopapier desjenigen Händlers heranziehen, bei dem er üblicherweise seine Bilder zur Entwicklung abgibt.

le, Fujifilm, Kodak, Konica und V-DIA entwickelt und wird ausschließlich über den Fotofachhandel vertrieben, da dieser nach Ansicht der Initiatoren der Aktion als Schnittstelle zwischen Verbrauchern und Serviceanbietern eine zentrale Rolle in der Qualitätskette spielt.



Das KODAK EasyShare System

Digitale Fotografie einfach gemacht



DX3215

1,3 Megapixel für tolle Ausdrücke im Format 20 x 15 cm ; mit optischem Zoom, 8 MB internem Speicher und Steckplatz für MultiMedia Card.



DX3500

2,2 Megapixel für Ausdrücke im Format 25 x 20 cm ; mit digitalem Zoom, 8 MB internem Speicher und Steckplatz für CF*.



DX3600

2,2 Megapixel für Ausdrücke im Format 25 x 20 cm ; mit Video- und Audiofunktion, optischem Zoom, 8 MB internem Speicher und Steckplatz für CF*.



DX3700

3,1 Megapixel für Ausdrücke bis zu einem Format von 36 x 28 cm; mit digitalem Zoom, 8 MB internem Speicher und Steckplatz für MultiMedia Card.



DX3900

3,1 Megapixel für Ausdrücke bis zu einem Format von 36 x 28 cm; automatische und manuelle Einstellung; 8 MB CF* Wechsel-Speicherkarte; optischer Zoom mit besonders leiser Einstellungsfunktion.



Bildweitern per Knopfdruck

*CF COMPACTFLASH-Speicherkarte

Alle fünf Kameras der EasyShare Produktreihe sind mit der EasyShare Kamera Station ausgestattet. Die Kamera einfach hineinstellen, dann den Knopf drücken.... die Bilder werden automatisch auf Ihren PC übertragen! Die Software wird geöffnet und die Bilder können bearbeitet, ausgedruckt oder per E-Mail versandt werden. Gleichzeitig werden die Batterien aufgeladen und die Kamera ist bereit für das nächste Foto. Einfacher geht's nicht!

Share Moments. Share Life.™



www.kodak.de/go/easysshare

© Eastman Kodak Company 2001. Kodak, EasyShare und Share Moments. Share Life. sind Warenzeichen der Eastman Kodak Company.

Jahreshauptversammlung des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL)

Mit 11 x 17 aus der Krise

Ein stagnierender Bildermarkt und der Preisverfall haben das Jahr 2001 für die Mitglieder des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL) nicht einfach gemacht. Neben der steigenden Bedeutung digitaler Dienstleistungen soll im klassischen Bildergeschäft jetzt das neue 11 x 17 Format mehr Wertschöpfung bringen.

Bei der turnusgemäßen Neuwahl des Vorstandes wurden BGL-Vorsitzender Hubert Rothärmel (CeWe Color) und seine Vorstandskollegen Leopold Isbrecht (Großlabor Stoppel), Bernd Kraus (eurocolor) und Helmut Reißmüller (Kodak) wiedergewählt. Neu im BGL-Vorstand ist Andreas Kübe (V-DIA).

Kein Mengenwachstum

Während sich der Wert des Kameramarktes durch den steigenden Anteil digitaler Modelle deutlich erhöht habe, sei die Zahl der verkauften Kameras in diesem Jahr insgesamt gleich geblieben, erläuterte Helmut Reißmüller auf einer Pressekonferenz des BGL-Vorstandes. Das Wachstum um 500.000 Digitalkameras sei nach Stückzahlen durch einen Rückgang in gleicher Höhe bei den analogen Modellen kompensiert worden. Dagegen stieg der Markt für Colornegativfilme nochmals leicht auf insgesamt 129 Millionen Stück (inkl. Einwegkameras). Während 35 mm Filme nur geringfügig von 112 auf 113 Millionen Stück zulegen konnten, habe APS mit einem Wachstum von gut 10 Prozent seinen Anteil erhöhen können. Dagegen ging die Zahl der verkauften 35 mm-Diafilme in Deutschland nach Schätzung von Reißmüller von 14,0 auf 11,2 Millionen Stück zurück.

Der Absatz von Farbbildern wird sich nach Einschätzung des BGL in diesem Jahr auf dem hohen Niveau des Vorjahres (5,9 Milliarden Stück) bewegen. Wegen der bekannten Preissituation bedeute das einen deutlichen Marktrückgang im Wert, der sich nach Einschätzung des BGL-Vorsitzenden Hubert Rothärmel auch auf die Er-

tragssituation der Großlabors ausgewirkt hat. Bei den Vertriebspartnern war von der Marktentwicklung vor allem der Fotofachhandel betroffen: Sein Marktanteil sank nach Einschätzung von Helmut Reißmüller in diesem Jahr erneut von 29 auf 27 Prozent. Dagegen legten die Drogeriemärkte von 37 auf 39 Prozent zu. Die Dramatik dieser Entwicklung zeigt sich im Vergleich mit dem Jahr 1995: Vor sechs Jahren hatte der Fotofachhandel mit 41 Prozent einen fast doppelt so hohen Marktanteil wie die Drogeriemärkte mit 22 Prozent.

Neues „Idealformat“ 11 x 17

Rund die Hälfte der Bildervertriebsstellen in Deutschland, so erklärte BGL-Vorsitzender Hubert Rothärmel, bietet inzwischen das 9 x 13 Bild für 0,09 DM an. Dies sei eine weltweit einmalige Situation: In Frankreich zum Beispiel sei ein 9 x 13 Bild für einen Franc (ca. 30 Pfennig) immer noch ausgesprochen billig. 10 x 15 Abzüge seien kaum unter 1,50 Franc zu haben. Angesichts der Ertragssituation der Großlabors haben einige BGL-Mitgliedsunternehmen bereits Preiserhöhungen angekündigt.

Zudem wollen die Fotofinisher durch ein neues größeres Bildformat die Wertschöpfung im Bildermarkt verbessern – auch und gerade für den Fotohandel. „Bei CeWe Color werden wir nicht nur das 11 x 17 Bild verstärkt in den Blickpunkt der Kunden rücken, sondern das vom Preisverfall besonders betroffene 9 x 13 Format gleichzeitig als Kleinstbild in die Position bringen, die heute der 7 x 10 Abzug hat“, betonte Rothärmel. Auch andere Großfinisher setzen verstärkt auf das größere Format. V-DIA, so berichtete Andreas Kübe, habe 11 x 17 Bilder bereits im Laufe dieses Jahres verstärkt den Kunden angeboten.

Das neue 11 x 17 Bild könnte nach Ansicht von Rothärmel im Verkauf etwa 0,10 DM mehr kosten als das 10er-Format. Im Einkauf soll es bei CeWe Color etwa 0,05 DM darüber liegen. „Die endgültige Entscheidung über die preisliche Positionierung des neuen Formates am Markt treffen aber selbstverständlich nicht die Finisher, sondern unsere Kunden im Fotohandel.“ Wenn alles gut gehe, könne das neue Format bereits 2002 einen Anteil von 10 bis 15 Prozent im Bildergeschäft erreichen, schätzte Rothärmel.



Während BGL-Vorsitzender Hubert Rothärmel (CeWe Color) in seinem Amt bestätigt wurde, ...

Hoffnungsträger Digital

Neben dem neuen Bildformat setzen die Mitgliedsfirmen des BGL auf dem Weg aus der Ertragskrise verstärkt auf digitale Dienstleistungen. Über diesen Markt, so BGL-Vorstandsmitglied Bernd Kraus, gebe es auf Verbandsebene noch keine verlässlichen Zahlen. Allerdings werden erstmals für das zweite Halbjahr 2001 bei allen BGL-Mitgliedern Daten erhoben, so daß im kommenden Jahr detailliertere Informationen verfügbar seien. Insgesamt geht der Vorstand des BGL für dieses Jahr von einem Umsatzanteil digitaler Dienstleistungen (Prints von digitalen Dateien, CD, Scanservice etc.) von zwei bis drei Prozent aus.



... wählte die BGL-Versammlung Andreas Kübe (V-DIA) erstmals in den Vorstand.

Bei eurocolor, so Bernd Kraus, habe sich das digitale Bilder-geschäft im Jahre 2001 sehr erfreulich entwickelt. Der Löwenanteil der Aufträge, nämlich 60 Prozent, gelange über die Order-It Terminals in die eurocolor Labors. Dabei habe sich die Zahl der Aufträge und die Zahl der Bilder pro installiertem Terminal im Laufe dieses Jahres verdoppelt. Die durchschnittliche Auftragsgröße liege bei rund 40 Bildern – mit einem Anteil von 66 Prozent für das Format 10 x 15 und erfreulichen 10 Prozent (zu einem guten Preis, nämlich normalerweise 0,79 DM) für das 13 x 18 Bild. Populärster Datenträger an den eurocolor Order-It Stationen war in diesem Jahr mit einem Anteil von 50 Prozent die CD. 17 Prozent der Aufträge kamen von SmartMedia Karten, 11 Prozent von CF Speicherkarten, 9,5 Prozent von Zip und 6,6 Prozent von Floppy Disk Datenträgern. Sonstige Speicherkarten machten rund sechs Prozent des Volumens aus.

Internet-Dienstleistungen über das Fujicolor OrderNet stehen für 27 Prozent der digitalen Bilddienstleistungen von eurocolor. Davon gelangen 55,4 Prozent über die Fujicolor OrderNet Seite und 44,6 Prozent über die Internetauftritte von eurocolor-Kunden ins Labor. Die durchschnittliche Auftragsgröße, so Kraus, liege beim Fujicolor OrderNet bei 21 Bildern, bei den oft preisaggressiv gestalteten Kundenseiten sogar bei 39 Fotos. Dabei würden, so Kraus, fast 80 Prozent der Aufträge über den Fotohandel an die Kunden ausgeliefert.

Über das Marktvolumen digitaler Bilddienstleistungen kann nach Ansicht von

Kraus mangels einer verlässlichen Datenbasis zur Zeit immer noch im wesentlichen spekuliert werden. Daten aus anderen Märkten, zum Beispiel den USA, seien nur bedingt auf deutsche Verhältnisse übertragbar, betonte Kraus. Wenn von jeder in diesem Jahr neu verkauften Digitalkamera nur ein Auftrag mit jeweils 32 Bildern bestellt würde, ergäbe das für 2001 ein Marktvolumen von 27,2 Millionen Bildern, sagte der eurocolor Geschäftsführer. Dazu kämen noch Bilder von alten Kameras sowie von Fotos, die die Kunden selbst gescannt oder durch den CD Service der Großlabors von Negativfilmen digitalisiert hätten. Daraus ergebe sich allein für 2001 ein Marktvolumen von 50 Millionen Bildern. Für das kommende Jahr schätzt der eurocolor Geschäftsführer das Marktvolumen für Digitalprints auf 76 Millionen Stück.

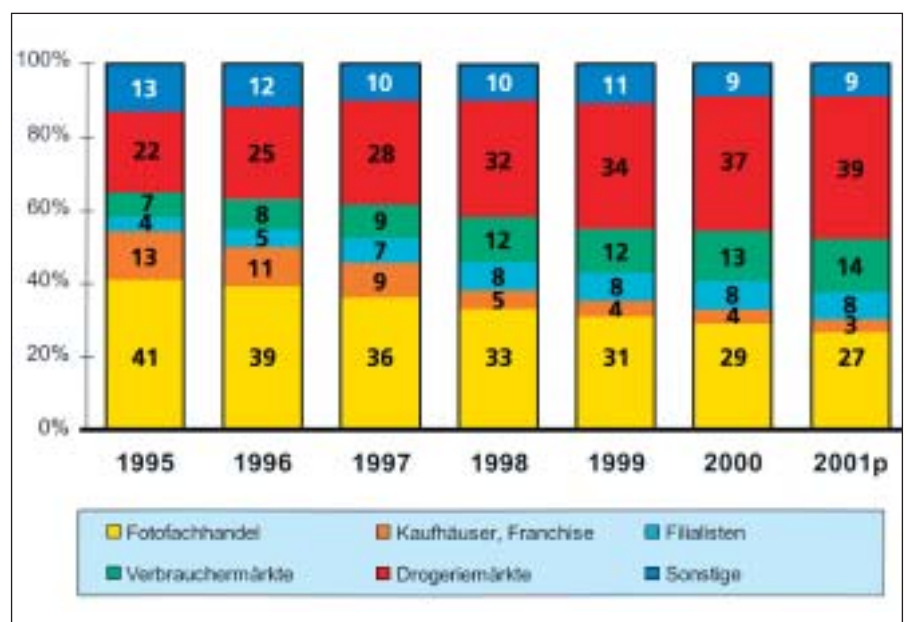
Zwei Prozent vom Umsatz, so Kraus, erziele das Unternehmen inzwischen mit Digitalprints und CDs. „Das Geschäft fängt an, Freude zu machen – und noch mehr macht es Hoffnung auf eine erfreuliche Entwicklung des Bildermarktes in Volumen und Ertrag in den kommenden Jahren.“

Gemeinsam die Verbraucher informieren

Einig sind sich die BGL Mitgliedsfirmen, daß die Herausforderung zur Zeit darin besteht, die umfangreichen digitalen Bilddienstleistungen, die die Großlabors anbieten, den Verbrauchern bekannt zu machen. Hier will der Bundesverband der Großlaboratorien im kommenden Jahr verstärkt mit dem Photoindustrie-Verband zusammenarbeiten.

Es liege im Interesse der ganzen Fotobranche, so Rothärmel, daß die Verbraucher möglichst schnell erkennen, wie gut und preiswert sie beim Fotohandel an hochwertige Fotos von ihren digitalen Aufnahmen kommen können. Für gemeinsame Marketingaktionen mit der Fotoindustrie hat der BGL darum einen Betrag von 100.000 DM bereitgestellt und zudem die Absicht erklärt, in großem Umfang kostenlose Probeprints im Rahmen von Promotion-Aktionen herzustellen.

Entwicklung der Vertriebswege für Finishing



So unterschiedlich hat sich der Anteil der verschiedenen Vertriebswege für Finishing in Prozent seit 1995 entwickelt. Deutlich zeigt sich der abnehmende Anteil des Fotofachhandels (Quelle: GPS Consumer panel 1995–2000).

Winter TV-Spot für Superia X-Tra 400

Zu Beginn der Wintersaison schaltet Fujifilm jetzt wieder TV-Spots für den Superia Film. Beworben wird der hochempfindliche Superia X-Tra 400, der auch bei schwierigen Lichtverhältnissen in der dunklen Jahreszeit noch hervorragende Ergebnisse erzielt. Der Spot greift die Hochsaison für Familienfotos im Schnee auf und setzt das Thema auf witzige Weise um. Er wird im Dezember (bis zur 51. Kalenderwoche) auf Sat 1, RTL, RTL II, Pro 7, Vox und Kabel 1 zu sehen sein. Die Kampagne wird europaweit in sechs Ländern geschaltet.

Landrover als Preis beim Quicksnap-Gewinnspiel

Mit der Einführung der neuen Fun-Kamera QuickSnap Jungle startet Fujifilm ein neues Gewinnspiel, das unter anderem in Form einer Anzeigenserie in einer großen deutschen Boulevardzeitung und deren Sonntagsausgabe zu sehen ist. Die Kam-



pagne, die bereits Anfang November begann, läuft noch bis zur 50. Kalenderwoche. Als Hauptgewinn dient bei diesem Preisausschreiben ein Landrover Defender im Wert von rund 50.000 DM. Die Kampagne wird durch entsprechendes PoS-Material unterstützt und auch auf den Internetseiten des Unternehmens umgesetzt. Die Teilnahme am Gewinnspiel ist per Telefon oder Internet möglich. Teilnahmeschluß ist der 31. Januar 2002.



Nur einige der zahlreichen Modelle des aktuellen Kamerasortiments von Fujifilm (obere Reihe, v. l.): Zoom Date 90, Nexia 31 Auto, Zoom Date 1000 sowie (untere Reihe, v. l.) Zoom Date 145, Nexia 230ix und Zoom Date 70.

Marge sichern mit Analogkameras

Zwar sind Internet- und Digitaleuphorie in diesem Jahr deutlich abgeklungen, aber gerade in den High-Tech-Branchen gilt „Digital“ immer noch als Zauberwort und als Hoffnungsträger für neue Produkte, neue Dienstleistungen und damit neue Umsatzchancen. Doch die Omnipräsenz des Digitalen auch in der Fotobranche täuscht darüber hinweg, daß auch der Handel, der die analoge Fotografie weiterhin pflegt, ein solides Geschäft mit sicherer Marge macht.

Einer der Hersteller, auf die sich der Handel bei der konventionellen Fotografie verlassen kann, ist Fujifilm. Zwar hat sich das japanische Unternehmen in jüngster Zeit auch mit Digitalkameras für Amateure und Profis einen hervorragenden Ruf erworben, aber die klassische Silberfotografie gehört nach wie vor zu den Stärken des grünen Konzerns. Ein breites Sortiment an Kameras, angefangen bei Single-Use-Modellen über Kleinbild- und APS-Kompakt- sowie Sofortbildkameras bis zur professionellen Mittelformatkamera zeugt von Innovationskraft und Bildkompetenz, die auch durch eine Palette vorzüglicher Dia- und Negativfilme für die unterschiedlichsten Anwendungen bestätigt werden. Für den Handel gerade im Vorweihnachts- und Jahresendgeschäft von Interesse sind die Kleinbild- und APS-Kameras aus dem Hause Fujifilm. Insgesamt hat das Unternehmen in diesem

Segment derzeit fast zwei Dutzend Modelle im Programm, die sich durchweg als Geschenkkiden eignen. Das gesamte Sortiment zeigt sich so vielseitig, daß jeder Kunde bei Fujifilm fündig wird, vom unbedarften Einsteiger bis zum Könnler mit Ambitionen und ganz speziellen Wünschen hinsichtlich der technischen Ausstattung.

Basierend auf dem Gedanken einer in sich stimmigen Produktfamilie zeigen sich die Fujifilm Sucherkameras in edlem Design. Dabei sorgen modernste Fertigungstechnologien und der Einsatz aktueller Werkstoffe, etwa asphärischer Linsenelemente, dafür, daß die Kameras aktuellen Forderungen wie kompakter Bauweise und überzeugenden optischen Leistungen genügen.

Aus dem gesamten Sortiment seien an dieser Stelle einige Modelle stellvertretend genannt. In der Familie der Nexia Kameras für APS-Fotografen gibt es zum Beispiel die Nexia 31 Auto, eine

kompakte Einsteigerkamera mit 23 mm-Fixfokusobjektiv, Blitz und farbigen Akzenten. Und eines der größeren Schwestermodelle, die Nexia 230ix Z, bietet neben dem hochwertigen Fujinon-Hochleistungszoomobjektiv auch einen Infrarot-Autofocus und einen integrierten Blitz.

Die Kleinbildkamerapalette wird im wesentlichen durch die Zoom Date und Clear Shot Modelle bestimmt. Ganz neu dabei ist die Zoom Date 1000, die sich durch ein 38–100 mm Zoomobjektiv und eine Gehäusefront aus Aluminium auszeichnet. Die Zoom Date 70 und die (ohne Datenrückwand gelieferte) Zoom 70, ebenfalls Neuheiten, verfügen über ein Zweifach-Zoomobjektiv, während die Zoom Date 145, eines der Topmodelle innerhalb der Fujifilm Kamerarange, sich unter anderem durch ein 3,8fach-Zoomobjektiv 38–145 mm auszeichnet.

Weihnachten, Silvester und überhaupt der gesamte Winter ist Partyzeit. Die tolle Stimmung läßt sich auch im Foto festhalten. Ein gelungener Schnappschuß sorgt bei allen Partygästen für



noch mehr Spaß und gute Laune. Ideal hierfür ist ein Sofortbild, wie es sich beispielsweise mit der Instax 200 Sofortbildkamera von Fujifilm produzieren läßt. Fujifilm bietet derzeit, speziell für die Partysaison, ein Party Pack mit einer Instax 200 Sofortbildkamera, einer Fototasche sowie zwei Instax-Filmen an.



23 Modelle für die analoge Fotografie

imaging+foto-contact: Herr Rupsch, Digitalkameras haben im Moment in den Medien, beim Handel und offensichtlich auch in den Köpfen der Anwender einen absolut hohen Stellenwert. Man könnte meinen, analoge Kameras mit klassischem Film seien nicht mehr aktuell. Wie ist diese augenblickliche Situation aus Ihrer Sicht zu bewerten?

Helmut Rupsch: In der Tat befinden wir uns derzeit in einer Situation, die ich fast als gefährlich bezeichnen möchte. Aber die Gefahr liegt nicht im Handel, sondern bei den potentiellen Käufern und den interessierten Fotografen. Hier kann es passieren, daß ein Stimmungsumschwung eintritt, der keinen Sinn macht und der höchst überflüssig ist. Denn analoge Kameras bieten



Helmut Rupsch

nach wie vor ein höchst attraktives Preis-Leistungsverhältnis, gepaart mit exzellenter Infrastruktur. Das müssen wir dem potentiellen Käufer immer wieder klar machen. Bilder in höchster Qualität und in jedem gewünschten Format lassen sich mit dem bewährten Mittel Film immer noch am preiswertesten erzeugen. Und wer teilhaben will an der digitalen Welt, der bestellt beim Entwickeln einfach die CD mit. Schon kann er eintauchen in die gesamte digitale Welt mit allen Facetten.

imaging+foto-contact: Was hat denn speziell das Unternehmen Fujifilm für

diejenigen Händler zu bieten, die auch weiterhin auf die konventionelle Silberfotografie setzen wollen?

Helmut Rupsch: Fujifilm bietet bei den analogen Kameras eine sehr breite Palette sowohl für Kleinbild als auch für das Advanced Photo System. Zur Zeit umfaßt unsere aktuelle Palette an analogen 35 mm-Kameras elf Modelle, während APS-Kameras mit zwölf Modellen im Sortiment vertreten sind. Die

Bandbreite reicht dabei von preiswerten Einsteigerkameras bis zu zoomstarken Kompaktmodellen mit vielen nützlichen Zusatzfunktionen. Ich denke, das kann sich sehen lassen. Bei Fujifilm dürfte für jeden Anwender das richtige Modell dabei sein.

Und das gilt nicht

nur für diejenigen Fotografen, die Wert auf neueste Techniken legen, denn bei allen Fujifilm Kameras wird die technische Ausstattung durch die gewohnt hohe Fujifilm Qualität und ein attraktives Design ergänzt.

imaging+foto-contact: Und wie drückt sich dieses breitgefächerte Angebot im Markt aus? Honorieren Handel und Verbraucher dieses Engagement für die analoge Fotografie?

Helmut Rupsch: Hier heißt die Antwort eindeutig „Ja“. Fujifilm verzeichnet in diesem Segment derzeit besonders gute Zuwachsraten. In die-

Interview mit Helmut Rupsch, Geschäftsleiter German Sales Division, Fuji Photo Film (Europe) GmbH

sem Jahr lag unser Unternehmen mit einer Wachstumsrate von mehr als 48 Prozent an der Spitze. Das zeigt uns, daß wir mit unserem Angebot richtig liegen. Wir gehören nicht nur beim Film, sondern auch bei den Analogkameras zu den führenden Unternehmen im Markt.

imaging+foto-contact: Das Vorhandensein von Produkten und deren Verkauf sind allerdings zwei verschiedene Dinge. Was hat Fujifilm dem Handel über die produkteigenen Merkmale wie neueste Technik, Qualität und Design hinaus zu bieten, damit ihm das Verkaufen von Fujifilm Kameras leicht fällt und Spaß macht?

Helmut Rupsch: Für den Handel bieten wir das ganze Jahr über unterstützende PoS-Aktionen, die den Abverkauf unterstützen. In diesen Tagen startet beispielsweise die aktuelle „Fujifilm. Rave the Alps“-Kampagne, die bis zum Februar 2002 dauern wird. Die Palette der Maßnahmen reicht bei den Aktionen stets von aufmerksamkeitsstarken

Gewinnspielen über Dekomaterialien bis zur Schaufensterdekoration. Die PoS-Materialien unterstützen den Gesamtauftritt unserer Werbung für die Marke Fujifilm, die wir nun verstärkt auf junge Zielgruppen ausgerichtet haben. „Inspired by your dreams“ ist dabei nach wie vor die Dachkampagne, die das breite Spektrum an Produkten und Kompetenz von Fujifilm zusammenhält und übergreifend stützt.

imaging+foto-contact: Greifen Sie bei diesen Image-, Verkaufsförderungs- und Werbemaßnahmen auch auf die Möglichkeiten des World Wide Web zurück?

Helmut Rupsch: Es versteht sich von selbst, daß ein Technologiekonzern wie Fujifilm auch auf die Möglichkeiten der virtuellen Welt zurückgreift. Neben allgemeinen Informationen zum Unternehmen und seinen Produkten können auf unserer Homepage auch alle Werbemaßnahmen und Gewinnspiele genutzt werden. Wir erzielen hier besonders hohe Zugriffsraten. Damit unsere Vertriebspartner regelmäßig rundum informiert sind und frühzeitig alle

Aktionen und Maßnahmen kennen, senden wir allen Händlern in regelmäßigen Abständen einen Newsletter, in dem nicht nur die neuen Produkte, sondern vor allem auch unsere Support-Maßnahmen dargestellt werden.

imaging+foto-contact: Eine Frage, die nicht fehlen darf, ist die Frage nach den Verdienstmöglichkeiten für den Handel. Macht es Ihren Vertriebspartnern auch betriebswirtschaftlich Spaß, Fujifilm-Produkte zu verkaufen?

Helmut Rupsch: Ohne jeden Zweifel. Mit Fujifilm Kameras läßt sich eine attraktive Marge realisieren. Denn wir bieten dem Handel das ganze Jahr über attraktive Preisangebote. Kombiniert mit guter Qualität, die man von unserem Unternehmen gewöhnt sein dürfte, einer höchst attraktiven und breit angelegten Produktpalette, die viele Käuferschichten anspricht, ist dies eine perfekte Mischung.

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

Winterpromotion unter dem Titel „Fujifilm. Rave the Alps.“

Rodeln, Skifahren, Snowboarden, oder kurz gesagt: Spaß im Schnee, das sind die Hingucker bei Fujifilms aktueller Winterpromotion „Fujifilm. Rave the Alps.“, die vor allem junge und junggebliebene Kunden focussiert.

Neben attraktiven Produkten aus dem Fujifilm Sortiment steht ein Gewinnspiel im Mittelpunkt der Aktion, die bis Februar 2002 läuft: Hauptpreis ist dabei eine fünftägige Reise nach Ischgl für zwei Personen. Pistenspaß wird dort nur ein Teil des Ganzen sein, denn entsprechend des Promotionmottos heißt es am 30. April 2002 „Rave the Alps.“. Dann haben die Gewinner die Möglichkeit, bis zum frühen Morgen Gäste einer Party auf der 2.311 Meter hohen Idalp in Ischgl zu sein, bei der es jede Menge Fun bei Trendsport-Action und riesiger Musikshow mit vielen Stars geben wird.



Spaß im Schnee ist bei Fujifilms aktueller Kampagne angesagt.

Neben den Hauptpreisträgern können sich auch neun weitere Gewinnsteilnehmer freuen: Sie erhalten ein individuell zugeschnittenes Snowboard von Salomon.

Um die Kunden auf die Aktion aufmerksam zu machen, bietet Fujifilm dem Handel Werbe- und Verkaufsförderungsmittel an, mit denen sich Schaufenster und Verkaufsflächen in locker-flockig dekorierte Winterlandschaften verwandeln.

Die Aufmerksamkeit der Verbraucher

soll zunächst der Schaufensterkleber auf sich ziehen, der aussieht wie Eis, dieses jedoch nur vortäuscht. Als weitere Bestandteile des Schaufensterdekopaketes stehen ein Deckenhänger (DIN A2) und ein Poster (DIN A2), diverse Filmdummys, ein Weihnachtsbaum (Höhe zirka 60 cm), ein Kamerapräsentier in Form eines Eisbergs (30 x 30 x 25 cm) sowie ein sportlicher Bobschlitten zur Verfügung. Dieser Schlitten soll den Weihnachtsbaum nach den Weihnachtsfeiertagen ablösen.

Für den Innenraum des Geschäftes hält Fujifilm ebenfalls verschiedene Deko- und Verkaufsförderungsmaterialien bereit. Das Zweitplatzierungs-Paket besteht aus einem Deckenhänger (DIN A2), der den Spaßfaktor der Aktion kommunizieren und auf das Gewinnspiel hinweisen soll, einer Schütte mit passendem Topschild, Gewinnspielkarten im Dispenser und 20 Eiskratzern als Give-aways.

Bei uns haben Sie die Wahl ...

... ab 1.500 EUR.



order-it basic



order-it classic

order-it wächst mit der Zahl Ihrer Kunden!

Unsere Terminals verarbeiten natürlich
alle gängigen Datenträger.



Mit Kodak Präsentationssystemen und EasyShare Digitalfotografie *live* erlebbar machen

Kodak hat mit dem EasyShare System ein Konzept vorgestellt, mit dem die Digitalfotografie auch an Zielgruppen herangeführt werden soll, die sich bisher aus Scheu vor der neuen Technik nicht an sie herangewagt haben. Gleichzeitig bietet das Unternehmen dem Handel umfassende Unterstützung bei der Vermarktung der EasyShare-Digitalkameras. **imaging+foto-contact** sprach mit Karsten Eggert darüber, wie EasyShare von den Verbrauchern aufgenommen wurde und mit welchen Aktivitäten Kodak das Weihnachtsgeschäft der Händler forcieren möchte.



Interview mit Karsten Eggert, Vertriebsdirektor Kodak Digital & Applied Imaging für Deutschland, Österreich und die Schweiz

imaging+foto-contact: Herr Eggert, wie stellt sich zum Ende des Jahres 2001 der Digitalkamera-Markt aus Ihrer Perspektive dar? Haben sich Ihre Erwartungen erfüllt?

Karsten Eggert: Daß der Digitalkamera-Markt ein äußerst attraktives Geschäftsfeld ist, hat sich auch dieses Jahr bestätigt. Aktuelle Zahlen der GfK gehen von einem Mengenwachstum von 117 Prozent im Zeitraum Februar bis September 2001 aus. Und Weihnachten steht bald vor der Tür. Wir sind fest davon überzeugt, daß Digitalkameras im

diesjährigen Weihnachtsgeschäft boomten werden.

imaging+foto-contact: Das EasyShare-System, das Sie im Sommer vorgestellt haben, sollte den Umgang mit Digitalkameras einfacher machen und Hemmschwellen abbauen. Hat die Reaktion der Verbraucher und Ihrer Handelspartner diese Erwartung bestätigt?

Karsten Eggert: Die Reaktionen der Endverbraucher und des Handels sind sehr positiv. Was uns besonders Mut macht: Durch EasyShare begeistern wir

auch jüngere Menschen für das Thema Digitalfotografie. Auf einer der Roadshows äußerte sich eine junge Hobbyfotografin aus Bad Nauheim, die eine EasyShare-Digitalkamera ausprobiert hatte, begeistert: „Es geht alles so einfach“. Die aktuelle Marktverteilung in Deutschland zeigt zudem, daß wir mit EasyShare hervorragend positioniert sind. Laut GfK ist Kodak nach Stückzahlen betrachtet mit circa zwölf Prozent Marktanteil die Nummer zwei in Deutschland (Periode Februar bis September 2001).

Shopsystem „Digitale Welten“

Komplett ausgestattet mit Digitalkamera, PC und Drucker bietet das Kodak Shop-in-Shop-System „Digitale Welten“ digitalen Fotospaß zum Anfassen.



Neben dem Praxisbereich bietet es Platz für weitere Produkte, die attraktiv und informativ vorgestellt werden können. Dazu zählen Inkjet Fotopapiere, CD-R-Medien und das umfangreiche Zubehörangebot für Digitalkameras mit CompactFlash- und MultiMedia-Cards, externen Lesegeräten sowie Makro-, Weitwinkel- und Teleobjektive. Mit einer Länge von drei Metern läßt sich der neue Shop bequem in existierende Ladenkonzepte integrieren, kann aber bei Bedarf auch angepaßt werden.

imaging+foto-contact: Mit dem Shop-in-Shop-System „Digitale Welten“ wollen Sie die Präsentation von Kodak Digitalprodukten im Handel noch stärker in den Vordergrund rücken. Welche Vorteile hat dieses Konzept für Ihre Handelspartner?

Karsten Eggert: Mit dem Kodak Shop „Digitale Welten“ hat der Handel die Möglichkeit, anschaulich zu präsentieren, wie einfach digital fotografieren sein kann. Ausgestattet mit Digitalkamera, PC und Drucker bietet er digitalen Fotospaß zum Anfassen. Der Endverbraucher erstellt mit der Digitalkamera ein Foto, sieht es kurze Zeit später auf dem Computer-Monitor und bekommt dann sofort einen Ausdruck erstellt. Dieser „all-in-one“

Ansatz macht den neuen Kodak Shop so attraktiv. Unsere Roadshows haben gezeigt, daß das Konzept von den Verbrauchern sehr positiv, zum Teil euphorisch aufgenommen wird – der Handel wird sich über höhere Umsätze freuen können.

imaging+foto-contact: In Ihren Verantwortungsbereich gehören nicht nur Digitalkameras, sondern auch Inkjet-Medien. Wie beurteilen Sie zur Zeit diesen Markt – welche Größenordnung hat er erreicht? Wie sind Sie mit Ihrer eigenen Position zufrieden?

Karsten Eggert: Der deutsche Markt für Inkjet Fotopapiere zeigt konstante Wachstumsraten von circa 30% bei Verpackungen und circa 14% bei den Blättern. Das Entscheidende für Kodak und seine Handelspartner sind jedoch die attraktiven Margen. In Volumen ausgedrückt beträgt der Anteil der Inkjet Fotopapiere am Gesamtpapiermarkt in Europa etwas über 7%. Diese machen jedoch über 50% des Gesamtumsatzes aus (Quelle: Cap Ventures, GfK). Wir sind mit unserer Position zufrieden, wollen das Inkjet Fotopapier-Geschäft aber weiter intensivieren. Für den Handel ist Kodak eine gute Wahl, denn das Unternehmens-Know-how bei der Fotopapier-Herstellung und der bekannte Kodak Markenname geben dem Verbraucher das notwendige Vertrauen, das für eine Kaufentscheidung wichtig ist.

imaging+foto-contact: Das digitale Bilder-geschäft ist zwar noch kein Massenmarkt, aber ein erklärter Hoffnungsträger für die Fotobranche. Wie sehen Sie aus der Perspektive des Geschäftsbereiches Digital & Applied Imaging dieses Segment? Sind Inkjet-Materialien nicht eine Alternative zu digitalen Fotos aus dem Großlabor oder digitalen Minilabs?

Karsten Eggert: Durch die digitalen Techniken wird sich die Anzahl der aufgenommenen Bilder erheblich vergrößern. Die Industrie muß zusammen mit dem Handel erreichen, daß ein großer Prozentsatz dieser Klicks auch seinen Weg aufs Papier findet und als Foto gedruckt wird. Zu diesem Zweck muß die Branche die unterschiedlichsten Möglichkeiten bereitstellen. Dies können Inkjet Fotopapiere oder auch digitale Services beim Handel sein. Wie Sie wissen, ist Kodak im Segment digitale Service-

Neue Inkjet Papiere und Displays



Mit drei neuen Medien für den Fotodruck und ebenfalls drei neuen PoS-Displays intensiviert Kodak das Inkjet Fotopapiergeschäft. Zu den drei neuen Displays zählen das rotierende Counter Display mit vier Fächern zur Aufbewahrung der Verpackungen, ein weiteres Display für den Geschäfts-Innenraum mit vier Metallarmen, an die bis zu hundert Verpackungen angehängt werden können, mit einem Ablageplatz darunter für bis zu 20 Verpackungen à fünfhundert Stück des Bright White Papers und ein weiteres kleineres Standdisplay mit vier Reihen, in die 16 Verpackungen passen. Am oberen Ende des Displays befindet sich eine Ablage-Plattform, die für das

Print-Sample-Book mit Musterdrucken auf Kodak Inkjet Fotopapieren genutzt werden kann. Zu den drei neuen Medien zählen das beidseitig bedruckbare Kodak Presentation Paper mit einem Gewicht von 105 g/qm und einer speziellen, matten Oberfläche. Es wird von Kodak mit 150 Blatt pro Verpackung zu einem günstigen Preis-/Leistungsverhältnis angeboten. Das bewährte Kodak Ultima Picture Paper mit einer Stärke von 270 g/qm und einer zu erwartenden Haltbarkeit von 20–25 Jahren gibt es jetzt auch mit Mikroperforierung. Diese ermöglicht es, zwei Bilder im Format 13 x 18 cm auf einer Seite auszudrucken und anschließend leicht herauszutrennen. Die preisgünstige Lösung für alltägliche Ausdrucke, das Kodak Picture Paper, ist jetzt auch mit einer matten Oberfläche verfügbar. Es ist 190 g/qm schwer und beidseitig bedruckbar.

leistungen vor Ort – mit dem Picture Maker oder der Order Station – beim Handel sehr engagiert. Kodak sorgt mit dem Handel dafür, daß der Endverbraucher das bekommt, was er verlangt: nämlich Qualitätsprints seiner Digitalbilder.

imaging+foto-contact: Was sollte die Fotobranche – und natürlich der Fotohandel – Ihrer Meinung nach in den nächsten Monaten tun, um die Digitalfotografie noch populärer zu machen und zu einem wirklichen Massenmarkt zu entwickeln? Welche Aktivitäten hat Kodak geplant, um dieses Ziel zu erreichen?

Karsten Eggert: Ein wichtiger Aspekt ist, den Endverbraucher zum Ausprobieren zu veranlassen. Digitaler Fotospaß muß „live“ erlebbar sein und nicht hinter Glasvitrinen verschwinden. Dazu leistet unser neues Shop-in-Shop Konzept „Digitale Welten“ einen wichtigen Beitrag. Von besonderer Bedeutung sind zudem POS-Materialien, die das Interesse des Endverbrauchers im Geschäft wecken. Inkjet Fotopapiere zum Beispiel werden vom Verbraucher oftmals „spontan“ gekauft. Dabei

spielt eine ansprechende Präsentation eine besondere Rolle. Zu diesem Zweck gibt es von Kodak drei neue POS-Displays für die Kodak Inkjet Fotopapiere. Darunter ist ein rotierendes Thekendisplay mit vier Fächern, ein Standdisplay mit vier Hängefächern plus Stauplatz für dickere Verpackungen sowie ein kleineres Standdisplay, in das 16 Verpackungen passen.

imaging+foto-contact: In welche Größenordnung wird sich im kommenden Jahr Ihrer Meinung nach unter diesem Aspekt der Markt für digitale Kameras, Verbrauchsmaterialien und Dienstleistungen entwickeln?

Karsten Eggert: Der Wachstumstrend der Digitalfotografie wird sich auch im nächsten Jahr fortsetzen, wobei es schwierig ist, konkrete Zahlen zu nennen. Entscheidend für uns alle ist erst mal das Weihnachtsgeschäft. Und hierbei sind wir sehr optimistisch: Dank EasyShare und Handelsunterstützung erwarten wir für Kodak und seine Handelspartner eine erfolgreiche Weihnachtssaison.

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

Olympus will auch im kommenden Jahr Marktführer bleiben

Aus der Pole Position

Mit vier neuen Digitalkameras hat Olympus in diesem Herbst die Grundlagen dafür geschaffen, seine Marktführerschaft jetzt im Weihnachtsgeschäft zu verteidigen. Auch im kommenden Jahr will das Unternehmen dieses Wachstumssegment von der Führungsposition aus weiterentwickeln.

Insgesamt, so Hubert, hebe sich der Fotomarkt zur Zeit positiv von den anderen Konsumgütersegmenten ab. Während zum Beispiel die Unterhaltungselektronik gegenüber dem Vorjahr (bis Juli 2001) einen Rückgang von 6,0 und die Telekommunikation gar eine Abschwächung um 14 Prozent zu verzeichnen hatten, wuchs der Markt für Fotogeräte im selben Zeitraum um 9,5 Prozent. Dieses Wachstum, so Hubert, sei nach Angaben der Nürnberger GfK allerdings ausschließlich auf das digitale Segment zurückzuführen. Die um 96 Prozent gestiegenen Verkäufe von Digitalkameras und der um 149,6 Prozent (nach Stückzahlen) höhere Absatz von Speicherkarten kompensieren die Rückgänge im analogen Geschäft. So nahm beispielsweise das Verkaufsvolumen analoger Kameras um 14 Prozent ab.

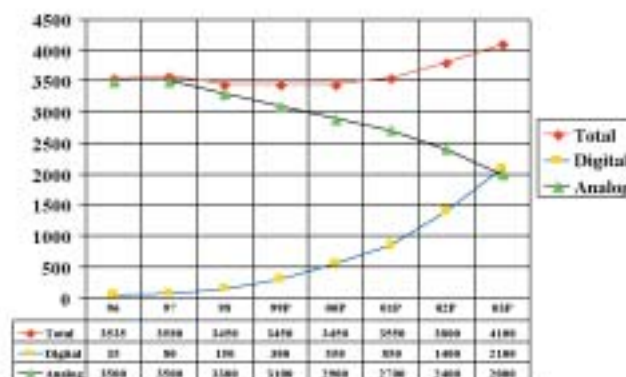
Wachstum durch Digitalfotografie

Vom Wachstum bei den Digitalkameras hat Olympus als einer der Pioniere dieses Segmentes besonders profitiert. So hat sich der Umsatz der Europa-Zentrale in den vergangenen sechs Jahren um 129 Prozent auf 1,14 Milliarden Euro im Jahr 2000 gesteigert. Für dieses Jahr wird ein Volumen von 1,257 Milliarden Euro erwartet. Vom Umsatz des Vorjahres entfielen 44,8 Prozent oder 513 Millionen Euro auf den Bereich Consumer Products, dessen Volumen sich damit gegenüber dem Geschäftsjahr 1995/96 (162,2 Millionen Euro) mehr als verdreifachte. Dabei



Martin Hubert, Olympus Bereichsleiter Consumer Products, erwartet, daß die Zahl der verkauften Digitalkameras bereits im Jahre 2003 das Volumen der analogen Geräte übersteigt.

Marktentwicklung Stück Marktanalyse Deutschland



Für die kommenden Jahre erwartet Olympus insgesamt ein Wachstum des Kameramarktes in Deutschland auf über 4 Millionen Stück. Dabei soll der Rückgang bei den analogen Geräten durch die Steigerung bei Digitalkameras mehr als ausgeglichen werden. Schon 2003 soll diese Kategorie auch nach Stückzahlen die größte sein.

kam Olympus zugute, daß das Unternehmen nicht nur im digitalen Bereich die Marktführerschaft eroberte, sondern auch auf eine Spitzenposition in wichtigen analogen Segmenten verweisen kann. So liegt die Marke bei den Kompaktkameras mit einem Anteil von 13 Prozent (laut GfK) nach Stück und von 18,9 Prozent nach Wert auf dem ersten Platz. Der Digitalkamera-Markt in Deutschland, so Hubert, werde in diesem Jahr von 580.000 Stück im Jahr 2000 auf etwa 850.000 Einheiten wachsen. Auch in diesem Segment liege Olympus klar vorn, und zwar sowohl nach Stück (17,9 Prozent von Februar bis Juli 01) als auch nach Wert (22,4 Prozent Marktanteil im selben Zeitraum). Im Fotofachhandel liegt der Marktanteil von Olympus mit 29,8 Prozent sogar noch höher.

Es habe sich ausgezahlt, daß Olympus beim Vertrieb von Digitalkameras von Anfang an auf die Partner im Fotohandel gesetzt habe, betonte Hubert. Dabei hätten beide Seiten von ihrer unangefochtenen Kompetenz im Kamerasegment profitiert. Olympus habe das Geschäft der Digitalkameras auf der Basis eines gesunden Umsatzvolumens im analogen Bereich aufbauen können.

Der Fotohandel, der in diesem Jahr mit einer Wachstumsrate von 75 Prozent mit der Entwicklung im Digitalkamera-Markt mehr als Schritt halten konnte, müsse sich die Wichtigkeit dieses Marktsegmentes immer neu bewußt machen, betonte Hubert. Denn der Wettbewerb schläft nicht: Während in jedem der 400 Fachmärkte in Deutschland inzwischen Digitalkameras verkauft werden, sind die Kameras mit Chip erst in etwa 1.800 der 4.000 deutschen Fotofachgeschäfte zu haben.

Digital überholt analog

Die Marktdaten sprechen eine deutliche Sprache: Ohne digitale Produkte sähe es auf dem Kameramarkt trübe aus.

Bereits in diesem Jahr wird der Wert der verkauften Digitalkameras über dem der analogen Pendanten liegen: Von den 1,48 Milliarden DM, die deutsche Verbraucher im Jahr 2001 in Kameras investieren, werden 800 Millionen DM für digitale Fotoapparate ausgegeben.

Problemloser Einstieg in die 3-Megapixel-Digitalkamerawelt

Mit der Camedia C-3020Zoom spricht Olympus qualitätsbewußte Hobbyfotografen und ambitionierte Fotografen gleichermaßen an. Aufgrund einer effektiven 3,2-Millionen-Pixel-Auflösung in Kombination mit einem lichtstarken (F2,8) 3fach-Zoomobjektiv (Brennweite äquivalent zum KB von 32–96 mm) liefert die Kamera qualitativ hochwertige Bilder. In Verbindung mit dem stufenlosen 2,5fach Digitalzoom lassen sich insgesamt sogar bis zu 7,5fache Vergrößerungen erzielen. Für eine einfache Handhabung stehen beispielsweise fünf Aufnahmemodi mit vorprogrammierten Kameraeinstellungen für Porträt-, Landschafts-, Sport- sowie Nachtfotografie und ein Movie-Modus für die Aufnahme von kurzen Videosequenzen zur Verfügung. Eine Reihe von Meßfunktionen der Kamera sorgt für scharfe, optimal belichtete Aufnahmen mit realitätsnahen Farben. Dazu zählen die ESP- (Electro Selective Pattern) Mehrfeldmessung für die präzise Ermittlung der Schärf- und Belichtungseinstellung und das iESP (intelligent ESP), das den besten Fokuspunkt des Bildes auswertet. Darüber hinaus sind auch eine Spotmessung und das manuelle Einstellen der Schärf- möglich. Bei schwierigen Lichtverhältnissen stehen dem Fotografen entweder ein Belichtungsausgleich, Auto-Bracketing-Funktionen oder sieben verschiedene Blitzmodi, darunter auch eine Langzeitsynchronisation mit 1. und 2. Verschlussvorhang-Effekt, zur Verfügung. Für eine realistische Wiedergabe insbesondere von Hauttönen ist die C-3020Zoom mit einem automatischen iESP-Weißabgleich ausgestattet. Darüber hinaus stehen vier voreingestellte Modi, ein „One-Touch-Weißabgleich“ sowie eine Weißabgleich-Kompensationsfunktion zur Verfügung. Neben der Programmautomatik verfügt die Kamera auch über viele Features für eine kreative manuelle Gestaltung der Aufnahmen. Dafür bietet sie sowohl eine Blenden- oder Verschlusszeitenvorwahl als auch einen manuellen Modus. Mit der My Mode-Funktion, einer Olympus Neuheit, können persönliche, oft verwendete Einstellungen gespeichert werden. Abgerundet wird das Leistungspotential der mit einer USB-Schnittstelle ausgestatteten Digitalkamera durch zahlreiche kreative Effekte, übersichtlich platzierte Tasten, Einstellrad und das bedienerfreundliche Menü auf der Kamerarückseite. Die Olympus Camedia C-3020Zoom wird zu einem attraktiven Preis von 1.398 DM angeboten.



Zwar werden zur Zeit noch deutlich mehr analoge Kameras verkauft, aber dies werde sich, so Hubert, in absehbarer Zeit ändern. Ein weiterhin rapides Wachstum der Digitalkamera-Verkäufe werde den Kameramarkt bis zum Jahr 2003 wieder auf über 4 Millionen Stück anwachsen lassen, erklärte Hubert. Von diesen werde aber in zwei Jahren mehr als jede zweite digital funktionieren.

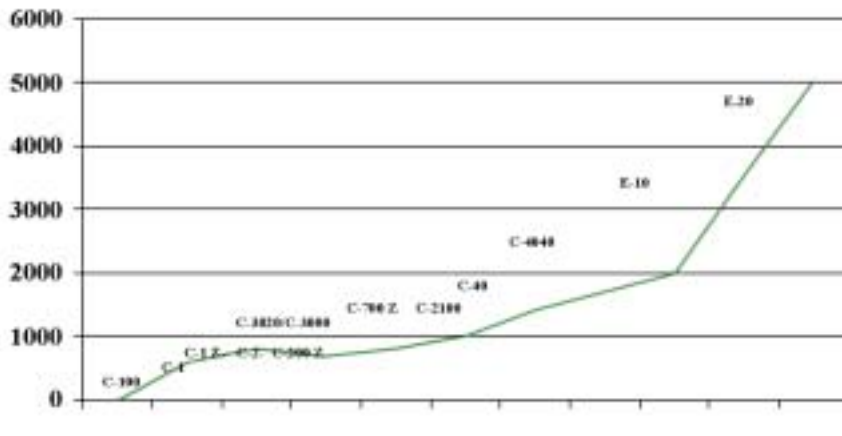
Partnerschaft mit dem Fotohandel ausbauen

Es habe sich für beide Seiten ausgezahlt, daß Olympus bei der Entwicklung des Digitalkamera-Marktes von Anfang an auf den Fotohandel gesetzt habe, betonte Hubert. Auch das weitere Wachstum in den kommenden Jahren will Olympus mit den traditionellen Vertriebspartnern voran-

Fortsetzung auf Seite 20

Fortsetzung von Seite 19

Digitalkameras nach Preisklassen



Olympus verfügt über ein komplettes Sortiment, das in allen wichtigen Preisklassen mit attraktiven Modellen aufwarten kann.

treiben. Die Eröffnung des „Olympus Digital World“ Mustergeschäftes in Berlin mit dem Foto-Kaufmann Peter Huber biete dem Unternehmen die Möglichkeit, durch einen direkten Fühler zum Markt Konzepte für den Fotofachhandel in der Praxis zu testen. Dabei komme es darauf an, die gesamte Welt der digitalen Fotografie in einer kompetenten Ladenpräsentation sichtbar zu machen. Neben dem einschlägigen Produktangebot gehört dazu, nach Einschätzung von Olympus,

vor allem die Dienstleistungspalette. In Berlin zeigt sich das im „Gläsernen Studio“, das die Blicke der Kunden auf sich lenkt und Schwellenängste beseitigen kann. Um die Intimsphäre zu wahren, können die durchsichtigen Wände bei Bedarf auf fotoelektrischem Wege verdunkelt werden. Auch das digitale Bildergeschäft in Verbindung mit dem Agfa d-lab.3 nimmt im Berliner Musterladen einen breiten Raum ein.

Mit einer umfassenden Produktpalette,

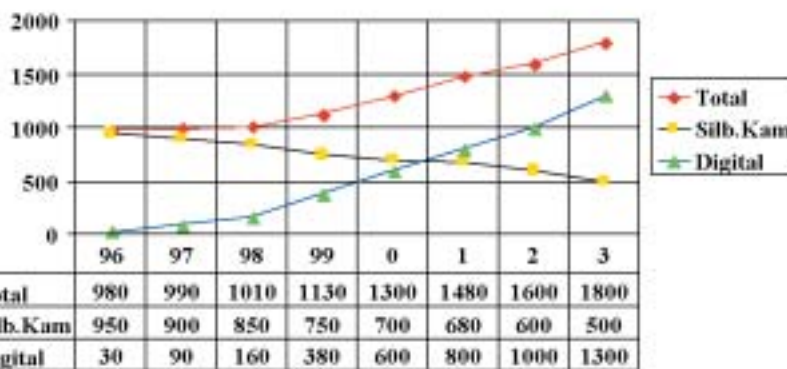
so Martin Hubert, sei Olympus für den Fotohandel ein Partner, der alle Marktsegmente mit attraktiven Produkten abdecken könne: von der preiswerten Einstiegerkamera bis zum professionellen Spitzenprodukt.

Die Neuheiten in diesem Herbst unterstreichen das deutlich: Das preisgünstige Einstiegermodell C200 Zoom für unter 1.000,- DM, die brandneue Camedia C3020 Zoom mit hervorragendem Preis-/Leistungsverhältnis und natürlich die Camedia C14 in attraktivem Design mit 4 Millionen Pixeln bieten



Ulrich Götze, Produkt- und Marketingmanager Digital, sieht mit dem neuen professionellen Modell E20 P die technologische Marktführerschaft von Olympus bestätigt.

Marktentwicklung digitale Kameras -Wert- Mio.DM



Bereits heute ist der Wert des Digitalkamera-Marktes größer als der des analogen Segmentes.

die Voraussetzung für interessante Umsätze im Weihnachtsgeschäft. Dazu kommt natürlich die neue E20 P für Anwender mit professionellen Ansprüchen.

Mit diesem Gerät, das 5 Millionen Pixel mit innovativen Bildverbesserungsfunktionen, optischer Höchstleistung und großer Flexibilität vereint, unterstreicht Olympus seinen Anspruch nicht nur auf quantitative, sondern auch auf qualitative Marktführung. Unter diesen Voraussetzungen, so Martin Hubert, sei die Verteidigung der Spitzenposition im Digitalkamera-Markt ein realistisches Marketingziel für das kommende Jahr.

Das Super-Solaris-Gewinnspiel

**Tolle Reise- und Einkaufsgutscheine
im Gesamtwert von 8.000 Euro
zu gewinnen!**

Bieten Sie Ihren Kunden das Super-Solaris-Gewinnspiel mit tollen Preisen im Gesamtwert von 8.000 Euro:

1. Preis: Reisegutschein im Wert von 5.000 Euro
2. Preis: Reisegutschein im Wert von 2.500 Euro
3. Preis: Einkaufsgutschein für Sportbekleidung und Ausrüstung im Wert von 500 Euro

Das Gewinnspiel richtet sich an den Endverbraucher und findet von Januar bis Ende April 2002 statt. Die Gewinner werden unter den richtigen Einsendungen ausgelost.

Jeder Händler, der sich an der Aktion beteiligt, erhält Teilnahmekarten mit Dispenser sowie den aktuellen Solaris-Doppelpack 200/36. Überdies hat er die Möglichkeit, kostenlose Abgabeartikel für seine Kunden bei Ferrania anzufordern. Greifen Sie zu und nehmen Sie teil. Ihre Kunden werden es Ihnen danken.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.ferrania.it.com oder bei

Ferrania Deutschland GmbH
Hammfelddamm 10
D - 41460 Neuss
Tel. +49 2131-124 660
Fax +49 2131-124 6666



Ferrania
Imaging Technologies

Fotofilmhersteller seit 1923

Solaris
easy photography

Deutliches Plus bei Agfas On-Site Business

Ein deutliches Plus in Menge und Umsatz verzeichnet Agfa im On-Site Business Europe. Um dieses Geschäft noch mehr zu stärken, will Agfa zukünftig bei seinen Aktivitäten die Bedürfnisse und Interessen der Endverbraucher beim Verkauf von Minilabs sowie damit zusammenhängenden Angeboten und Promotionaktivitäten mehr in den Vordergrund stellen. Dies kündigte Werner Went, On-Site Business Europe bei der Agfa-Gevaert AG, in einem Gespräch mit imaging+foto-contact an.

„Wir haben mit unseren Minilabs in der Vergangenheit ein erfolgreiches Business-to-Business-Geschäft gemacht, dabei aber dem Verbraucher und seinen Wünschen noch zu wenig Beachtung geschenkt“, sagte Went. „Deshalb ha-

det mit der Fotografie noch dieselben Werte, die er schon immer damit verbunden hat.“ Nach wie vor sei Fotografie



Werner Went, On-Site Business Europe bei der Agfa-Gevaert AG: „Sicherheit und Qualität stehen beim Bildergeschäft auf der Liste der Erwartungen des Verbrauchers ganz oben.“

Die Spezialitäten nutzen

ben wir unsere Rolle als Berater unserer Handelspartner neu definiert. Wir werden Minilabbetreibern in Zukunft verstärkt Lösungen für gewinnbringende Geschäfte mit dem Konsumenten anbieten.“ Somit werde die Kette „B2B“ um ein weiteres Glied ergänzt: „B2B2C“ heiße jetzt das Leitmotiv, „denn“, so Went, „wenn beim Consumer nichts läuft, läuft auch beim Handel und damit bei uns nichts.“

Um Minilabbetreibern entsprechende individuelle Lösungen beim Verkauf von Bildern, Bilddienstleistungen und Zubehör bieten zu können, hat Agfa eine repräsentative Umfrage unter Verbrauchern in der Altersgruppe von 25 bis 35 Jahren durchgeführt. Zunächst in Deutschland, dann auch, um die gewonnenen Erkenntnisse abzusichern, in weiteren europäischen Ländern wie Spanien, Italien oder Frankreich. Dabei zeigte sich, daß das Denken der fotobegeisterten Verbraucher sich nicht unterscheidet. Und zwar weder durch geografische oder landsmannschaftliche Gegebenheiten, noch durch die Entwicklung der Technologien. Went: „Trotz Digitalkameras und Internet: Der Konsument von heute verbin-

eine ausgesprochen emotionale Tätigkeit, die dazu diene, Erinnerungen an wichtige Ereignisse im Leben eines Menschen in Form eines Bildes zu bewahren. Dabei seien die Motive heute die gleichen wie gestern. „Die Endverbraucher benutzen die Kamera, um ihre Familie, ihr Hobby, ihren Urlaub aufzunehmen“, stellte Went fest.

Zwei Herzen schlagen in der Brust der Verbraucher

Bei der Frage nach Filmentwicklung und Vergrößerung der Bilder brachte die Umfrage zwei wichtige Ergebnisse: Zum einen herrschen beim Konsumenten große Unkenntnis und Unsicherheit. Soll heißen: Nur die wenigsten Hobbyfotografen wissen, wie der Weg vom belichteten Film zum anfaßbaren Foto aussieht. Zum anderen zeigte sich, daß zwei Herzen in der Brust der Verbraucher schlagen. Geht es um wichtige Aufnahmen, stehen Qualität und Sicherheit ganz oben auf der Liste der Erwartungen, die der Verbraucher an die Filmentwicklung hat. In diesem Fall wählt er genau aus, wem er seinen Film anvertraut. Sind dagegen Fotos

auf dem Film, an denen nicht das Herzblut des Fotografen hängt, ist es ihm relativ gleichgültig, wo die Bilder gemacht werden. „Hier zählt ausschließlich die Bequemlichkeit“, so Went, „und die Filme werden an der erstbesten Bildannahmestelle abgegeben.“

Aus diesen Erkenntnissen ergeben sich nach Wents Ansicht große Chancen für Minilabbetreiber. Denn er sei in der Lage, dem Konsumenten Sicherheit und Qualität zu bieten. „Diese Sicherheit ergibt sich aus der Tatsache, daß die Fotos im eigenen Haus entwickelt werden, und die hohe Qualität der Bildergebnisse wird durch die Verwendung von Agfa-Labormaschinen sichergestellt“, betonte Went.

Schon die analogen Minilabs der MSC-Baureihe haben mit Total Film Scanning (TFS) eine Spitzenqualität erreicht. „Diese technologische und qualitative Führerschaft haben wir mit unseren digitalen Minilabs d-lab.3 und dem ganz neuen d-lab.2 noch einmal ausgebaut“, meinte Went. Denn beide Geräte verfügen über d-TFS, die digitale Variante der automatischen Bildverbesserung. Bei den Minilabs der d-lab-Serie zeigt sich diese unter ande-

rem durch Kontrast-, Schärfe- und Farbtonverbesserungen oder automatische Retusche von Staub und Kratzern. Doch nicht nur wegen der technologischen Spitzenqualität ist Agfa nach Wents Meinung ein guter Partner für Minilabbetreiber. Einen weiteren Grund lieferte wiederum die Verbraucherbefragung: Als Ergebnis der Aufgabe, die verschiedenen Filmhersteller mit menschlichen Eigenschaften zu charakterisieren, ordneten die Befragten der Agfa Adjektive wie solide, zuverlässig, vertrauenerweckend und kompetent zu. „Agfa steht für Qualität“, zitierte Went aus der Zusammenfassung der Studie. „Unserer Ansicht nach sind diese Eigenschaften ideale Voraussetzungen für eine dauerhafte geschäftliche Partnerschaft und eine gute Chance für uns und unsere Handelspartner, sich im Dreieck aus Verbraucher, Handel und der Marke Agfa positionieren zu können“, stellte Went fest. „Denn Agfa ist eine grundsätzliche Marke für ein grundsolides Geschäft.“ Eine wesentliche Komponente für den Geschäftserfolg sei es, die Möglichkeiten der aktuellen Minilabs zu nutzen, mit denen Agfa zu den technologischen Vorreitern des Marktes gehöre. Dabei sollte der Minilabbetreiber sich jedoch von dem Gedanken verabschieden, die Leistung der Geräte ausschließlich nach der Printkapazität zu beurteilen, empfahl Went. „Entscheidend für das profitable Geschäft an der Bildertheke

von Angeboten für den Verbraucher. Vom schnellen Bild im Kleinformat über Paß- und Bewerbungsfotos, Visiten-, Gruß- und Einladungskarten, Ausschnittvergrößerungen, Retuschen und Kalendern bis zu hochwertigen Porträts, Bildern mit Schmuckrahmen und Postern im Format 30 x 45 cm, hergestellt mit dem neuen d.lab-2, reiche das Spektrum möglicher Angebote.

Zubehörverkauf muß aktiv geschehen

Darüber hinaus böte gerade die Emotionalität, mit der die Fotografie auch heute noch verbunden sei, große Chancen für Zusatzgeschäfte. Went: „Unsere Marktbefragung zeigte auch, daß Archivierung und Präsentation der eigenen Fotos vom Verbraucher ebenfalls als emotionales Erlebnis empfunden werden.“ Also spreche nichts da-

Händlern und Minilabbesitzern mit Ideen nach Wents Ansicht ideale Voraussetzungen, um auch zukünftig erfolgreich zu agieren.

Digitalgeschäft sollte beim Fotohandel bleiben

Nicht zu unterschätzen sei die Bedeutung des Geschäftes mit Bildern von digitalen Datenträgern. Gleichgültig, ob derartige Aufträge über Beratung oder Selbstbedienung, etwa mit der Agfa e-Box, abgewickelt werden: „Echte Fotos“ von digitalen Daten zu produzieren und dem Verbraucher dabei kompetente Beratung zukommen zu lassen, sollte auch auf absehbare Zeit dem Fotohandel vorbehalten bleiben. Went: „Entscheidend sind nicht die absoluten Umsatzzahlen, sondern der Faktor, von Anfang an dabei zu sein, um sich so die Position für die Zukunft zu

„Eine grundsätzliche Marke für ein grundsolides Geschäft.“

gegen, dem Kunden, der seine Bilder abholt, auch Alben und Rahmen anzubieten.

„Aber“, so Went, „das muß natürlich aktiv geschehen. Wer nur in seinem Laden steht und beobachtet, wie die Konsumenten großformatige Rahmen

sichern. Wer heute nicht die Saat in die Erde bringt, der wird morgen auch nicht ernten können.“ Außerdem zeige der Erfolg einiger Händler, daß das Digitalgeschäft interessante Perspektiven biete. „Wer zum Beispiel die individualisierte Software-CD von Agfa, die die digitalen Bilddaten automatisch zum Drucken zum Händler führt, aktiv als Marketinginstrument einsetzt, der verzeichnet auch in diesem Segment deutliches Wachstum“, berichtete Went.

Am meisten von der Kompetenz und den technologischen Möglichkeiten Agfas könne der Minilabbetreiber profitieren, der sich dazu entschliesse, ein Agfa Image Center zu betreiben. Dieses Konzept, vor Jahren in Deutschland eingeführt und seitdem auch in vielen Ländern Europas erfolgreich umgesetzt, bietet dem Händler ein abgerundetes Shoppingsystem, das von der Beratung über Außenvisualisierung und Geschäftseinrichtung bis zur Marketingunterstützung reicht. Went: „Durch seine eindeutige Positionierung und mit Hilfe eines umfassenden Leistungspakets unterstützt Agfa als eine der weltweit führenden Imagingmarken den Verkaufserfolg des Händlers.“



ist schließlich nicht nur, wieviel 9x13-Prints ich pro Stunde schaffe, sondern welches Produktportfolio ich meinem Kunden anbieten kann.“ Und gerade die Spezialitäten seien es, die dem Handel die notwendigen Margen sichern. Agfa-Geräte und Services böten dem Minilab-Betreiber eine breite Palette

aus dem Baumarkt oder Möbelhaus gegenüber zu ihrem Auto schleppen, muß sich fragen lassen, warum er sich diese Zusatzgeschäfte entgehen läßt.“ Die eigene Beratungskompetenz, die übertragenden technologischen Möglichkeiten der Agfa-Laborgeräte und das positive Image der Marke bieten kreativen

Gretag stellt Digital Photo Station vor

Für die Produktion von „echten Fotos“ aus fast allen digitalen Bilddaten hat Gretag die neue Digital Photo Station entwickelt. Mit ihr können die digital fotografierenden Konsumenten schnell, einfach und bequem Qualitätsvergrößerungen von ihren Daten bestellen – direkt am PoS. Zur Ausgabe wird beispielsweise ein vorhandenes und geeignetes Minilab genutzt.

Digitalbilder vom PoS

Auch andere Ausgabegeräte können an die Station angeschlossen werden. Alternativ kann von den täglich eingegangenen Aufträgen auch eine CD-ROM produziert werden, die dann zur

Ausarbeitung an ein Großlabor weitergeleitet wird. Das optisch attraktive Gerät kombiniert modernste Hard- und Software. Sie ist modular aufgebaut und kann den individuellen

Wünschen und Bedürfnissen des Fotohändlers angepaßt werden.

Das kompakte Gerät, das entweder in Selbstbedienung oder mit Beratung betrieben werden kann, zeigt dem Benutzer zunächst das Bild auf dem integrierten Touch-Screen-Monitor an. Eine hinterlegte und auch für unbedarfte Benutzer leicht verständliche Menüführung macht die weitere Bedienung problemlos. Verschiedene Funktionen zur Bildverbesserung, die auf leistungsfähigen Algorithmen basieren, stehen auf Knopfdruck zur Verfügung.

Bildverbesserung mit Gretag-eigener Technologie

Automatisch wird damit beispielsweise der „Rote-Augen-Effekt“ ebenso erkannt und korrigiert wie die Bildschärfe, partiell oder insgesamt, verbessert. Mit der von Gretag entwickelten und ebenfalls integrierten Local Density Control-Technologie werden auch über- oder unterbelichtete Bildpartien automatisch korrigiert, so daß sie die notwendige Zeichnung aufweisen. Je nach Ausstattung können außerdem Texte eingefügt, Rahmen angelegt oder Grußkarten und Kalender mit den zur Verfügung stehenden Daten produziert werden.

Ist der Benutzer mit seinem Bild zufrieden, werden ebenfalls per Knopfdruck die Daten an das angeschlossene Ausgabegerät weitergeleitet. Zusätzlich ist die Ausgabe der Daten auf eine CD-ROM oder (künftig) als Datenupload ins Internet möglich.



Gretags neue Digital Photo Station.

Peter Martin übernimmt die Verkaufsleitung

Peter Martin hat mit Wirkung vom 1. Oktober die Verkaufsleitung für die Bereiche Fotofachhandel/Minilab, Fachlabor- und Finishing bei der Gretag Imaging Deutschland GmbH übernommen. Martin (51) kennt die Branche und die Belange der verschiedenen



Bereiche seit über 16 Jahren. Im letzten Jahrzehnt war er, ebenfalls als Verkaufsleiter Laborgeräte, für ein namhaftes Unternehmen der Fotobranche tätig. In dieser Position hatte er unter anderem die Verantwortung für die Markteinführung des ersten digitalen Minilabs auf dem deutschen Markt übernommen. Telefonisch ist Martin unter den Rufnummern 0611-716833 und (Mobil) 0172-6937400 zu erreichen.

Damit ein möglichst umfangreicher Kundenkreis angesprochen werden kann, ist die Digital Photo Station – die auf Wunsch auch mit dem individuellen Logo des Fachhändlers versehen werden kann – mit allen gängigen Laufwerken ausgestattet. Von der Diskette über die CD-ROM bis hin zu den verschiedensten Kamera-Speicherkarten können alle gängigen Medien ausgelesen werden.

Ebenfalls integriert ist ein ausführliches Verwaltungstool, das die gesamten Betriebskosten erfaßt, die Systemkontrolle durch eine Abfrage aller wichtigen internen Daten ermöglicht und Informationen zur Produktion sammelt und analysiert. Systemadministratoren können diese Inhalte und die Preisgestaltung von einem zentralen Standort aus verwalten und jederzeit aktualisieren.

Professionell inszeniert.
Digital fotografiert.



Maßstäbe neu definiert:

Mit der **Camedia E-20P** Digital-SLR-Kamera standen Ray Massey, Fotograf aus London, unter anderem 5.0 Megapixel und ein 4fach Zoomobjektiv, F2,0-2,4 / 9-36 mm, zur Verfügung. Zusammen mit ihren weiteren innovativen Leistungsmerkmalen erfüllt die E-20P so die höchsten Ansprüche an professionelle Fotografie.

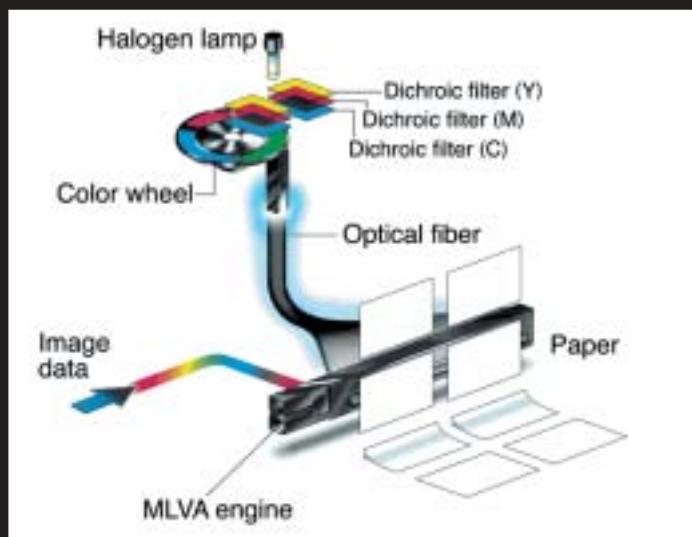
Alle weiteren Informationen zur Entstehung der Aufnahme mit der E-20P finden Sie unter www.E-20P.com

OLYMPUS

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

Belichtungstechnologien digitaler Minilabs

Leuchtende Pixel



Bei Belichtungseinheiten nach dem MLVA-Prinzip fällt das Licht für jedes Pixel durch eine Keramikkomponente, deren Durchsichtigkeit durch Spannungsänderung beeinflusst werden kann. Die drei Grundfarben werden durch ein Filterrad erzeugt.

Digitale Minilabs – nach ihrem ersten Erscheinen hauptsächlich in Fach- und Großlabors eingesetzt – sind inzwischen bei allen wichtigen Herstellern im Programm. Mit der wachsenden Zahl von Digitalkameras werden sie für das tägliche Bildergeschäft immer interessanter, zumal die umfangreichen Korrekturmöglichkeiten der mitgelieferten Software auch eine Steigerung der Qualität von Bildern ermöglichen, die auf Film aufgenommen werden. Dazu kommt ein breites Leistungsspektrum, das die Möglichkeit zum Verkauf alternativer Produkte im täglichen Preiskampf an der Bildertheke bietet.

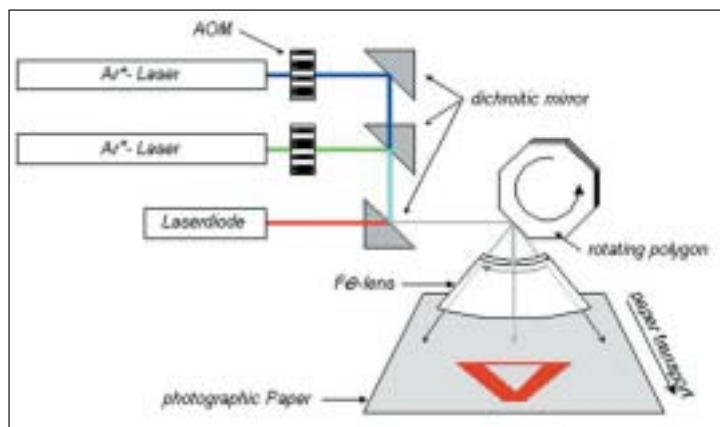
Mit herkömmlichen Minilabs haben digitale Geräte eigentlich nur noch die Filmbühne und das Naßteil für die Papierentwicklung gemeinsam. An die Stelle der Belichtungseinheit tritt ein hochauflösender Filmscanner, der die Negative oder Dias digitalisiert. Die so gewonnenen Daten werden mit Hilfe einer speziellen Software für die Belichtung aufbereitet – hierzu gehören auch spezielle Verfahren zur Bildverbesserung: von der Schärfe-Optimierung über die selektive Farb- und Dichtekorrekturen bis zum automatischen Entfernen von Staub und Kratzern, die

sich auf den Negativen befinden können. Auch der berühmte Rote-Augen-Effekt kann mit digitalen Minilabs oft beseitigt werden: Die derzeit verfügbaren Systeme arbeiten halbautomatisch. Ein Eingreifen des Operators ist also erforderlich. Vollautomatische Verfahren sind offensichtlich zur Zeit noch zu fehlerbehaftet.

Viele Minilabs erlauben auch den Anschluß einer externen Workstation. Das ist besonders dann sinnvoll, wenn anspruchsvollere Bildbearbeitungsaufgaben anstehen, die längere Zeit in Anspruch nehmen. Sie können an einem

externen Terminal vorgenommen werden, ohne die Produktivität des Minilabs zu beeinträchtigen. Erst die fertige Bilddatei wird dann zur Belichtung an den digitalen Printer geschickt.

Herzstück jedes digitalen Minilabs ist das Belichtungsmodul, mit dem die digitale Bildinformation Punkt für Punkt auf das Fotopapier „geschrieben“ wird. In den Anfängen der digitalen Belichtung wurden dafür vorwiegend CRT-Röhren eingesetzt – sie sind aber teuer, werfen Probleme bei der individuellen Steuerung der Bildpunkte auf und lassen im Laufe der Zeit in der Leistung nach. Inzwischen gibt es verschiedene andere Verfahren, die generell in zwei Klassen eingeteilt werden können: Licht emittierende Belichtungsmodul und Shutter Technologien. Die Ersteren erzeugen die winzigen Lichtpunkte, die auf das Fotopapier geworfen werden, selbst. Dagegen arbeiten Shutter Technologien mit externen Lichtquellen wie Halogenlampen, deren im Prinzip konstantes Licht mit Hilfe punktförmiger optischer Elemente moduliert wird. Jede Belichtungstechnologie hat ihre speziellen Stärken und Schwächen.



Bei der Laserbelichtung werden die Lichtstrahlen mit Hilfe eines rotierenden Polygonspiegels auf das Fotopapier gelenkt.

imaging+foto-contact hat Dr. Helmut Treiber, den früheren Leiter der Entwicklung von Laborgeräten bei Agfa, um eine Darstellung der verschiedenen Belichtungsverfahren gebeten. Hier ist seine Übersicht.

Von der Datei zum Print

Zu den lichtemittierenden Belichtungsmodulen, die in heutigen digitalen Minilabs eingesetzt werden, gehören Laser-Systeme, Vakuum Fluorescent Print Head (VFPH) und LED Zeilen.

Laserbelichtung

Der Laser als bilderzeugendes System ist nicht für das digitale Minilab erfunden worden, sondern schon länger bekannt als die am weitesten verbreitete Technologie in digital arbeitenden Geräten wie elektrofotografischen Bürodruckern, Recordern in der Medizintechnik und Belichtern in der

Druckvorbereitung. In diesen Bereichen werden allerdings einfarbige Systeme genutzt. Zur Belichtung von Colornegativ-Papier in digitalen Minilabs sind dagegen 3-Farben-Systeme erforderlich, wie sie schon seit einigen Jahren in professionellen Printern eingesetzt werden.

Bei der Laserbelichtung von Fotopapier werden drei Laserstrahlen der Farben Blau, Grün und Rot zu einem Strahl integriert und mittels eines rotierenden Polygonspiegels auf das bewegte Colornegativpapier gelenkt. Dieser Spiegel bewegt den Laserstrahl senkrecht zur Bewegungsrichtung des Papiers, wodurch Zeile für Zeile belichtet wird. Die Intensitätssteuerung der Laserstrahlen für die Dichte der einzelnen Punkte erfolgt entweder mit Modulatoren (AOMs) oder durch direkte elektrische Ansteuerung.

Für die Hersteller ist es sehr

aufwendig, solche Belichtungsmodule herzustellen, denn sie werden nicht als komplette Komponenten auf dem Markt angeboten. Laser, Modulatoren, Polygonspiegel und andere Elemente sind zwar auf dem Markt erhältlich, müssen aber dann selbst von den Herstellern kombiniert werden. Dabei ist für die Justierung der drei Laserstrahlen und insbesondere für die Entwicklung der Abbildungsoptik sehr viel Erfahrung und Know-how notwendig. Als Laserquellen stehen für die Farben Blau und Grün Gas-Laser oder Festkörperlaser und für Rot Laserdioden zur Verfügung.

Laserstrahlen können sehr präzise fokussiert werden. Das ist die Voraussetzung für die hohe Auflösung, die mit diesen Systemen erzielt werden kann, und die Möglichkeit des Einsatzes von Papieren auch über 20" Breite. Die Tatsache, daß man für Blau, Grün und Rot nur je eine Lichtquelle hat, erleichtert die Kalibrierung und damit das Handling des Systems. Ein Nachteil besteht darin, daß die Laserstrahlen mit sehr hoher Geschwindigkeit über das Papier



Agfa d-lab.3



Fujifilm
Frontier 330

MAKE A DEAL!



Lassen Sie Fotos Ihrer digitalen Bilder von dieser FlipAlbum FOTO CD-R 74 erstellen, und Sie erhalten 10 Bilder der Größe 10 x 15 cm kostenlos!

Fachhändler-Info:
E-BOOK Systems GmbH
Tel. 0 62 51 3 84 82 00
www.flipalbum.de

Bilder brennen // Bestellung vornehmen // im Freiumschlag zum Briefkasten



Noritsu QSS-2802 digital

bewegt werden müssen. Dadurch entstehen außerordentlich kurze Pixelbelichtungszeiten (unterhalb 200 Nanosekunden), die die Verwendung von speziell abgestimmten Papieren notwendig machen. Andererseits ergibt sich dadurch die Möglichkeit, selbst im Minilab-Bereich eine Kapazität von fast 2.000 Bildern pro Stunde (4" x 6") zu erreichen. Bei Großlabor-Printern lassen sich durch Verkürzung der Belichtungszeiten bei einer Papierbreite bis zu 5" sogar Kapazitäten von über 10.000 Bildern pro Stunde erzielen. Die Laserbelichtung wurde im Minilab-Bereich zuerst von Fuji in den Frontier-Modellen eingesetzt. Inzwischen bieten auch Agfa und Noritsu solche Geräte an.

fen nach Beschleunigung durch eine Anode auf eine Phosphorschicht, die zum Leuchten gebracht wird. Ein VFPH für die Belichtung von Fotopapier mit einer Breite von 12" verfügt über 3.584 Anoden und Phosphordots, die zu einer Zeile angeordnet sind. Sie ermöglichen so die punktweise Belichtung des Colornegativ-Papiers mit einer Auflösung von 300 dpi, wobei das Papier senkrecht zur VFPH-Einheit bewegt wird. Der Phosphor ist so modifiziert, daß die Belichtung in Blau und Grün möglich ist. Zur Steuerung der Dichte wird die Belichtungsdauer der einzelnen VFPH-Elemente zwischen 0,5 Microsekunden und rund 2 Millisekunden variiert. Bei 300 dpi ist deshalb eine maximale Print-

leistung von 1.200 bis 1.400 Prints pro Stunde (4" x 6") möglich. Ein Vorteil dieser Technologie ist ihre kleine Baugröße, die

die Integration der Belichtungseinheit in den Papierlauf eines digitalen Minilabs erleichtert. Wegen der hohen Zahl lichtemittierender Punkte, deren Intensität notwendigerweise voneinander abweicht, müssen die einzelnen Pixel bei VFPH-Einheiten allerdings aufwendig kalibriert werden.

LED-Zeilen

Belichtungseinheiten mit LED-Zeilen sind unter anderem aus elektrofotografischen Bürodrukern bekannt. Im Prinzip haben sie ähnliche Eigenschaf-

ten wie VFPH-Elemente, sind jedoch stabiler und auch für höhere Printleistungen geeignet. Aus physikalischen Gründen gibt es sie nur für rotes Licht: Deshalb werden sie zusammen mit VFPH-Zeilen (blau und grün) für die Rotbelichtung in digitalen Minilabs eingesetzt (zum Beispiel Konica QD21).

Shutter-Technologien

Unter diesem Begriff werden Belichtungsverfahren mit externen Lichtquellen zusammengefaßt, deren Licht mit Hilfe von Shuttern, also optischen Elementen, die die Rolle des Verschlusses übernehmen, modifiziert wird. Im Minilab-Bereich kommen Micro Light Valve Arrays (MLVA), DLP- (Digital Light Processing) und LCD- (Liquid Cristal Display) Module zum Einsatz. In allen Fällen dient eine konventionelle Halogenlampe als Lichtquelle.

Micro Light Valve Array (MLVA)

Ursprünglich wurde diese Technologie als monochromes System für den Einsatz in elektrofotografischen Bürodrukern entwickelt, kam aber dort aus Kostengründen nie zum Einsatz. Unter den Minilab-Herstellern wird dieses Verfahren von Noritsu verwendet.

Bei MLVA-Einheiten fällt das Licht durch eine durchsichtige Keramik-Komponente aus Blei, Lanthanum, Zirkonium und Titan. Die Polarisationsrichtung des Lichts kann dabei verändert werden, indem an das Element unterschiedliche elektrische Spannungen angelegt werden.

MLVA-Zeilen haben ein Auflösungsvermögen von 400 dpi und eine Länge von bis zu 12". Das Licht der Halogenlampe wird mit Hilfe von Glasfasern auf die Zeile übertragen. Mit einem Filterrad im Lampenhaus werden die Belichtungsfarben Blau, Grün und Rot erzeugt. Bei mit konstanter Geschwindigkeit bewegtem Papier werden mit einer MLVA-Zeile sequentiell komplette Zeilen in den drei Farben auf das Fotopapier belichtet.

Zur Steuerung der Dichte wird die Belichtungszeit der einzelnen MLVA-Elemente variiert. Wegen der für maximale Pixeldichte notwendigen Belichtungszeit ist die Leistung der MLVA-Technologie auf eine Papiergeschwindigkeit von etwa 1" pro

quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

Vakuum Fluorescent Print Head (VFPH)

Die erste Anwendung der VFPH-Technologie erfolgte in Displays, die vor allem im Automobilbau eingesetzt werden. Im Fotofinishing wird diese Technologie als Belichtungsmodul für Blau und Grün bei digitalen Minilabs (zum Beispiel Konica QD21) und zur Indexbildbelichtung in konventionellen Minilabs (zum Beispiel Noritsu) eingesetzt. VFPHs arbeiten nach dem Prinzip der CRT: Elektronen, die von einem erhitzten Draht emittiert werden, tref-

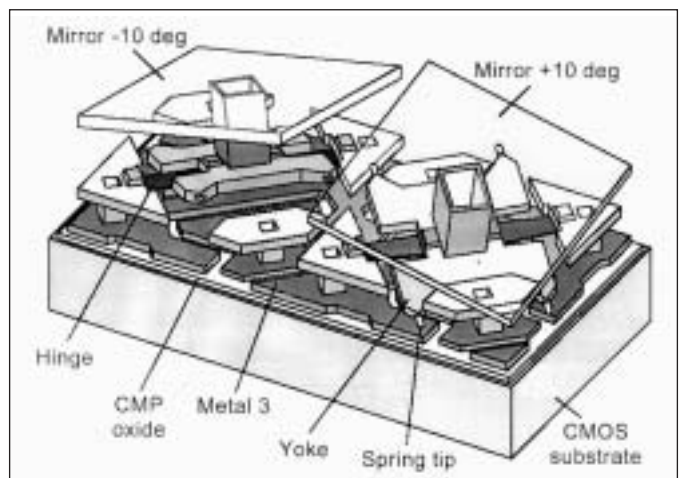
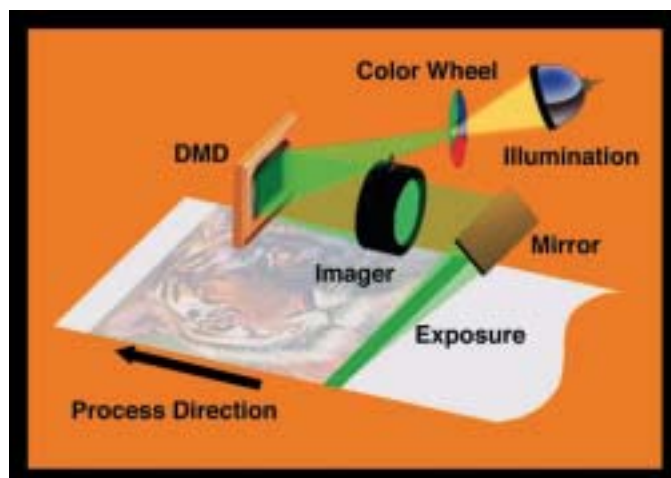
Sekunde und damit auf eine Printleistung von ca. 1.000 Prints pro Stunde (4" x 6") begrenzt. Ein Vorteil dieses Verfahrens ist seine hohe Auflösung von bis zu 400 dpi und die damit erreichbare hohe Bildschärfe. Allerdings ist die Transparenz der einzelnen Pixel unterschiedlich und macht eine aufwendige Kalibrierung notwendig.

dem Halbleiter-Prinzip, der aus etwa 1 Million mikroskopisch kleiner Spiegel besteht. Jeder dieser kleinen Spiegel ist einzeln aufgehängt und kann individuell vor- und zurückgeklappt werden. Auch bei DMD dient eine Halogenlampe als Lichtquelle; die Grundfarben Blau, Grün und Rot werden mit Hilfe eines Filtrerrades erzeugt. Die von den „angeschalteten“ DMD Pixeln reflektierten Lichtpunkte werden durch ein Projektionsobjektiv auf das Fotopapier vergrößert. Dagegen lenken die „ausgeschalteten“ Pixel das Licht so um, daß es nicht durch das Objektiv fallen kann. Bei digitalen Minilabs werden Belichtungsmodule mit SXGA-Auflösung (1.280 x 1.024 Pixel) verwendet. Im Großfinishing-Bereich setzt Agfa ein Belichtungsmodul mit XGA-Auflösung (1.024 x 768 Pixel) im Hochleistungsprinter Dimax für die Belichtung von Indexprints ein. Von den 1.024 Zeilen des SXGA-DMDs werden maximal nur etwa 300 genutzt, die als Streifen quer auf das Papier belichtet werden, welches sich mit konstanter Geschwindigkeit bewegt. Auf diese Weise werden bis zu 300 Zeilen gleichzeitig und jede Zeile (bzw. jedes Pixel) bis zu fast 300mal belichtet. Die Steuerung der Dichte erfolgt durch eine Kombination von Belichtungsdauer und Anzahl der Zeilen, die zur Belichtung eines Pixels beitragen. Die Schnelligkeit und Lichtstärke dieses Systems ermöglichen hohe Kapazität bis zu 2.315 Prints (10 x 15 cm zum Beispiel bei Noritsu QSS-2802 Digital).



Digital Light Processing (DLP)

Dieses von Texas Instruments entwickelte Verfahren, das zunächst für Video-, Präsentations- und Kino-Projektion entwickelt wurde, verwendet als Kernkomponente ein Digital Mirror Device (DMD). Im Grunde handelt es sich dabei um einen Lichtschalter nach



Das von Texas Instruments entwickelte Digital Light Processing System arbeitet mit einer Digital Mirror Device (DMD) genannten Einheit, die aus etwa einer Million mikroskopisch kleiner Spiegel besteht. Jeder dieser Spiegel kann individuell vor- und zurückgeklappt und damit ein- oder ausgeschaltet werden.

Kundenspezifische Lösungen

Ihr Partner rund um's
Minilab und die Archivierung.



DOHM GmbH · Blumenstr. 31 · D-72127 Mähringen
Telefon 070 71/91 29-0 · Telefax 070 71/91 29-31

Internet: <http://www.dohm.de> · e-mail: info@dohm.de

Das Leistungspotential geht bis zu 10.000 Prints pro Stunde, zum Beispiel beim Gretag Digital Printer Cyra.

Die quadratische Struktur der 16 µm x 16 µm kleinen DMD Spiegel ermöglicht schon bei Auflösungen von 250 dpi gute Bildqualität. Die Zahl von derzeit maximal 1.280 Spiegeln pro Zeile begrenzt allerdings die maximale Bildgröße: Bei 5" Papierbreite ergibt sich eine Auflösung von 256 dpi. Texas Instruments arbeitet indes an DMDs mit 1.920 x 1.080 Pixeln, die den Einsatz von 8" breitem Papier mit einer Auflösung von 240 dpi möglich machen werden.

Liquid Cristal Displays (LCD)

Liquid crystals enthalten eine eigenartige Form von Materie, die sich als Zwischenzustand einer Flüssigkeit und eines Kristalls beschreiben läßt. So vereinigen sie typische Eigenschaften einer Flüssigkeit (Fließverhalten) mit denen von Festkörpern (Richtungsabhängigkeit bestimmter physikalischer Eigenschaften sowie Beeinflussbarkeit durch elektrische Felder). Flüssigkristalle werden von stabförmigen Molekülen gebildet, die optisch aktiv sein können. Ihre Orientierung und damit ihre optischen Eigenschaften können durch elektrische Felder beeinflusst werden.

HAGEE



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

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

Erstmals wurden LCDs 1971 als Anzeigen in Rechnern und Uhren eingesetzt. Ihre Entwicklung wurde in erster Linie für die Herstellung von Displays von Laptop-PCs und Video-Projektoren vorangetrieben.

Eine LCD-Zeile besteht prinzipiell aus zwei zueinander gekreuzt angeordneten Polarisatoren (Polarisator und Analysator) und zwei transparenten Elektroden, die mit einer dünnen Polymerschicht mit einer Vorzugsrichtung beschichtet sind. Dazu kommt das Flüssigkristall selbst und ca. 10 µm dicke Abstandshalter.

Die Flüssigkristallmoleküle orientieren sich bevorzugt mit ihren Längsachsen in die Vorzugsrichtung der Polymerschicht. In Abwesenheit eines elektrischen Feldes dreht sich die Orientierung der Flüssigkristalle von einer Seite der Zelle zur anderen um 90°. Das vom Polarisator emittierte Licht wird

durch die verdrehte Anordnung der Moleküle in der Zelle beim Durchgang durch den Flüssigkristall ebenfalls um 90° abgelenkt, so daß es den Analysator passieren kann. In diesem Zustand ist die Zelle also durchsichtig. Wird Spannung an die Elektroden angelegt, orientieren sich die Moleküle parallel zum elektrischen Feld, und die Fähigkeit der Zelle, das polarisierte Licht abzulenken, geht verloren. Die Zelle ist nun dunkel.

LCD-Zellen können zu einer Matrix angeordnet und von individuellen Transistoren angesteuert werden. Unterschiedliche Lichtfarben werden mit Farbfiltern erzeugt.

In digitalen Printern werden Schwarzweiß-Displays verwendet, wie sie für hochwertige Videoprojektoren entwickelt wurden. Ein derartiges Display wird wie ein Negativ in den Strahlengang einer Abbildungsoptik eines Printers gebracht und ermöglicht so die digitale Abbildung auf Colorpapier. Die drei Belichtungen mit gefiltertem Licht erfolgen in den Farben Blau, Grün und Rot. Dabei wird die Belichtungsdauer jedes einzelnen Matrixelementes durch seinen individuellen Transistor gesteuert. Zur Erhöhung der Auflösung kann das Display um kleine Schritte unterhalb des Pixel-Abstands bewegt und mehrmals belichtet werden. Im digitalen Minilab von KIS/Photo-Me, das auch von Kodak vermarktet wird und einen LCD Booster zur Belichtung verwendet, wird dadurch ein Auflösungsvermögen von 2.048 x 2.560 Pixeln erreicht.

Einfluß auf Geräteigenschaften

Kopierleistung, Auflösungsvermögen und damit die Bildqualität, maximale Bildgröße und das Handling eines digitalen Minilabs werden durch die Belichtungstechnologie wesentlich beeinflusst. Ein wesentliches Kriterium ist dabei die Pixelbelichtungszeit, weil sie die Kopierleistung bestimmt und unter Umständen den Einsatz von speziellen Fotopapieren notwendig macht. Andere wichtige Kriterien sind die maximale Bildgröße und natürlich die Auflösung, die das maximale Bildformat begrenzt.

Die Belichtungszeiten der verschiedenen Systeme bewegen sich bei Lasermodulen im Nanosekunden-Bereich und bei allen anderen Technologien im Bereich über 1 Mikrosekunde. Dabei sind die Belichtungszeiten bei Laser-Systemen konstant, denn die Steuerung der Pixeldichte erfolgt durch die Variation der Laserlichtintensität. Alle anderen Systeme steuern die Pixeldichte durch Variation der Belichtungszeit oder durch die Kombination aus Belichtungszeit und Mehrfachbelichtung.

Die maximale Papierbreite und damit die erzielbaren Printformate werden von der Konstruktion, der geometrischen Größe oder dem Auflösungsvermögen der einzelnen Technologien bestimmt. Die Optiken von Laser-Systemen lassen sich für Papierbreiten von über 20" auslegen. Damit sind sie auch für professionelle Großformatprinter, zum Beispiel Durst Lambda, geeignet. VFPH-, LED- und MLVA-Zeilen sind mit 300 bzw. 400 dpi bis zu einer Länge von 12" erhältlich, die für digitale Minilabs ausreichend ist.

Alle bedeutenden Minilab-Hersteller haben Geräte in ihrem Produktprogramm, deren wesentliche Eigenschaften von den eingesetzten Belichtungstechnologien bestimmt werden. Die Auswahl der Technologie hängt eng mit dem Anwendungsbereich des digitalen Minilabs zusammen. Insofern kann diese Auswahl nicht einfach nach dem Kriterium besser oder schlechter erfolgen, sondern muß unter Berücksichtigung des Anwendungsprofils und der Anforderung des jeweiligen Standortes erfolgen.



Konica QD-21 Plus

Was man unbedingt einpacken muss für die PMA 2002 in Orlando:

Visitenkarten
Terminplaner
Handy
Sonnenbrille

Was man ruhig zurücklassen kann:
die Konkurrenz

Die PMA 2002 in Orlando, Florida, bietet Ihnen mehr als je zuvor die Gelegenheit, sich über die neuesten Entwicklungen in der Foto/Imaging Branche zu informieren und dadurch einen Vorsprung auf die Konkurrenz zu bekommen. Auf dieser Messe werden alle führenden Hersteller vertreten sein, und neben 150 Fortbildungsveranstaltungen werden zur Kontaktpflege zahlreiche gesellschaftliche Veranstaltungen von Empfängen bis Golf stattfinden. Dazu gibt es verbilligte Tickets für Disney World. Kommen Sie nach Orlando – und die Konkurrenz wird von Ihnen nur noch eine Staubwolke sehen...



February 24-27, 2002

Orange County

Convention Center

Orlando, Florida USA

If you're in imaging...you're at PMA

Für weitere Informationen besuchen Sie die deutsche Seite der PMA Homepage unter www.pmai.org, oder wenden Sie sich an das PMA Büro für Europa in München, Fax (089) 273 0291, e-mail pmaeurope@pmai.org.

Günstige, flexible Reiseangebote:

ICT Reisen, 72004 Tübingen (Herr Werner Hofmann), Telefon 07071-93030, Fax 07071-37061 und von travel24 GmbH, 80809 München (Herr Günther Koch), Telefon 089-25007 1010, Fax 089-25007 4601, www.pma-messe.de

Regreßanspruch gegenüber Herstellern

Der Bundesverband Technik des Einzelhandels (BVT) hat mit dem eigenständigen Regreßanspruch des Handels gegenüber seinen Vorlieferanten einen großen Erfolg im Interesse der Mitgliedsbetriebe, aber auch der Verbraucher erzielt. Erstmals erhält der Handel durch das soeben beschlossene Schuldrechtsmodernisierungsgesetz die Möglichkeit, kraft Gesetz die Industrie für Gewährleistungsfälle in Anspruch zu nehmen.

entsteht. Wenn ein Produkt fehlerhaft ist oder die vom Hersteller versprochenen Eigenschaften nicht erfüllt, dürfen weder der Konsument, noch der Handel darunter leiden.“

Gerade für den dienstleistungsorientierten Fachhandel, der zum Beispiel einen Lieferservice anbietet, entstehen durch Gewährleistungsfälle hohe Verluste durch wachsende Logistikkosten. Ein Fachhändler, der etwa ein Großbild-TV-Gerät inklusive Lieferung verkauft hat und dieses aus Gründen der Gewährleistung austauschen muß, kann seinen Vorlieferanten für die entstandenen Fahrtkosten und Arbeitszeit

technischer Produkte praktikable Modelle gefordert, die bestehende funktionierende Pauschalabgeltungssysteme einbeziehen und entstehende Kosten decken. Darüber hinaus ist eine schnelle Reaktion der Industrie in Bezug auf die verlängerten Fristen gefragt. „Die bisherigen Abrechnungsformulare der Lieferanten sind nicht mehr das Papier wert, auf dem sie stehen“, meinte Klöcker weiter. „Die alten Regeln gelten nicht mehr, wir müssen die gesamten Gewährleistungsvereinbarungen neu verhandeln. Dabei ist jedem klar, daß Verbraucherschutz nicht zum Nulltarif zu haben ist.“

Erfolgreiche Lobbyarbeit

Bislang mußte der Handel für Geräte der Industrie gegenüber dem Verbraucher haften, ohne einen Anspruch auf Ersatz (Tausch, Reparatur, Ersatzteile, Transportkosten etc.) zu haben. Künftig kann der Handel die ihm im Rahmen seiner Gewährleistungsverpflichtung entstehenden Kosten nach dem Prinzip „Gleiches Recht für alle“ von seinem Vorlieferanten einfordern, inklusive Aufwand, Transport etc.

Das Gesetz, das die zweijährige Gewährleistung beinhaltet, wurde am 9. November vom Bundesrat verabschiedet und tritt damit planmäßig zum 1. Januar 2002 in Kraft. Der BVT fordert jetzt von der Industrie klare Strategien, wie die neuen Fristen und Rechte der Verbraucher in praxisorientierte Geschäftsmodelle umgesetzt werden können. „Die Hersteller sind jetzt gefordert, uns Angebote für die Abwicklung von Gewährleistungsfällen auf den Tisch zu legen“, erklärte BVT Vorsitzender Willi Klöcker: „Denn die Hersteller müssen nicht nur für ihre Produkte geradestehen, sondern auch für den Aufwand, der uns aus einem Defekt während der Gewährleistung

in Regreß nehmen – auch dann, wenn die eigentliche Reparatur durch den Hersteller durchgeführt wird. Auch für diese Fälle sind von den Lieferanten

Nach Einschätzung des BVT unterschätzen viele Hersteller technischer Konsumgüter die Auswirkungen der EU-Garantie und des Schuldrechtsmodernisierungsgesetzes. Klöcker: „Wir haben die Verhandlungen mit der Industrie frühzeitig begonnen und stoßen in den Gesprächen trotzdem häufig auf Unkenntnis. Unser Ziel ist es, wirtschaftlich sinnvolle Modelle zur Abwicklung von Gewährleistungsfällen zu unterstützen. Dabei geht es auch darum, die Grenzfälle der neuen Regeln und Kulanzspielräume auszuloten. Weder dem Handel noch der Industrie ist



Für Händler, die sich noch eine eigene Werkstatt leisten, wie hier die Firma Fels am Viehtor in Recklinghausen, ergeben sich durch die Initiative des Bundesverbandes Technik deutliche Vorteile gegenüber der Erstfassung des Schuldrechtsmodernisierungsgesetzes.
Foto: hepä

damit gedient, die noch offenen Fragen künftig von den Gerichten beantworten zu lassen.“

Der BVT unterstützt hier die Mitgliedsbetriebe sowohl durch Verhandlungen mit der Industrie als auch mit fundierter Information. Zu den Auswirkungen und Folgen des neuen Schuldrechts publiziert der Verband rechtzeitig vor dem Jahreswechsel Handlungsempfehlungen und unterstützt die Betriebe bei der notwendigen Neugestaltung von Verträgen. Dies beinhaltet Textvorlagen bzw. Musterpassagen für die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Fachhandels, die der neuen Gesetzeslage gerecht werden.

„Die langjährige Lobbyarbeit des BVT beim Gesetzgebungsverfahren zu EU-Garantierichtlinie und Schuldrechtsmodernisierungsgesetz wurde mit dem vorliegenden Gesetztext von Erfolg gekrönt“, stellt BVT-Geschäftsführer Willy Fischel fest. Die erzielte Regelung sei nach BVT-Auffassung praktikabel und verursachergerecht. Fischel: „Damit ist es durch eine massive BVT-Protestbriefaktion und Intervention in Zusammenarbeit mit dem Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) gelungen, eine wirtschaftlich vernünftige Regelung durchzusetzen, so daß der Handel nicht für Fehler gerade stehen muß, die er selbst nicht verschuldet hat.“ Insbesondere der technisch orientierte Fachhandel mit Konsumelektronik, Telekommunikation, PC/Multimedia, Foto, Elektro-Hausgeräten und Beleuchtung wird somit vor Schaden in Zusammenhang mit der verlängerten, nunmehr zweijährigen Gewährleistungsfrist bei Kaufverträgen und erweiterter Haftung bewahrt.

Zufrieden mit dem Ergebnis der Diskussion zur Reform des Gesetzes zeigte sich neben dem BVT auch die Bundesvereinigung Deutscher Handelsverbände (BDH). „Mit dem Regreßanspruch, der dem Handel ermöglicht, entstandene Kosten in vollem Umfang weiterzugeben, ist sichergestellt, daß der Handel nicht in der Gewährleistungsfalle sitzt“, betonte BDH-Generalsekretär Holger Wenzel. Auch seiner Meinung nach entspreche es dem Verursacherprinzip, daß die Hersteller und nicht der Handel für alle Fehler aufkommen müßten, die während der Produktion entstanden seien.

Hama stellt „intelligentes“ Akkuladegerät vor

Hama hat ein neues vollautomatisches Schnellladegerät für Nickel-Cadmium- (NiCd) und Nickel-Metallhydrid-Akkus (NiMH) auf den Markt gebracht: DeltaPro arbeitet ohne zeitraubenden Entladevorgang und schützt die Akkus dennoch vor dem sogenannten Memory-Effekt, der vor allem die Kapazität von NiCd-Akkus



negativ beeinflusst. Dazu werden die vier Schächte einzeln von einem Mikroprozessor überwacht. Dieser erkennt die unterschiedlichen Ladezustände der Akkus und füllt exakt die fehlenden Energiemengen nach. Eine prozessorgesteuerte Ladeabschaltung (mit automatischer Umschaltung auf Erhaltungsladung) verhindert Schäden an den Akkus. Die Ladezeit ist abhängig von der Akku-Kapazität, sie beträgt aber selbst bei 1700-mAh-Varianten nur rund dreieinhalb Stunden. DeltaPro nimmt Mignon (Größe AA) und Micro-Akkus (Größe AAA) sowie 9-V-E-Blocks auf.

Aufwendig optimierter Lichtformer von Profoto

Mit dem WideZoom Reflektor hat Profoto einen besonders aufwendig optimierten Lichtformer ins Programm aufgenommen. Sein Leuchtwinkel läßt sich von 70°–40° verstellen. Dabei bleibt die Lichtverteilung

dank einer speziellen Innenstruktur über den gesamten Bereich gleichmäßig, bei darauf folgendem deutlichen Lichtabfall und harten Schatten. Für einen Reflektor mit großem Leuchtwinkel ist sein Wirkungsgrad nach Angaben des Herstellers zudem ungewöhnlich hoch. Zur weiteren Lichtkontrolle wird ein spezieller Wabenvorsatz angeboten. Der WideZoom Reflektor kann an allen Profoto Compact, Acute2 und Pro-7 Blitzanlagen verwendet werden.

Giga Box liefert volle Akkus in einer Stunde

Giga Box heißt ein neues Schnellladegerät aus dem Hause Friwo-Compit. Es entlädt und lädt microprozessorgesteuert alle gängigen Akkus, und dies mit Ladezeiten ab einer Stunde. Auch die High-Power-Akkus, die häufig in der Digitalfotografie benutzt werden, können mit der Giga Box problemlos aufgeladen werden. Nach der vollen Ladung schaltet das Gerät automatisch auf gepulste Erhaltungsladung um.

Nikkor 2,8/45 mm P jetzt auch in Schwarz

Vor gut einem Jahr hat Nikon ein neues, kompaktes MF-Objektiv für manuell focussierbare Kameras vorgestellt: das ultrakompakte und flache Nikkor 2,8/45 mm P im Silber-Finish. Jetzt ist dieses Objektiv auch in schwarzer Ausführung zu haben. Es ist laut Nikon die ideale Ergänzung zur Nikon Spiegelreflexkamera FM3A, die sowohl mit silberfarbenem als auch schwarzem Gehäuse angeboten wird. Durch eine integrierte CPU ist das Objektiv aber auch mit allen Belichtungsfunktionen aktueller Nikon SLR-Kameras kompatibel.



Foto Quelle Hausmesse in Nürnberg

Unterstützung für das Weihnachtsgeschäft

Am 20. und 21. Oktober dieses Jahres fand in Nürnberg-Langwasser die Foto Quelle Herbstmesse statt. 350 Foto Quelle-Händler folgten der Einladung in die Zentrale des Unternehmens, wo auf insgesamt 2.000 qm Foto Quelle und ihre Streckenlieferanten Neues rund um die digitale und analoge Fotografie präsentierten.

Ein Schwerpunkt der Messe war die Order für das kommende Weihnachtsgeschäft, für das Foto Quelle die gesamte Werbekampagne vorstellte. Bei den Produkten wurde das Digitalkamera-Sortiment dem allgemeinen Markttrend gemäß weiter ausgebaut. Im Zusammenhang mit den Digitalkameras

setzt man bei Foto Quelle vor allem auf den Zubehörverkauf als Renditebringer. So betonte Stefan Hagemann, Geschäftsführer bei Foto Quelle, in einem Vortrag auf der Messe: „Akkus, Ladegeräte, Speicherkarten etc. sind für Kunden wichtiges Zubehör für sein Fotografier-Vergnügen und für den Händler ein wichtiger Baustein in seiner Ertragsrechnung. Mit der Zunahme der PCs und des Internets steigt auch die Nutzung des Online-Printings.“

Online-Print-Services

Dementsprechend war auch Foto Quelles Online-Print-Service-Angebot ein wichtiges Thema der Veranstaltung. Neben dem eigenen Internetportal des Unternehmens, wo Foto Quelle seine Printdienstleistungen anbietet, wurde im Digital Imaging Center auch der

Auftritt „www.fotos.yahoo.de“, unter dem Foto Quelle in der Kooperation mit Yahoo Printabzüge von digitalen Bildern anbietet, vorgestellt. Jeder Internetnutzer kann ganz einfach via Mausclick sowohl Abzüge von den digitalen Fotos aus den Yahoo! Foto-Alben als auch von den digitalen Bilddaten direkt von der heimischen Computerfestplatte, CD-ROM oder dem Speichermedium der digitalen Kamera mit der kostenlos herunterladbaren ISP-

Software (Internet-Print-Service) bestellen. Voraussetzung für die Nutzung des Services ist lediglich eine Yahoo! ID. Mit dieser können sich die Nutzer weltweit von jedem Rechner aus bei Yahoo! Fotos einloggen und den gesamten Service problemlos in Anspruch nehmen. Die Bilder können von den Verbrauchern entweder über den Postweg bestellt oder in einer der Foto Quelle-, Hertie- oder Karstadt-Filialen abgeholt werden. Der Yahoo-Fotoservice beinhaltet auch ein virtuelles Fotoalbum, das mit 30 MB Speicherplatz jedem Benutzer kostenlos zur Verfügung steht.

Kooperation mit Microsoft

Ganz neu ist die Kooperation mit Microsoft. Der Online-Bilderservice von Foto Quelle wird das neue, am 25. Oktober dieses Jahres vorgestellte



Bestandteil des neuen Microsoft Betriebssystems Windows XP ist das Online-Print-Serviceangebot von Foto Quelle.



Stefan Hagemann, Geschäftsführer von Foto Quelle, begrüßte die zahlreich erschienenen Foto Quelle Franchise-Partner. In seinem Vortrag zum Wachstumsmarkt digitale Fotografie wies er besonders auf Umsatzchancen, die sich durch das Angebot digitaler Fotofinishingdienstleistungen und den Verkauf von Digitalkamera-Zubehör ergeben, hin.

Microsoft Betriebssystem Windows XP ergänzen. Anwender können direkt über die Oberfläche des neuen Betriebssystems ihre Bildbestellung aufgeben. Der Online-Service funktioniert per direkt integrierter Funktion im



Ein großer Bereich der Messe war dem Thema Digital Imaging gewidmet. Die Besucher nutzten die Gelegenheit, um sich ausführlich über das Foto Quelle-Angebot, das von der Digitalkamera über die Digitalstation bis hin zu den verschiedenen Online-Angeboten reicht, zu informieren.

Ordner „Eigene Bilder“, wo der Anwender durch zweimaliges Anklicken seine Bildbestellung versenden kann. Anschließend kann sich der Kunde auch bei diesem Angebot für die Shop-Abholung oder eine Lieferung per Post seiner Bilder entscheiden. In den neuen Service sind auch alle Fotoabteilungen der Karstadt Warenhaus AG integriert.

Ladenbau

Ein weiterer Schwerpunkt der Veranstaltung war das erweiterte Lagersortiment, welches auf original Ladenbaurückwänden verkaufsfördernd und mit entsprechenden Hinweisen aufgebaut worden ist. Das zeigte auch, daß man bei Foto Quelle der Ansicht ist, daß eine optimale Ladengestaltung mit den Kernsäulen der Dekoration, der Verkaufsförderung und dem Ladenbau wichtige Elemente sind, um im heutigen Wettbewerb zu bestehen. In dem neu entwickelten Handbuch „Verkaufsförderung“, das ebenfalls in Nürnberg vorgestellt wurde, finden die Foto Quelle-Partner weitere Anregungen für



Die Foto Quelle Partner nutzten die Gelegenheit, um sich für das vor der Tür stehende Weihnachtsgeschäft mit neuen Produkten, Werbemitteln und Informationen zu versorgen.

kompetente Darstellungsformen im Verkaufsraum.

Ein Thema der Messe war auch die Einführung der neuen Euro-Währung. Dazu wurden ausführliche Informationen vorge tragen und die neuen Scheine und Geldstücke präsentiert.

Erfahrungsaustausch

Im Messe-Info-Forum stellten einige Foto Quelle Franchise-Partner (Christoph Ziel, Müllheim; Wolfgang Janke, Balingen; Albrecht Fischer, Metzingen; Liane und Errol Rahn, Büdingen; Michael Karst, Nastätten,

und Thomas Moch aus Dresden) ihre Erfolgskonzepte vor. Als Faktoren für ihren Erfolg benannten sie dabei eine aktive Kundenberatung, Empfehlungen und Kundenbindungs-Instrumente sowie zahlreiche standortbezogene Finishing-Aktivitäten. Schwerpunkt waren dabei ihre persönlichen Erfolgsrezepte im täglichen Umgang mit den Kunden. Moderiert wurde die Veranstaltung von Peter Lorenz, der als Trainer für Fotografie seit über 20 Jahren im Fotohandel tätig ist. Bei der Veranstaltung wurde auch deutlich, daß ein wichtiger Baustein für den Erfolg eines Geschäftes das Umfeld ist. So signalisiere ein zeitgemäßes Ladenlayout den Kunden Modernität und Kompetenz und erhöhe dadurch

schon die Kundenfrequenz. Darüber hinaus war man sich darin einig, daß die digitale Fotografie und die daraus erwachsenen Dienstleistungen für weiteres Wachstum sorgen werden, da mit ihnen neue Kundengruppen angesprochen werden könnten und die Stagnation im analogen Geschäft aufgefangen werden könne.

Wachstumsmarkt digitale Fotografie

In seinem Vortrag „Wachstumsmarkt digitale Fotografie

– Chancen nutzen“ faßte Stefan Hagemann die Vorteile der digitalen Fotografie zusammen. Er betonte, daß die positive Entwicklung im Kamerabereich und die steigende Anzahl von Prints die hohe Akzeptanz der Verbraucher auch im Hinblick auf die kommenden Jahre zeige. Allerdings seien in diesem Bereich auch die Händler gefordert, indem sie die Vorteile und die einfache Handhabung von Digitalkameras sowie den Mehrwert der digitalen Fotografie dem Verbraucher aufzeigten. Nach Ansicht von Hagemann sei die wichtigste Botschaft der Händler an die Kunden beim Verkauf von Digitalkameras, daß sie von ihren digitalen Daten Bilder auf Original Fotopapier bekommen können.

Auch wegen der attraktiven Messeangebote, die die Händler auf der Veranstaltung erwarteten, war die Foto Quelle Hausmesse ein voller Erfolg und bot zahlreiche Informationen und Unterstützung für ein gelungenes Weihnachtsgeschäft.



Viel Fantasie bewiesen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Foto Quelle bei der Gestaltung ihrer Modenschau-Garderobe. Sie zeigt, wie kleidsam Zubehör der Imaging- und Fotobranche sein kann.

Abendveranstaltung

Den geselligen Abschluß fand die Foto Quelle Hausmesse beim „Get-together-Abend“ mit der Comedygruppe Firlefan, Maitre Willi und dem Schlagerparodisten Marc O. Vincent. Höhepunkt des Abends war eine außergewöhnliche Modenschau, die von den Foto Quelle-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern arrangiert und vorgestellt wurde. Zu sehen war extravagante Mode „Rund ums Bild“. Die Modenschau-Modelle wurden fantasievoll mit Bilder-Rahmen, Farbbildern, Dia-Rähmchen, Kameras, Digitalzubehör, Filmverpackungen und Mobilfunkzubehör gestaltet. höl



Hansephot-Hausmesse 2001

Am 10. November fand zum 11. Mal die jährliche Hausmesse des Fotogroßhandels Hansephot GmbH statt. Veranstaltungsort waren die unternehmenseigenen Verkaufs- und Ausstellungsräume in Neuendorf bei Rostock. Die inzwischen zur Tradition gewordene und bei den Kunden beliebte Messe, die laut Pressemitteilung die einzige Fotomesse in Mecklenburg-Vorpommern ist, stand in diesem Jahr unter dem Motto „Digitale Fotografie und Bildbearbeitung“. Über zwanzig Aussteller informierten über Produkte und Anwendungsmöglichkeiten. Reges Interesse fanden

bei den zahlreich erschienenen Besuchern neben den Digitalprodukten auch analoge Kameras und das Zubehör. Besonders Rahmen und Alben sowie Taschen waren gefragt. Auch im Zeitalter von Internet und E-Commerce stellte das persönliche Gespräch mit den Kunden, zu denen unter anderen Fotografen, Fotostudios, Fachhandel, Universitäten, Behörden und Institutionen gehören, einen wichtigen Punkt dar. Die Vorstellung der Nikon D1-Kamera, der Scannerkamera „Scando“ der Firma Kaiser sowie die verschiedenen Paßbildsysteme, inklusive der unterschiedlichsten Ausgabemedien gehörten zu den Highlights der Hausmesse. Ebenfalls genutzt wurde die Messe von den Kunden zur Bevorratung für das Weihnachtsgeschäft; dazu erfolgte parallel zum Messegeschäft ein Lagerverkauf. Die positive Resonanz der Veranstaltung wurde von allen Ausstellern herausgestellt, viele sagten bereits für die 12. Hausmesse zu.

FinePix



Kostenloser Werbeplatz für NPS-Mitglieder

Da der Aufbau einer eigenen Online-präsenz für Fotografen meistens mit großem Aufwand und hohen Kosten verbunden ist, bietet der neue Online-Service von Nikon Professional Service Europe (NPS) Hilfe. In Kooperation mit einer der größten Bilddatenbanken für kreative Fotografen im Internet www.creativebase.com bietet NPS seinen europäischen Mitgliedern einen kostenlosen Werbeplatz im Netz mit individueller Adresse an. Der Service beinhaltet die Veröffentlichung eines Portfolios aus bis zu zehn Bildern und einer kurzen bis zu hundert Wörter umfassenden Biographie. Um ein Port-

foliokonto einzurichten, braucht der Fotograf lediglich seine NPS-Mitgliedsnummer, zehn Fotos und die Kurzbiographie.

Super-Solaris-Gewinnspiel

Rechtzeitig zu Beginn der trüben Jahreszeit veranstaltet Ferrania Imaging Technologies ein Gewinnspiel mit vielen tollen Preisen, die gerade in den ungemütlichen Monaten Lust auf Urlaub machen. Der erste Preis ist ein Reisegutschein im Wert von 5.000 Euro, der zweite Preis ein Reisegutschein im Wert von 2.500 Euro und der dritte Preis ist ein Einkaufsgutschein für Sportbekleidung und Ausrüstung im Wert von 500 Euro. Das Gewinnspiel wendet sich an die Endverbraucher und

findet von Januar bis April 2002 statt. Jeder Händler, der sich an der Aktion beteiligt, erhält Teilnahme-karten mit Dispenser



sowie das aktuelle Solaris-Doppelpack 200/36. Überdies hat er die Möglichkeit, kostenlose Abgabeartikel für seine Kunden bei Ferrania anzufordern.

Weitere Informationen finden sich unter www.ferraniait.com

IPG-Vollversammlung

Im Mittelpunkt der Herbstvollversammlung der Imaging Photo Group, die am 27. Oktober in Goslar stattfand, stand die eigene Bilderlinie der Kooperation, die seit November exklusiv vom Foto-großlabor Stoppel für die IPG gefertigt wird. Dabei steht das Image Plus Markenbild im direkten Zusammenhang mit dem Image Plus Film der Gruppe. Beides sind Produkte, die die Kooperationspartner bei dem Ziel unterstützen sollen, sich mit der Eigenmarke von Billiganbietern abzuheben. Ebenfalls viel Beifall fanden die vorgestellten Ordnungs- und Werbemittel.

Mit der IPG-Kunden-Vorteilskarte wurde ein weiteres Marketinginstrument

vorgestellt, das sich aufgrund der Vorteile der Karte für die Kunden auch gut zu deren Bindung einsetzen läßt. Abgerundet wurde die Vollversammlung durch hochkarätige Gastvorträge der Volksbank-Nordharz und des Einzelhandels-Verbandes Berlin zu den Themen: Banken-Rating im Mittelstand, die letzte Phase der Euro-Einführung und die Problematik des Wegfalls des Rabattgesetzes für den Einzelhandel. IPG-Vorsitzender Rainer Frohloff konnte mit einem positiven Ausblick auf das Geschäftsjahr 2002 und der Gewißheit einer stattlichen Ausschüttung an die Gesellschafter für das Geschäftsjahr 2001 zu einer gehobenen Stimmung der Anwesenden beitragen. Zu der am nächsten Tag stattfindenden Hausmesse

kamen über 350 Fotohändler und Fotografen nach Goslar-Jerstedt in das gruppeneigene Fachhandelszentrum. 39 Industriepartner zeigten Neuheiten und aktuelle Angebote zum Weihnachtsgeschäft auf über 1.000 qm Ausstellungsfläche. Vom Zentrallager konnte die Aktionsware sofort mitgenommen werden.

Nachwuchsförderung

Die Firmen PPS und Hasselblad gründeten Anfang des Jahres ein Forum zur Förderung des fotografischen Nachwuchses im Mittelformat. Begonnen hatte es mit der Idee, eine großformatige Ausstellungsfläche für Nachwuchsfotografen im Wechsel zur Verfügung zu stellen. Nach der Ausschreibung zeigte sich schnell, daß die Anzahl und Qualität

DIGITAL WONDER.
FinePix 2600 Z.

■ 2,0 MILLIONEN PIXEL CCD ■ 3FACH-OPTICAL-ZOOM

 **FUJIFILM**

www.fujifilm.de



Herbsttreffen des Profi Portrait Clubs

Die Alpenstadt Sonthofen war Austragungsort für das 14. Herbsttreffen des Profi Portrait Clubs (PPC) vom 24. bis 25. 10. 2001. Neben etwa 150 PPC-Partnern konnte das PPC-Team auch etliche Gäste begrüßen, die die Veranstaltung nutzten, um sich zu informieren. Außer der Vorstellung laufender Projekte wie Werbung für PPC-Geschenkgutscheine, Papiertragetaschen u. a. wurde eine neue exklusive Bildpräsentationsreihe mit Alben, Boxen und Masken vorgestellt, die zusammen mit der befreundeten Portraitvereinigung Interphot aus der Schweiz und PA.SC.HE. entwickelt worden war und großen Beifall fand. Weitere Höhepunkte waren die Weihnachtsaktion „Schenk mir Dein schönstes Lächeln...“, bei der die Endverbraucher aufgefordert waren, sich portraituren zu lassen, die Diplomverleihung an sechs Club-Partner anlässlich ihrer fünfjährigen Mitgliedschaft oder der Vortrag des Fotografen Ulli Schlieper aus Senden, der von seiner Arbeit berichtete. Das Seminar von Joachim Bullermann am zweiten Tag, das unter dem Motto „Herausforderung Zukunft – die Chancen stehen immer noch gut für den, der das Richtige tut“, belegte eindrucksvoll, warum Bullermann zu einem der führenden Motivationstrainer im deutschsprachigen Raum zählt.

der eingereichten Arbeiten dafür sprachen, mehr zu tun. Eine fachkundige Jury – Professor F. C. Gundlach, Edmund Schlegel (Geschäftsführer PPS) und Gerd Kock (Geschäftsführer Hasselblad Deutschland) – wählte daraufhin Arbeiten von vier Nachwuchsfotografen aus, die alle in ähnlicher Form präsentiert werden. Am 1.11. fand die Eröffnung der Ausstellung im Rahmen einer Mittelformatmesse in den Räumen von PPS im Bunker statt. Während der Veranstaltung wurde ein neuer Förderpreis, die „Hasselblad Patenschaft“, überreicht. Der erste Preisträger Holger Pooten, Student an der FH Bielefeld erhält kostenlos eine umfangreiche Leihausstattung für ein Jahr von Hasselblad.

Wenn Behördenschwachsinn für „Das arme steuerzahlende Volk“ Methode wird!

In der Oktober-Ausgabe des *imaging+foto-contacts* habe ich mich mit dem „armen steuerzahlenden Volk“ und den privaten oder beruflichen Eskapaden unseres Verteidigungsministers Rudolf Scharping auseinandergesetzt. Für ihn hatten die schrecklichen Ereignisse vom 11. September in New York offensichtlich ausgesprochen günstige Konsequenzen. Er hat jedenfalls bis heute den Ministerposten behalten, weil sein unmögliches Verhalten im Schatten der Ereignisse leider völlig untergegangen ist.

Eigentlich wollte ich mich heute dem Thema widmen, daß wir Ende dieses Jahres unsere geliebte DM endgültig verlieren werden, zugunsten eines Euros, dessen Stabilität täglich im Börsenwind so wackelt, daß wir eigentlich gar nicht so richtig wissen, was auf den Einzelhandel ab nächstem Jahr währungsmäßig zukommt.

In der September-Ausgabe habe ich schon einmal am Beispiel von simplen Arbeitshandschuhen für DM 1,99 einen kaum noch zu überbietenden Behördenschwachsinn aufgezeigt, wegen der „Informationsbroschüre für Schutzhandschuhe nach EG-Richtlinie 89/686/EWG, Anhang II, Abschnitt 1.4“. All dieses entstammt der Feder von Behördenmitarbeitern, die von unseren sauer erarbeiteten Steuergeldern, besonders bei der EG, fürstlich bezahlt werden.

Die derzeitige Regierung kann ja eilfertig darauf verweisen, daß die Konjunkturschwäche eine globale Erscheinung ist. Das soll zur Entschuldigung dienen, daß wir über eine halbe Million mehr Arbeitslose haben als geplant. Da die Philosophen sagen, daß jede Philosophie ein Körnchen Wahrheit hat, will ich auch den Argumenten der Regierung in Sachen „Konjunkturschwäche“ bedingt zustimmen. Für mich besteht aber ein wesentlicher Grund der hohen Arbeitslosenzahlen darin, daß wir nicht genug Unternehmertum in Deutsch-

land haben, um die Arbeitslosen von der Straße zu bringen. Einer der Gründe dafür liegt in der Tatsache, daß wir – angefangen mit einigen Ministern – zu viele wirtschaftliche Schwachköpfe beschäftigen, die unbarmherzig dem armen steuerzahlenden Volk Dinge oktroyieren, die jedem, insbesondere dem Mittelstand, die Freude an unternehmerischer Tätigkeit nehmen und damit das verhindern, was wir eigentlich alle wollen: nämlich erfolgreich arbeiten!

Da hat man sich jetzt ein „Gesetz zur Eindämmung illegaler Beschäftigung auf dem Bau“ einfallen lassen. Dabei ist der Bundesfinanzminister Hans Eichel auf eine „Talibanausführungs-Idee“ gekommen, indem er alle Unternehmer zu Zwangsgehilfen im Kampf gegen die Schwarzarbeit machen will. So müssen vom nächsten Jahr an alle Gewerbetreibenden, auch Privatpersonen, die z. B. Wohnungen vermieten, 15 Prozent des Betrages einer Handwerkerrechnung, die sie bekommen, abziehen und ihrerseits dem Finanzamt des Handwerkers oder der Baufirma überweisen. Ein solcher Steuerabzug wird fällig, wenn der Auftrag an den Handwerker oder die Baufirma 5.000 Euro im Jahre übersteigt. Und wer soll haften, wenn nicht gezahlt wird?

Eine weitere Gesetzgeißel für den Mittelstand ist die Pflicht, ab 1.4.2001 für alle Betriebe, auch solche mit einem Beschäftigten, eine sicherheitstechnische betriebsärztliche Betreuung sicherzustellen. Nachdem die letzte Übergangsfrist am 1.4.2001 abgelaufen ist, müssen alle Betriebe, unabhängig von der Beschäftigtenzahl (!), eine Sicherheitskraft und einen Betriebsarzt bestellen. Ich kann hier nicht weiter auf Einzelheiten eingehen, aber ich ersehe aus den Unterlagen, daß dies dem mittelständischen Unternehmer nicht nur Zeit, sondern auch noch richtig Geld kosten wird.

Wenn ich dann in der Wirtschaftspresse noch Überschriften lese, wie: „630-

DM-Jobs können Fallstrick für Manager sein. Strafrisiko wegen Vorenthaltens von Sozialbeiträgen“, oder wenn vom „Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik“ wieder eine Mahnung kommt, weil die vierteljährliche Produktionserhebung (Ordnungsnummer 056 449 884 2213) mit dem entsprechenden Erhebungsvordruck für das dritte Quartal noch nicht vorliegt usw. usw., dann frage ich mich, womit wir fleißigen deutschen mittelständischen Unternehmer das verdient haben, was uns in den letzten Jahren von gleich welcher Regierung alles aufgebürdet worden ist! Wen kann es da noch wundern, daß wir in Deutschland an letzter Stelle in Europa liegen, wenn es um die Entwicklung der Wirtschaft in unserem Lande geht. Muß nicht jeder ausländische Unternehmer abgehalten werden, in unserem Land zu investieren? Muß nicht jeder kleine oder große Unternehmer auf den Gedanken kommen, mit seiner Initiative und Arbeitskraft besser und erfolgreicher in einem anderen Land in Europa glücklich zu werden? Oder wird man sich still damit abfinden, solche behördlichen Zwangsmaßnahmen möglichst gar nicht erst zur Kenntnis zu nehmen, um auch den schönen Satz aus der Bibel nicht mehr zu beherzigen, wo es heißt: „Gebt dem Kaiser, was des Kaisers ist“?

Viele werden versuchen, möglichst viel von dem Behördenschwachsinn zu vergessen. Sind nicht diese Zeitgenossen wie Riester, Scharping, Eichel oder auch von der Gewerkschaft Herr Zwickel mit daran schuldig, daß die Schwarzarbeit in unserem Lande noch weiter rasant steigen wird? Das sage ich hiermit voraus!

Zum Schluß wünsche ich allem zum Trotz, was in 2002 auf uns zukommt, ein gutes Weihnachtsgeschäft und einen fröhlichen Start in das neue Jahr, mit einem hoffentlich festen Euro, um vielleicht doch in einem wirtschaftlich vereinten starken Europa zu guten Geschäften zu kommen. H. J. Blömer



Jörg Uhlenbrock, Marketingleiter der CeWe Color Gruppe, ist davon überzeugt, daß die aktuellen Produktideen Leben ins Weihnachtsgeschäft bringen.

CeWe Color Produktideen für das Weihnachtsgeschäft

Mit individuellen Geschenkideen aus dem Hause CeWe Color kann der Handel sein Weihnachtsgeschäft attraktiv gestalten: Die Oldenburger Großfinishinggruppe hat ihre Angebotspalette

derem um Maß-Poster für Kinder und Weihnachts-/Neujahrskarten.

Die Maß-Poster haben nach CeWes Meinung das Zeug dazu, im Kinderzimmer zur kunterbunten Attraktion zu werden. Spiel, Spaß und Erinnerungen lautet das Motto zur Geburt, zur Taufe oder auch zu späteren Ereignissen im Leben eines Heranwachsenden. Mit den schönsten Fotos vom Größerwerden wird aus dem Maß-Poster im Laufe der Jahre ein Foto-Poster. Das Maß-Poster ist handlich auf 30 x 42 cm gefaltet und mit einer stabilen Aufhängelochung versehen. Es ist zu jeweils 20 Stück im Display zum Stückpreis von 2,10 DM plus MWSt. bei CeWe Color zu haben. Verkaufspreisempfehlung: 4,95 DM

Die Weihnachts- und Neujahrskarten bieten dem Endkunden die Möglichkeit, persönliche Fotos aufzukleben, die bildliche Botschaft mit handschriftlichen Worten zu ergänzen und die Grüße damit aufzuwerten. Fünf verschiedene Karten mit edlen Hüllen sind in einem Klarsichtset verpackt. Ein Verkaufsdisplay beinhaltet 30 Sets. Der Einkaufspreis für das Set beträgt 1,90 DM, die unverbindliche Preisempfehlung lautet 4,85 DM.



Diese Broschüre informiert über die aktuellen Produktneuheiten bei CeWe Color.

rund um die Bilderboutique um verschiedene Produkte aus dem „Foto Life“-Sortiment der Firma Kieser erweitert. Es handelt sich dabei unter an-



TV. VIDEO. AUDIO. MECABLITZ



analog
digital
leistungs-
stark

Zukunftssicher.
Bedienfreundlich.
Individuell.

Erleben Sie Fotografieren mit Metz. Digital oder Analog. Vom preisbewußten Einsteiger- bis hin zum Profi-Stab-Blitzgerät. Ihr Vorteil: durch das intelligente SCA-Adapter-System bleibt Metz Blitz und Zubehör – auch wenn Ihre Kamera wechselt.

Mehr Informationen von Metz-Werke, Postfach 1267, 90506 Zirndorf.

www.metz.de

Metz. Immer erster Klasse.

Blitz für alle FinePix-Modelle

Der im modernen Design gestaltete Universalblitz FPF34 von Fujifilm eignet sich für alle Modelle der FinePix-



Serie von Fujifilm. Durch die im Lieferumfang enthaltene Blitzschiene kann der Blitz auch bei Modellen ohne Blitzmittenkontakt eingesetzt werden. Dazu wird einfach die Blitzschiene über das Stativgewinde mit der Kamera verbunden. Zur automatischen Lichtregulierung besitzt der FPF34 eine Automatik-Funktion mit den drei Blenden 2, 4 und 8 bei ISO 100. Darüber hinaus kann der Blitz in der Betriebsart „manuell“ bedient werden. Der eingebaute Slave-Sensor registriert das Licht eines Controller-Blitzgerätes an der Kamera und löst automatisch aus. Der FPF34 blitzt somit synchron mit dem Blitzgerät der Kamera. Hierdurch wird die Reichweite des Kamerablitzes auf rund acht Meter verstärkt. Der Preis für das Blitzgerät, das ab sofort lieferbar ist, beträgt 149 Euro (291,42 DM).

Werkzeugkasten für digitale Bilder

Mit der Picture Publisher Digital Camera Edition bietet Micrografx erstmals eine speziell auf den Einsatz im Fotobereich ausgerichtete Software-Version seines Bildbearbeitungs-Klassikers an. Die interaktive Werkzeugleiste stellt die wichtigsten und die häufig genutzten Funktionen für die Fotogra-

fen übersichtlich dar. Um gewünschte Effekte und Funktionen schnell zu finden, stehen mehr als 140 intuitive Assistenten und Makros zur Verfügung. Hilfreich ist die simultane, stapelweise Korrektur. So kann ein und dieselbe Korrektur – wie etwa die Farbanpassung – an mehreren Bildvorlagen gleichzeitig vorgenommen werden. Das Micrografx PhotoAlbum mit einer neu entwickelten Indizierungsfunktion beschleunigt und vereinfacht ohne jegliche quantitative Einschränkung das Verwalten, Auffinden und gemeinsame Nutzen von digitalisierten Bildern. Kleine Vorschaubilder und die gezielte Suche nach Themenbereichen helfen, daß der Überblick nicht verlorengeht. Die Software zapft direkt die gängigsten Digitalkameras an, zeigt sich offen in der Kommunikation mit Scannern und liest alle gängigen Bildformate ein. Darüber hinaus stehen den Anwendern eine umfassende Palette an Kreativfunktionen, Spezialfiltern und über 1.700 lizenzfreie Fotos und mehr als 500 nahtlose Texturen zur Seite. Die Software ist ab diesem Monat lieferbar. Empfohlener Verkaufspreis: 49 Euro.

Olympus- Digitalkameras gestohlen

Aus einem Lager in Italien wurde kürzlich eine große Anzahl hochwertiger Olympus Digitalkameras entwendet. Das geht aus einer Mitteilung von Olympus vom 15.11.2001 hervor. Da die Seriennummern der einzelnen Geräte registriert sind, besteht die berechtigte Hoffnung, den Tätern schnell auf die Spur zu kommen. Angesichts des beträchtlichen Werts der gestohlenen Digitalkameras ist nicht auszuschließen, daß versucht werden könnte, das Diebesgut über die bekannten Vertriebswege in Umlauf zu bringen. Olympus bittet deshalb alle Händler, sich mit dem zuständigen Produkt- und Marketingmanager, Ulrich Götze, in Verbindung zu setzen, sobald ihnen Olympus Digitalkameras unbekannter Herkunft deutlich unter Marktwert angeboten werden.

Für Rückmeldungen: Ulrich Götze, Produkt- und Marketingmanager, Olympus, E-Mail: ulrich.goetze@olympus-europa.com, Fax: 040/23773-105, oder Thore Lingel, Junior Account Manager, Weber Shandwick Hamburg, Tel.: 040-3574-60-22.

Foto-Software Applaus! Version 2

Die MitCom Neue Medien GmbH präsentiert die Foto-Software Applaus! Version 2. Sie bietet Bildbearbeitung, Präsentation und Fotolabordruck in einem Programm. Über 40 Bildformate können schnell und unkompliziert in jedes neue Applaus!-Projekt eingefügt und dann sofort bearbeitet werden. Darüber hinaus steht ein intelligentes Screenshot-Modul zur Verfügung.

Die Bildbearbeitung des Programms bietet dem Anwender alle wünschenswerten Filter und Effekte, die einfach zu bedienen sind und mit lediglich einem Schieberegler ausgeführt werden können. Zusatzinformationen wie gewählter Ausschnitt, Bildbeschreibung und Vertonung werden zu jedem einzelnen Foto in einer Datenbank gespeichert und können auch auf alle anderen Bilder eines Projektes übernommen werden. Der Anwender kann seine Fotos, wie von einer Datenbank gewohnt, nach verschiedenen Kriterien sortieren lassen. Der Fotolabordruck ermöglicht zusätzlich zum normalen Präsentationsdruck, wie bei einer Bestellung im Fotolabor, Abzüge von jedem Bild in unterschiedlicher Größe und Anzahl gleichzeitig und so platzoptimiert wie möglich auszudrucken. Dazu läßt sich ein individueller Rahmen definieren und mit Schnittmarkierungen versehen. In der Präsentationsfunktion der Software können in der Diashowfunktion zu jedem Bild einer Show Schrift, Wort und Musik hinzugefügt werden. Wie bei einer professionellen Diashow werden Ton und Musik nach den Vorgaben des Anwenders synchronisiert und das gesamte Projekt, dank 40 verschiedener Überblendeffekte, optimal präsentiert. Die am Rechner erstellte Präsentation kann dann zusammen mit der mitgelieferten Abspielsoftware auf einen Datenträger exportiert und mit Zusatzinformationen wie Copyrightvermerk und weiterführender Internetadresse versehen werden. Diese und weitere Möglichkeiten, wie Dateikonverter und HTML-Export, prädestinieren Applaus! neben der privaten Anwendung auch für den kommerziellen Bereich. Applaus! ist ab sofort lieferbar. Die Software kostet 79,95 DM und ist in Box und DVD-Box mit gedrucktem Handbuch erhältlich.



Mit Pinnacle Express stellt Pinnacle Systems eine einfach zu bedienende Software vor, mit der Hobbyfilmer und Fotografen ihre Bilder sortieren, archivieren und anschließend auf CD brennen können.

In einem ersten Schritt wird beispielsweise ein DV Camcorder mit dem PC verbunden. Anschließend wird das Rohmaterial per Knopfdruck über die DV-Schnittstelle (FireWire, i.Link) auf den PC überspielt. Die Software enthält eine automatische Szenenerkennung und unterteilt selbständig den Film in einzelne Kapitel. Wer möchte, kann die Filme bearbeiten. So lassen sich Sze-

Einfach bedienbare Archivierungssoftware

FOTOS UND FILME ARCHIVIEREN MIT PINNACLE EXPRESS

nenmenüs erstellen, Kapitel verschieben, beschneiden oder löschen, Hintergrundmusik hinterlegen oder auch Titel generieren. Auch die Erstellung interaktiver Diashows mit digitalem Fotomaterial ist mittels der Software möglich. Nach der Bearbeitung des Filmmaterials oder der Erstellung eines Fotoarchivs werden die Daten auf CD beziehungsweise auf DVD gebrannt. Die Software erkennt den an den Computer angeschlossenen Brenner und erstellt automatisch Video CDs, Super Video CDs oder DVDs, die die Anwender jederzeit mit CD-ROM- oder DVD-Laufwerken abspielen können. Darüber hinaus können auch die meisten DVD-Player eingesetzt werden. Die Software Pinnacle Express unterstützt alle OHCI-kompatiblen IEEE 1394-Schnittstellen. Sie ist aber auch im Bundle mit einer OHCI-kompatiblen FireWire-Karte (Pinnacle Express DV)

erhältlich. Die Software Pinnacle Express hat einen unverbindlich empfohlenen Endverbraucherpreis von 139 DM. Zusammen mit der FireWire PCI-Steckkarte kostet sie 199 DM. Beide Angebote sind seit Mitte Oktober lieferbar.
hö

Verkaufsaktion

Pünktlich zur Vorweihnachtszeit startet Pinnacle Systems mit der Verkaufsaktion Pinnacle Switch. Besitzer von Videoschnittlösungen können zwischen dem 1.11.2001 und dem 31.1.2002 beim Kauf eines Videoschnittsystems von Pinnacle Systems ihr altes Produkt in Zahlung geben. Mit dieser Verkaufsaktion können entweder Studio 7, Studio DV plus oder DV500 plus in ihrer aktuellsten Version erworben werden. Diese Produkte sind mit dem Pinnacle Switch Sticker ausgezeichnet. Der Kunde kann sich eines dieser Produkte kaufen und anschließend den Kaufbeleg der Pinnacle Switch Sticker und die alte Videoschnittlösung an Pinnacle Systems schicken, so daß die Belege spätestens am 28. Februar 2002 dort eintreffen. Dabei ist es völlig unerheblich, von welchem Hersteller die alten Videoschnittlösungen stammen. Die Rückzahlung erhält der Kunde dann in Form eines Schecks. Beim Neukauf einer Pinnacle Studio 7 nimmt Pinnacle Systems die alte Videoschnittlösung des Kunden für bis zu 20 Euro, beim Neukauf einer Pinnacle Studio DV plus für bis zu 50 Euro und beim Neukauf einer DV500 plus für bis zu 100 Euro in Zahlung.

Blaue Box für ungestörtes Film- und Fernsehvergnügen

Das Video Entertainment System Bungee von Pinnacle macht das TV-Vergnügen mobil. Dank USB-Anschluß ist die blaue Box überall anschließbar, auch ans Notebook. Das Produkt arbeitet hardwarebasierend in Echtzeit im MPEG2-Format und ermöglicht Fernsehen und Aufnahmen in bestmöglicher Qualität dank DVD-Technologie. Mit Bungee lassen sich nervtötende Werbepausen einfach dank Time Shifting-Funktion und mit Hilfe der Multifunktions-Fernbedienung überspringen. Am PC können mit Hilfe des Produkts die Aufnahmezeiten für das gewünschte Fernsehprogramm programmiert werden. Besonders für Hobbyfilmer interessant ist, daß mit



Bungee Videomaterial von 8 mm-, Hi8- oder (S-) VHS-Camcordern in digitale Kopien auf der Festplatte verwandelt werden kann. Im Anschluß wird das digitalisierte Fernseh- bzw. Videomaterial auf Video CD, SuperVCD oder DVD ohne Qualitätskompromisse und ohne lästige Rechenzeiten archiviert. Das Produkt ermöglicht auch den direkten Anschluß des Fernsehgerätes. Unterstützt werden Windows 98 SE, ME, 2000 und XP. Pinnacle Bungee hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 799 DM.

MindStor speichert Multi-Media-Daten

Mobiler Festspeicher jetzt mit FireWire

Mit dem MindStor präsentiert der amerikanische Hersteller minds@work einen weiteren mobilen Festspeicher. Das Vorgängermodell „Digital Wallet“ erhielt viele Auszeichnungen, unter anderem den innovativen Digital Product Award der Digital Imaging Marketing Association (DIMA) für das Jahr 2001, mit dem herausragende digitale Produkte ausgezeichnet werden. Auch das neue, mit einer schnellen FireWire-Verbindung ausgestattete Modell wird in Deutschland von der Jobo Labor Technik GmbH vertrieben. imaging+foto-contact war bei der Premiere des Produktes in Deutschland dabei.

Mobile Festplattenspeicher gewinnen mit steigenden Verkaufszahlen von Digitalkameras und höher auflösenden Kameramodellen immer mehr an Be-



Paul J. Kuptzin, Director of Worldwide Sales des kalifornischen Unternehmens minds@work, und Johannes Bockemühl, Geschäftsführer der Jobo Labortechnik GmbH, präsentieren den noch robusteren und kompakteren mobilen Festspeicher MindStor.

deutung: Denn das schönste Fotografiervergnügen findet spätestens mit der Erschöpfung des Speicherpotentials des Speichermediums sein jähes Ende. Für Berufsfotografen, die viel digital fotografieren, und Amateure, die für die Speicherung vieler Bilder, beispielsweise im Urlaub, eine Lösung suchen, ist der mobile Festspeicher MindStor eine Alternative. Paul J. Kuptzin, Director of Worldwide Sales bei minds@work, ist davon überzeugt, daß das MindStor über den Fotofachhandel verkauft werden sollte: „Ein Produkt wie der MindStor ist erklärungsbedürftig. Im Fotofachhandel gibt es Mitarbeiter, die über die notwendige Kompetenz verfügen und sich die Zeit nehmen, um die Funktionen zu erläutern und vor Ort zu demonstrieren. So erfahren Kunden, wie schnell und effektiv das Gerät arbeitet.“ In Deutschland wird es wie schon das Digital Wallet von der Jobo Labortechnik, Gummersbach, vertrieben. Die neue Generation mobiler Festplattenspeicher des Unternehmens wurde in einem kompakten Design mit den Maßen 14,2 x 7,6 x 3,0 cm und einem Gewicht von 320 Gramm gestaltet. Für die Datenübertragung zum Computer verfügt das MindStor wie schon das Digital Wallet über eine USB-Schnittstelle, bietet aber darüber hinaus eine zehnfach schnellere FireWire (IEEE 1394)-Verbindung.

Um die Daten auf der Festplatte zwischenspeichern, muß lediglich das Speichermedium in den zum Lieferumfang gehörenden Adapter gesteckt werden. Eine umfassende Kontrolle des Übertragungsvorganges der Bilddaten wird durch das MindStor-LC-Display möglich. So informiert eine „Countdown Uhr“ im Display fortwährend über den Fortschritt der Übertragung. Eine Hintergrundbeleuchtung sorgt dafür, daß dies auch im Dunkeln möglich ist.



Im Display angezeigte Dateinamen können ausgewählt werden und erscheinen dann in voller Länge in Laufschrift. Um schneller an gesuchte Bilddaten heranzukommen, kann durch das Menü gescrollt werden. Das MindStor bietet eine mehrsprachige (darunter auch eine deutsche) Menüführung.

Die mobile Festplatte kann auch als Kartenleser eingesetzt werden, was das Zwischenspeichern der Dateien auf der MindStor Festplatte erspart, falls Laptop, PC oder Mac gleich zur Hand sind. Eine Batterienladung des Gerätes reicht ungefähr für 120 Minuten Betriebszeit oder für ungefähr 500 Ladevorgänge.

Neben der Möglichkeit, den MindStor als Festplatte für Bilddateien einzusetzen, können mit ihm auch Musik- und Videodateien zwischengespeichert werden. Es können an die 18 Stunden Musik bzw. Video pro GB gespeichert werden.

Das Produkt ist mit drei verschiedenen Kapazitäten erhältlich. Die 5 GB-Version kostet 459 Euro, die 10 GB-Version 613 Euro und die 20 GB-Lösung 715 Euro. Das Produkt ist jeweils im Bundle mit einem Memory Card Adapter für CompactFlash, SmartMedia oder mit dem Sony Memory Stick erhältlich.

Weiterhin sind im Lieferumfang Akku, Steckadapter, Netzteil, USB-Kabel, Installations-Anleitung, Bedienungsanleitung sowie eine Installations-CD mit Software erhältlich. höl

Digitale Fotos und MP3-Sound für den Gabentisch



heimischen PC oder Mac ins MP3-Format umgewandelt und auf der FinePix 30i abgespielt werden. Alternativ können auch Musikdaten aus dem Internet geladen werden.

Neben der Fotofunktion und der MP3-Abspielfunktion bietet das vielseitige Produkt von Fujifilm auch die Möglichkeit zur Tonaufnahme. Hierbei werden Audio-Daten im WAV-Format aufgezeichnet. Auf die 16 MB-Smart-Media-Karte passen bis zu 33 Minuten. Weiterhin kann die Kamera 20-sekündige Videoclips mit Ton aufnehmen, ebenso wie 30 Sekunden Sprachnotizen zum einzelnen Bild. Über die USB-Verbindung ist die Kamera zudem als Webcam einsetzbar.

Das Multimedia-Produkt wird zusammen mit der FinePixViewer Software ausgeliefert. Mit ihr können Bilder betrachtet, sortiert und bearbeitet werden. Darüber hinaus stellt sie die Verbindung zum FinePix Internet-Service her, so daß die registrierten Nutzer schneller Zugriff auf eine Anzahl von Internetdiensten haben. Hierzu gehören ein umfangreiches Archiv von Tips und Tricks, die Erstellung von Online Fotoalben oder Diashows.

Die FinePix 30i ist seit November lieferbar und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 510 Euro (997,47 DM). höl

Mit der FinePix 30i präsentiert Fujifilm eine neue Digital-kamera mit integriertem MP3-Player. Das Nachfolgemodell der FinePix 40i verfügt über einen 2-Megapixel-CCD und ist ein echtes Multimedia-Talent.

Für die Aufnahme von Fotos ist Fujifilms FinePix 30i mit einem 2-Megapixel-CCD ausgestattet. Damit erzielt sie Bilder in einer Auflösung von 1.600 x 1.200 Pixeln und eignet sich somit für den Ausdruck von Bildern in Fotoqualität in der bei den Anwender beliebten Größe von 10 x 15 cm. Dank ihrer Automatikfunktionen für Weißabgleich, Blendeneinstellung und Verschußzeit ist sie auch von Anfängern leicht zu bedienen. Weiter entfernte Motive lassen sich mit einem 2,5fachen Digital-Zoom im 640 x 480 Pixel-Modus nah heranholen. Abgespeichert werden können die Bilder in den Qualitätsstufen Fine, Normal oder Basic im JPEG-Format.

MP3-Player

Wie schon die FinePix 40i, ist auch die FinePix 30i mit einem integrierten MP3-Player ausgestattet. Mit ihrem kompakten Design und einem Gewicht von nur 150 Gramm ist die Kamera die ideale Begleitung für unterwegs und kann dabei wie ein kleiner tragbarer MP3-Player zum Musik hören einge-

setzt werden. Ein Batteriensatz reicht dabei für etwa viereinhalb Stunden Musikgenuß. Ein Stereo-Kopfhörer ist im Lieferumfang inbegriffen. Auf dem Display des Kopfhörers wie auch auf dem LC-Display der Kamera können der aktuell abgespielte Titel und der Name des Interpreten angezeigt werden. Auf die ebenfalls im Lieferumfang enthaltene 16 MB-SmartMedia-Karte mit ID-Funktion passen bis zu 20 Minuten MP3-Audio-Daten.

Mit der zur Kamera gehörenden Software können Audio-Daten einer CD am



Egbert Janik, Produktmanager Digital Imaging bei Fujifilm, zu der Marktlancierung des zweiten Digital-kameramodells mit integriertem MP3-Player von Fujifilm:

„Fotografieren soll Spaß machen, und genau das bietet die FinePix 30i. Digital fotografieren und Musik hören, Fototechnik kombiniert mit perfektem Audioklang – das ist geradezu eine ideale Kombination für ein junges, lifestyle-orientiertes Publikum. Das schafft Kaufimpulse und bietet unseren Vertriebspartnern die Möglichkeit, ganz neue Zielgruppen zu erschließen. Mittlerweile

dürfte die Pixelzahl ja ausreichend diskutiert worden sein. Mit der FinePix 30i tragen wir zu einem positiven Image der Digitalkameras bei und bieten ganz eindeutig, was viele Kunden am allermeisten interessiert: Spaß an guten Fotos und Spaß beim Fotografieren. In diesem Sinne ist die FinePix 30i eine höchst willkommene Ergänzung unserer Produktpalette an Digitalkameras, die zur Zeit elf aktuelle Modelle umfaßt.“

Leistungstarker Highend-CCD-Scanner

Imacon Flextight 848

Mit dem Flextight 848 stellt der dänische Hersteller Imacon den nach eigener Aussage weltweit leistungsstärksten Highend-CCD-Scanner vor. Der neue Scanner basiert auf der bekannten und mit verschiedenen Preisen ausgezeichneten Konstruktion der Flextight-Modelle, bietet aber eine höhere Produktivität und Auflösung als seine Vorgängermodelle.

Zum Aufbau des neuen Scanners erklärt Imacon Managing Director Christian Poulsen: „Da der Flextight 848 auf der äußerst erfolgreichen Flextight-Konstruktion der virtuellen Trommel basiert, sieht der neue Scanner ähnlich aus wie die bekannten Modelle.“ Darüber hinaus verfügt er aber über ein völlig neues Konzept der CCD-Scan-ertechnologie. „Mit einer Scannerleistung von 50 MB pro Minute ist der Flextight 848 zum Beispiel fünfmal schneller als der erst vor kurzem auf den Markt gebrachte Flextight Precision III. Ein Anwender kann zum Beispiel problemlos 40 Durchsichtsvorlagen pro Stunde mit einer Dateigröße

von jeweils 100 MB scannen“, so Poulsen.

Zu einer weiteren Produktionssteigerung des Scanners trägt bei, daß er das Batch-Scannen von Durchsichtsvorlagen in Formaten von 35 mm bis 4 x 5 inch ermöglicht. Das Gerät wird mit zehn magnetischen Vorlagenhaltern ausgeliefert, die schnell und einfach entweder on- oder offline in den Scanner eingelegt werden. Die Einheit führt die einzelnen Durchsichtsvorlagen nacheinander in den Scanner, sobald der Scan der vorhergehenden Vorlage abgeschlossen ist, so daß der Anwender in der Zwischenzeit andere Aufgaben erledigen kann. Dabei kann das System so eingerichtet werden, daß von allen Vorlagen automatisch ein Prescan mit identischen Einstellungen gefertigt wird, auch das Angeben einer Dateigröße, beispielsweise 100 MB pro Bild, ist möglich.

Auflösung bis 8.000 dpi

Während des Scanvorgangs erzielt der Flextight 848 echte optische Auflösungen von 80 bis 8.000 dpi und verarbeitet neben den bereits erwähnten Durchsichtsvorlagen auch Aufsichtsvorlagen bis zum Format A4. Darüber hinaus bietet der Scanner echte 16 Bit Farbe mit einem Dmax von 4.8 in einem Arbeitsgang. Dabei erfaßt er selbst winzige Details und kann sogar Vorlagen verarbeiten, die für andere Geräte problematisch sind. „Unser Forschungs- und Entwicklungsteam hier in Kopenhagen hat jedoch die bisherigen Grenzen der Digitalisierungstechnologie erweitert, und der Flextight 848 erreicht bei allen Vorlagentypen höchste Qualität. Sei es die Genauigkeit der Farbwiedergabe, -schärfe oder -definition – der neue Flextight ist unschlagbar“, ist Poulsen überzeugt. Damit Anwender den neuesten Imacon-Scanner sowohl problemlos in ältere Workflow-Konfigurationen als auch in neuere Technologien integrieren können, ist er mit einem SCSI- und einem FireWire-Anschluß ausgestattet.



Außerdem wurde eine computergesteuerte aktive Kühlung des Sensors integriert. „Wenn wir den Sensor auf Raumtemperatur halten, können wir Rauschen reduzieren und die Farbstabilität noch weiter verbessern, obwohl die Flextight-Scanner in diesen Bereichen ja bereits Bestnoten erzielen“, erklärt Poulsen den Vorteil dieser Methode.

Zu den weiteren Features des Gerätes gehören eine automatische Focusfunktion, automatische Rahmenerkennung und ein erweiterter Vergrößerungsbereich von 20–3.800 Prozent. Die maximale Dateigröße beträgt 1,2 GB, und die Scanmodi umfassen Farb- (24, 32 oder 48 Bit), Grauskala, Strichvorlagen, Batch-Scannen und Batch-Bildverarbeitung. Als Programm setzt der Scanner die FlexColor-Software ein.

Die bewährten magnetischen Vorlagenhalter für die glaslose Vorlagenmontage und die virtuelle Trommel im Innern des Scanners, um die die Vorlage gelegt wird, sorgen dafür, daß diese völlig flach aufliegt und daß Störungen des Bildes wie Newton-Ringe oder Moiré-Effekte vermieden werden. Da weder Gel noch Klebeband erforderlich sind, bleiben die Scan-Vorlagen sauber.

In Deutschland wird der Flextight 848 über PSL Photosysteme vertrieben. Sein Preis beträgt 17.700 Euro zzgl. MwSt. höl



Christian Poulsen betonte bei der Vorstellung des neuen Scanners, wie wichtig es für die Weiterverarbeitung von Bilddaten ist, daß bereits der Rohscan eine erstklassige Qualität aufweist. Er ist davon überzeugt, daß diese mit dem Flextight 848 gewährleistet ist.

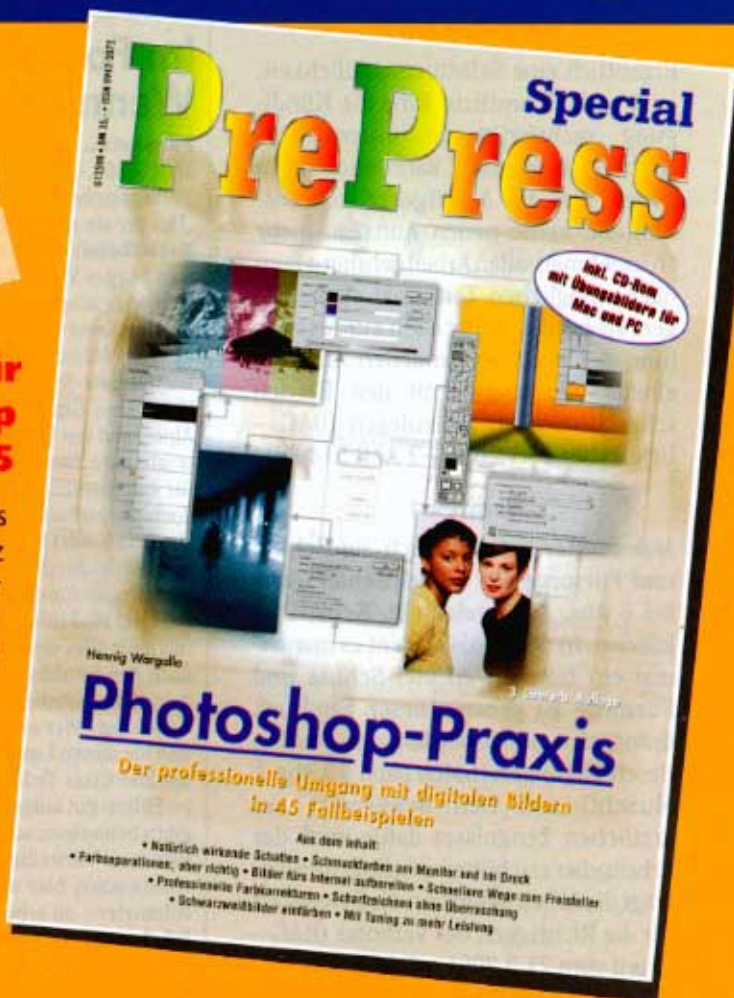
NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT MIT CD! NEU! JETZT

**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: _____



Zubehör für Sony Cyber-shot-Modelle

Für die Pocketkamera DSC-P5 und die 5 Mega-Pixel-Kamera DSC-F707 bietet Sony reichhaltiges Zubehör an, mit dem das kreative Potential der Kameras noch weiter erhöht werden kann. Für Tauchabenteuer mit der P5 gibt es das Unterwassergehäuse MPK-P5 (599 DM), einen Stativarm VCT-MP1K (529 DM) als Halterung der lichtstarken Unterwasserleuchte HVL-ML20 (939 DM) und



einen speziellen Unterwasser-Rotfilter VF-MP5K (299 DM), der selbst bei 40 Meter unter dem Meeresspiegel kontrastreiche Fotos sichert. Für ausgedehnte Ausflüge mit der Kamera hat Sony mit dem NP-FC10 (119 DM) einen zusätzlichen Lithium-Ionen-Akku im Programm. Er liefert Energie für 1.800 Bilder oder 90 Minuten Dauereinsatz. Zwei von ihm können gleichzeitig im Ladegerät

BC-VC10 (199 DM) mit neuer Energie versorgt werden. Gegen äußere Einflüsse geschützt wird die Kamera durch die Tasche LCM-PX (119 DM). Drei Fliegen mit einer Klappe schlagen Anwender mit dem Zubehörpaket ACC-CSP (299 DM). Es enthält einen 32 MB Memory Stick, den Akku NP-FC10 und eine schwarze Nylontasche. Zu der eher für ambitionierte Fotografen konzipierten DSC-F707 bietet Sony Vorsätze und Filter, mit denen das fotografische Potential zusätzlich erweitert werden kann. So ermöglicht der Weitwinkelvorsatz VCL-MHG07A (Faktor 0,7/Filtergewinde 58 mm/399 DM) weitläufige Panoramaaufnahmen, der blumenförmige Aufsatz LSF-H58 (119 DM) schützt gegen seitlich einfallendes Licht und der zirkulare Polarisationsfilter VF-58CPKS (279 DM) sorgt auch unter schwierigen Lichtverhältnissen für brillante Farben. Mit dem externen Hochleistungsblitz HVL-F1000 (max. Leitzahl 28/339 DM) läßt sich die Lichtreichweite der Kamera bei Bedarf erweitern. Die Nachtsichtfunktion der F707 kann bei vollständiger Dunkelheit durch eine optional erhältliche Infrarotleuchte (HVL-IRC/159 DM) ergänzt werden. Passend für die Kamera gibt es die drei Stative VCT-D480RM (179 DM), VCT-D580RM (229 DM) und VCT-D680RM (259 DM). Über die Kabelfernbedienung RM-DR1 (139 DM) können Auslöser und Zoom der Kamera bedient werden. Sicheren Schutz bietet der F707 die schwarze Ledertasche LCS-FX (119 DM).

Auflösungsunabhängige Fotos und Grafiken

Die LizardTech B. V. präsentiert mit Genuine Fractals 2.0 ein Plug-in für Adobe Photoshop, mit dem sich Bilddateien auflösungsunabhängig anwenden lassen. Auch kleine Quelldateien und Scanvorlagen können damit groß herauskommen. Einmal im Genuine Fractals Format (.stn) abgelegt, kann ein und dasselbe Bild für die verschiedensten Auflösungen verwendet werden. Die komprimierte Abbildung bleibt dabei auch bei geänderten Größen weit über das Originalformat hinaus qualitativ hochwertig und geeignet für den Druck. Die Standardversion Genuine Fractals 2.0 rendert, komprimiert und bearbeitet RGB-, Multikanal und Graustufenbilder. Für

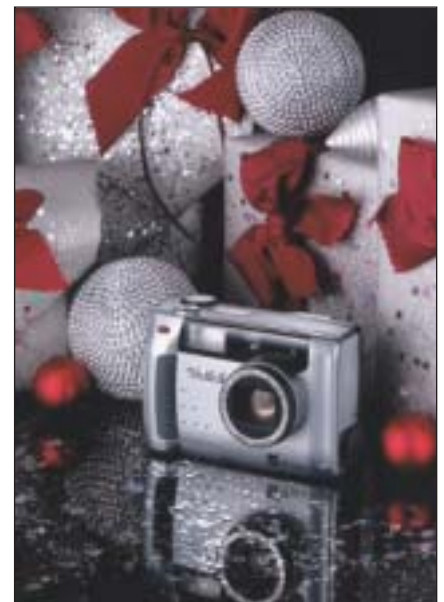
die Druckvorstufe eignet sich Genuine Fractals PrintPro durch seine Unterstützung von zusätzlichen CMYK- und CIE-Lab-Bildern. Mit PagePro XT, der XTension für QuarkXpress kann direkt in der DTP-Software mit den Genuine Fractals-Vorlagen gearbeitet werden.

Zwei Neue in der Digitalkamerareihe von Rollei

Die Rollei d33 com ist mit einem 3,31 Megapixel- und die Rollei d41 com mit einem 4,1 Megapixel-CCD ausgestattet. Besonderes Highlight ist dabei das neunlinsige 3fach Rollei D-Apogon Zoomobjektiv für besonders scharfe und farbtreue Aufnahmen. Das Objektiv bietet nicht nur eine erstklassige Abbildungsqualität, sondern kann auch im Makromodus Vorlagen bis zum klein-

sten Format 4 x 6 cm formatfüllend abbilden. Weitere Features der neuen Rollei Digitalkameras, die in einem formschönen und besonders griffigen metallic-farbenen Gehäuse gestaltet wurden, sind Autofocus, Belichtungs-Programmautomatik, Einzel- und Serienbild-Modus (Verschlußzeiten von 2 bis 1/500 Sek.), Automatikblitz mit fünf Programmen usw.

Hinzu kommen zusätzlich verschiedene Funktionen moderner Digitalkameras. So ermöglichen beide Digitalkameramodelle die sofortige Bildbetrachtung auf dem hellen, rückseitigen 1,8 Inch Monitor, die Abspeicherung der Aufnahmen auf der mitgelieferten 16



MB CompactFlash-Karte, den automatischen oder individuellen Weißabgleich, die Bildvorführung auf dem TV-Gerät sowie den Bilddatentransfer per USB. Die Bildschirmmenüs beider Kameras sind in deutscher Sprache. Die kameraeigene Software bietet weitere Leistungen wie beispielsweise ein automatisches Multibild, zusammengesetzt aus 16 Einzelaufnahmen, Belichtungs- und Schärfeprogramme mit wahlweise Bildmitten- oder Punktmessung sowie eine schnelle Bildfolge im Serienbild-Modus. Die auf der CF-Karte gespeicherten Bilddaten können sowohl automatisch wie auch in individuell mit den in der Kamera einstellbaren Speicherordnern abgespeichert werden. Die empfohlenen Verkaufspreise betragen für die Rollei d33 com 1.298 DM (im Handel seit Oktober 2001), für die Rollei d41 com 1.498 DM (im Handel seit Mitte November 2001).

SLR mit 6-Megapixel-CCD im 35 mm-Format

Contax N Digital von Kyocera

Im Februar 2002 wird Kyocera mit der Contax N Digital die erste digitale Spiegelreflexkamera mit einem 6-Megapixel-CCD im 35 mm-Format auf den Markt bringen.

Da es bei dieser Kamera zu keiner Veränderung des Bildwinkels der Brennweiten durch eine verkürzte Formatdiagonale kommt, läßt sich mit ihr mit allen Carl Zeiss N-Objektiven und über den Adapter NAM-1 auch mit denen der Contax 645 wie von der analogen Fotografie her gewohnt fotografieren. Der 24 x 36 mm große Bildwandler sorgt für eine Auflösung von effektiv genutzten 6,13 Millionen Bildpunkten.

Features der Contax N 1

Die neue Kamera basiert auf der zur photokina 2000 vorgestellten Contax N 1, ist ebenso praxisgerecht ausgestattet und verfügt auch über deren ganz spezielle Features wie AF/MF-Dual Focus System, 5-Punkt-Diagonal-AF-System und Fine Focus A.B.C. (Belichtungsreihe mit variabler Focussierung). Darüber hinaus hat auch das neue Modell eine kürzeste Verschlusszeit von 1/8000 s und eine X-Synchronisationszeit von 1/200 s und neben einer TTL-Mehrfeldmessung eine mittenbetonte Integral- und eine Spotmessung zu bieten.



Der LCD-Monitor auf der Rückseite hat dreierlei Funktionen. Er dient der Motivkontrolle, der Information über Aufnahmedaten sowie der Darstellung der grafischen Benutzeroberfläche.

Weitere Ausstattungsmerkmale sind eine TTL-gesteuerte Blitzautomatik, einstellbare Individual-Funktionen sowie ein großes Zubehörprogramm.

Exklusiver Tiefpaßfilter

Die Contax N Digital ist mit einer exklusiven Eigenentwicklung von Kyocera Crystal Technology ausgestattet: Das farblose kristalline optische Tiefpaßfilter, das spezifische Ortsfrequenzen unterdrückt, optimiert so die Farbwiedergabe. Kyocera ist es gelungen, diesen Tiefpaßfilter mit nur einem Sechstel der Dicke herkömmlicher Filter herzustellen.

Aufgezeichnet werden können die Bilddaten in fünf verschiedenen Formaten. Dazu zählen drei JPEG-Formate in verschiedenen Kompressionsstufen, das unkomprimierte RGB-TIFF-Format und ein Raw-Modus.

Bei der Weißabgleichseinstellung bietet die Kamera über den automatischen Farbtemperaturausgleich hinaus die Möglichkeit, den Weißabgleich auf ein bestimmtes Motivdetail mit einem Knopfdruck vorzunehmen. Zusätzlich können feste Voreinstellungen manuell gewählt werden.

Als Speichermedien für die Bilddateien lassen sich sowohl CompactFlash-Karten als auch IBM-Microdrive einsetzen.

Digitale Signale werden in der Spiegelreflexkamera mit Hochgeschwindigkeit verarbeitet. So sind Serienbelichtungen mit drei Bildern pro Sekunde



möglich. Wird die Kamera in Verbindung mit einem Laptop eingesetzt, ist die Aufnahme von Bilderserien mit hohen Bildfrequenzen auch unterwegs möglich. Die Übertragung der Bilddaten zum Computer erfolgt über eine schnelle FireWire-(IEEE1394)-Schnittstelle. Mit dieser können selbst Raw-Dateien einer 6-Megapixel-Aufnahme in einer Sekunde und dementsprechend auch größere Datenmengen problemlos und schnell übertragen werden.

Das Niedrigtemperatur-Poly-Silizium-TFT-Farb-LC-Display auf der Rückseite der Kamera mißt 4,5 cm und ist mit einer Auflösung von circa 200.000 Pixeln ausgestattet. Es dient der detaillierten Kontrolle der Bilder, der Information über Aufnahmedaten sowie der Darstellung der grafischen Benutzeroberfläche.

Belichtungskontrolle

Durch eine spezielle Aufnahmekontrollfunktion ermöglicht die Contax N Digital eine Belichtungskontrolle durch eine Histogramm-Darstellung auf dem LCD-Monitor und die Hervorhebung zu heller Bildbereiche sowie der Focussiersituation. Gleichzeitig werden die mit der Bilddatei gespeicherten Daten angezeigt.

Die Contax N Digital wird einen Preis von circa 8.900 Euro haben. höl

Tetenal ergänzt Papiersortiment um Software



Seit dem 15. Oktober hat die Tetenal Vertriebsgesellschaft mbH den europäischen Exklusiv-Vertrieb im Fotobereich für die Software-Produkte des amerikanischen Herstellers nik multimedia Inc. übernommen. Die digitalen Foto-Werkzeuge setzen als Plug-in auf die marktführenden Bildbearbeitungsprogramme Adobe PhotoShop, Corel PhotoPaint 8.0, Jasc Paint Shop Pro 5.0 oder Ulead Photo Impact und bieten eine Reihe professioneller PrePress-Tools zur Bildschärfung, -optimierung und -stilisierung.

Digitale Foto-Werkzeuge von nik multimedia

Das Tool nik Sharpener Pro! schärft Bilder und optimiert sie in bezug auf die jeweilige Druckgröße und -art, wobei verschiedene Filter für Offset-, Farblaser- und Inkjet-Druck zum Einsatz kommen. Es überzeugt insbesondere durch seine benutzerfreundliche Oberfläche und ein innovatives Schärfefahren: Anders als herkömmliche Filter basiert der nik Sharpener! nicht auf dem Prinzip des „Unschärf Maskieren“, sondern auf alternativen „Preset-Algorithmen“, die eine Eingabe abstrakter Parameter wie „Stärke“, „Radius“ oder „Schwellenwert“ überflüssig machen. Präzise Schärfresultate sind folglich auch ohne Spezialwissen erzielbar.

Bei nik Color Efex Pro! handelt es sich um eine Filtersoftware, die mit 55 Filtern außergewöhnliche Bildbearbeitungsmöglichkeiten bietet. Hierzu zählen unter anderen der Solarization Filter zur naturgetreuen Simulation

einer Dunkelkammer-Solarization, der Zweifarb-Filter BiColor Violet/Pink für spannungsgeladene, atmosphärisch

verändern oder während der Bearbeitung stoppen.

Burkhard Blum, Division Manager Europe, North America, Consumer Products, beschreibt die Vorteile der Ergänzung des Inkjet Papier-Programms um die Software-Komponenten wie folgt: „Diese Kombination aus innovativen, druckoptimierenden EBV-Tools und hochwertigen Inkjet-Papieren ist derzeit beispiellos am Markt. Sie bietet unseren Kunden einen exklusiven Zusatznutzen und den Tetenal-Fachhändlern eine lukrative Zusatzrendite.“

höl



Der nik Sharpener Pro! sorgt für optimal geschärfte Bilder.

dichte Bilderergebnisse, der Filter 32h (Orange) für typisch warme „Abendstimmungen“ oder der Sunshine quick Filter für originäre und originelle Sonnenlichteffekte.

nik efex! ist eine Sammlung von 126 universellen PhotoShop-Aktionen, die mit einem einzigen Mausklick hochaufgelöste 3 D-Text-, Rahmen-, Jahreszeiten- und Stil-Effekte von Text, Logos oder Zeichnungen erzeugen – freischwebend auf einer PhotoShop-Ebene oder automatisch freigestellt als CMYK-separierte EPS-Datei.

Die Software nik Type Efex! bietet sogar 216 Photoshop-Aktionen. Diese lassen sich uneingeschränkt kombinieren,

nik spectra jet edition

Für einen begrenzten Zeitraum bietet Tetenal die 50 Blatt A4-Packungen des High Glossy Paper Special 264 g sowie des Portrait Paper 240 g zusammen mit einer CD an, die die nik spectra jet edition enthält; hinter diesem Namen verbirgt sich eine Auswahl der nik Color Efex!-Filter sowie eine limitierte Version des nik Sharpener! Als zusätzlicher Bonus findet sich auf der CD ein Upgrade-Gutschein über 20 Euro, den sich registrierte Kunden beim Kauf einer Vollversion aus dem nik multimedia Sortiment gutschreiben lassen können.



Die Filtersoftware nik Color EfexPro! bietet die Funktionalität einer vollständigen „digitalen Dunkelkammer“.

**Schnappschuß-Kamera für die Online-Welt:
Fujifilm iX-1**

Unter der Bezeichnung iX-1 führt Fujifilm jetzt zum Preis von nur 89 Euro ein neues Modell ein, das eine VGA-Auflösung und damit eine Bildgröße von 640 x 480 Pixeln erzielt. Hiermit qualifiziert sich die Kamera für das Spiel mit Bildern in der Online-Welt. Mit



ihr können beispielsweise Bilder für die eigene Homepage geschossen der E-Mails um Bilder ergänzt werden. Die Kamera wiegt nur 94 Gramm und paßt mit Abmessungen, die geringer als die eines Schreibetuis sind, in jede Handtasche oder in ein Handschuhfach. Die iX-1 speichert auf ihrem internen 8 MB-Chip bis zu 26 Bilder. Für die schnelle Übertragung der Bilddaten verfügt sie über eine USB-Schnittstelle. Die kleine Digitalkamera läßt sich auch gut für Videokonferenzen einsetzen.

Zum Lieferumfang gehört ein solider Standfuß, mit dem die Kamera auf den PC-Monitor montiert werden kann, sowie die nötige Übertragungssoftware. Eine Videoclipfunktion ermöglicht die Speicherung von kurzen Bildfolgen. Darüber hinaus zählen zum Lieferumfang zwei Lithium-Batterien, USB-Kabel, Kameratasche und eine CD-ROM mit den nötigen Treibern. Die Fujifilm iX-1 ist seit November lieferbar.

Megapixel für Einsteiger von Toshiba

Rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft stellt Toshiba die 2,2-Megapixel-Digitalkamera Toshicam PDR-M 25 vor. Sie verfügt über ein 3fach optisches Zoom, das umgerechnet zum Kleinbildformat eine Brennweite von 38–114 mm bietet. Weitere Features sind Auflösungen von 1.792 x 1.200 Pixel und 896 x 600 Pixel, eine USB-Schnittstelle für die Datenübertragung und ein automatischer Blitz mit fünf verschiedenen Einstellungsmodi.

Darunter beispielsweise die Funktion „Rote-Augen-Reduktion“ und der „Available Light-Modus“.



Letztgenannter kombiniert eine lange Belichtungszeit mit einem Blitz, um so das Raumlicht einzufangen und die vorhandene Stimmung im Bild widerzuspiegeln. Im Lieferumfang der PDR-M 25 befindet sich unter anderem eine 8 MB Smart-Media-Karte und die

Bildbearbeitungssoftware Image Expert, die das Herunterladen, die Bearbeitung und das Drucken der Bilder ermöglicht.

Die Kamera ist seit November lieferbar und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 999 DM.

**Ihre Partner
für Foto und
Digital Imaging!****J. H. Annacker GmbH**

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

**Batavia
Multimedia AG**

94113 Tiefenbach, Niedernhart 1
☎ 0 85 46 / 9 19 - 0 • Fax 0 85 46 / 9 19 - 144

Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

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

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

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

Photo Universal

Kleiber GmbH & Co. KG

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

Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

26133 Oldenburg, Meerweg 30 - 32 • 26042 Oldenburg, Postf. 52 40
☎ 04 41 / 4 80 91 77 • Fax 04 41 / 48 09 183
e-mail: info@woeltje.de • www.woeltje.de

**Ihre Fachberater
für den
Einkauf in 2001**



Designstarke Archivierung von CDs oder DVDs

Hama hat eine neue Archivierungskollektion vorgestellt. Die designstarken „Arena“-Türme sind für CD- und DVD-Archivierung erhältlich. Außergewöhnlich ist vor allem die moderne, ästhetische Form der Ständer, die in den drei Farben Transparent, Transparent-Blau und Silber zu haben sind. Durch die Klarsichtbox ist ihr Design selbst verpackt zu erkennen, so präsentieren sich die Türme am Point-of-Sale auffallend und ansprechend. Die Archivierungslösungen sind bereits vollständig montiert, verschraubte Metallstreben sorgen für eine robuste Bauweise. „Arena“-CD-Ständer gibt es mit 30 und 50 Einschubfächern.

Leica Z2X und Leica C1 als Weihnachtsgeschenksets

Traditionsgemäß hat Leica zum Weihnachtsfest wieder Kameras als edle Geschenksets auf den Markt gebracht.



Zu haben sind die Leica Z2X und die Leica C1, die jeweils mit einer Leder Tasche angeboten werden. Die Leica Z2X ist eine Einstiegerkamera, die unter anderem über ein Zoomobjektiv Vario-Elmar 4–7,6/35–70 mm, Autofocus, Programmautomatik, automatische Blitzzuschaltung und automatische Filmtransport-Funktionen verfügt. Sie ist mit oder ohne Datenrückwand zu haben und wird inklusive Tasche aus Nappaleder geliefert. Die kompakte Kleinbildkamera Leica Z-1 ist mit einem Metallgehäuse, Dreifach-Zoom 4–10,4/38–105 mm, Autofocus, Programmautomatik, integriertem Multifunktionsblitz und verschiedenen manuellen Funktionen ausgestattet. Sie besitzt darüber hinaus standardmäßig eine Datenfunktion.

Sucherlupe M 1,25x für alle Leica M Kameras

Mit der Leica Sucherlupe M 1,25x bietet die Leica Camera AG ein neues Zubehör für alle Leica M Meßsucherkameras. Durch eine Vergrößerung des Sucherbildes um ein Viertel ermöglicht sie eine einfachere Bildgestaltung bei der Verwendung von Objektiven mit Brennweiten ab 50 mm. Gleichzeitig wird die Scharfstellgenauigkeit durch eine vergrößerte effektive Meßbasis verbessert. Die aus schwarz eloxiertem Aluminium bestehende Sucherlupe wird in das Kameraokular eingeschraubt. Korrektionslinsen zum Ausgleich von Sehschwächen können zusätzlich verwendet werden. Eine Kette dient zur Sicherung des Zubehörs.

Cullmann ergänzt die Serie der Alurahmen-Koffer

Cullmann hat mit dem Modell Nabucco 3 die Alurahmen-Kofferserie ergänzt, von der bereits zwei kleinere Modelle zu haben waren. Der kratz- und stoßfeste Koffer mit flexibler Innengestaltung eignet sich für Foto- und Videozubehör. Er hat einen Innenraum mit den Abmessungen 44,5 x 31 x 13,7 cm, der auch größere Ausrüstungen aufnimmt. Der vorgestanzte Schaumstoff und die variablen Fachtrennwände machen den Stauraum flexibel. Der Kofferdeckel ist rundum gepolstert. Ein ergonomisch geformter Griff und verstellbare Komfort-Tragegurte runden die Ausstattung ab.



Taschen mit Zeitgeist im Kaiser Sortiment

Bodybag und Digilog heißen zwei neue Taschenserien von Kaiser, die auf den Zeitgeist der modernen, mobilen Generation abgestimmt wurden. Bodybag Taschen zeichnen sich durch eine zweckmäßige Raumaufteilung mit zwei separaten Fächern, gepolsterten Raumteilern und diversen Netztaschen aus. Ein gepolsterter Tragegurt sorgt für hohen Tragekomfort. Eine abnehmbare Handytasche rundet die Ausstattung ab. Bodybag Taschen sind in den Farbkombinationen Schwarz/Silber und Schwarz/Kobalt zu haben. In den gleichen Farbkombinationen



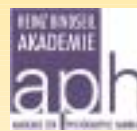
präsentierte Kaiser die kompakten Kamerataschen Digilog 2 und Digilog 3. Sie sind aus wasserabweisendem Nylonmaterial gefertigt und mit einem doppelten Reißverschluß, Gürtelschlaufe, abnehmbarem Tragegurt und zwei Netztaschen für Utensilien ausgestattet.



CentralVerband
Deutscher
Berufsfotographen



DEUTSCHER
FOTOGRAFEN-
VERBAND



12/2001

Inhalt:

Editorial

Seite 2

Impressum

Seite 2

News

Seite 3

Hochzeitsfotos in der Türkei:
Traumhafte Shootings

Seite 4

Literatur: Zehn Jahre
Internationaler Preis für
jungen Bildjournalismus

Seite 6

Digital oder analog?

**Liebe Kolleginnen,
liebe Kollegen,**

ob digital oder analog, ist schnurz piep egal. Wir Fotografen müssen uns langsam darauf besinnen, was wir eigentlich sind. Sind wir Fotografen, d. h. Zeichner mit Licht, oder nur noch Gefolgsleute von Industrie und Workshop-Vermarktern? Eine sicherlich recht provokante Frage. Aber wir können uns doch nicht zum Sklaven derer machen, die nur unser Bestes wollen, unser sowieso nicht reichlich vorhandenes Geld. Sollten wir, statt über digital oder analog zu diskutieren, uns nicht lieber um unsere Kunden bemühen und ihnen ein Produkt liefern, das sie haben möchten und das ihnen Freude macht – egal auf welche Art auch immer fotografiert. Und wenn der Kunde es gerne digital hätte, dann bitte nicht mit irgendwelchen „Mickey-Mouse-Kameras“; schließlich machen wir unsere analogen Aufnahmen auch nicht mit einer APS-Kamera. In beiden Bereichen ist Professionalität gefragt, sowohl beim Equipment und erst recht bei den Ergebnissen. Zum Glück bieten digitale Fachkameras heute ein faires Preis-/Leistungsverhältnis und sind



durchaus erschwinglich geworden. Und auch in den Fach- und Großlaboren werden Prints zu einem ordentlichen Preis in hervorragender Qualität gefertigt. Es gibt also kaum noch einen Hinderungsgrund, in Zukunft nicht digital zu fotografieren und die Möglichkeiten der digitalen Retusche und Verbesserung zu nutzen.

Mit der Entscheidung, nur noch digital, weiterhin nur analog, oder beides je nach Anforderung zu fotografieren, muß ich Euch leider auch weiterhin alleine lassen. Aber wer rechnen kann, wird über kurz oder lang selbst entscheiden, ob er digital oder analog arbeiten will. Die Kreativität und

Ansprüche an die Fotografie sowie die Wünsche der Kunden werden die Entscheidung sicherlich beeinflussen – Quo Vadis Fotografie?

Euer Rolf Hartenfels

Kommen die sicheren Ausweise?

Die Ereignisse vom 11. September in New York haben auch unsere Politiker in hektische Betriebsamkeit versetzt.

So war plötzlich in allen Zeitungen die Meldung von den „sicheren Pässen durch zusätzliche Erkennungsmerkmale“ zu lesen. Da war von Fingerabdrücken und codierten Daten, aber

auch von dreidimensionalen Paßfotos die Rede. Der CV hat auf die daraus entstandene Aufregung reagiert und per Fax bei der zuständigen Bundesdruckerei in Berlin nachgefragt. Von dort wurde folgende telefonische (beruhigende?) Auskunft erteilt: „Für die Fotografen ändert sich nichts, die Art der bisher gelieferten Fotos wird sich dadurch nicht ändern!“

Das ist gut so. Aber wie die Vergangenheit gezeigt hat, ist bei unseren Politikern aufgeschoben noch lange nicht aufgehoben. Deshalb der Tip: Schon mal erste Versuche mit 3D-Programmen machen, man weiß nie, wie schnell sie gebraucht werden. Schon heute ist es mit Windows-Programmen möglich, aus einer einzigen Frontal- und Profil-Ansicht ein komplettes, dreidimensionales Abbild einer Person zu erstellen. Sollten solche Vorgaben Pflicht werden, wäre dies das „Aus“ für alle heutigen Paßbild-Automaten und Polaroid-Schnellfoto-Anbieter und eine echte Chance für alle Berufsfotografen, endlich auch bei Paßbildern eine Alleinstellung zu haben – zumindest vorläufig.

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 040/357446-0, Telefax: 040/357446-50
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: Bundes-
innungsmeister Tom Pochert, DGPh; Rolf Hartenfels.

Grafik und Herstellung: Detlef Gruss; **Anzeigen:**
Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich); Ralf Gruna.
Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 28. **Vertrieb:** Karin
Engemann. **profi-contact** erscheint im **imaging+foto-**
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 über-
nommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und
Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

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

**Bitte schon jetzt vormerken:
zwei APPI Termine in 2002**

6. bis 10. Januar 2002:
Die 17. Winterwoche in Mayrhofen.

•
23. bis 25. Februar:
Jahreshauptversammlung in Trier.



Praxisnahe Freisprechungsfeier in Hessen-Rheinhessen

In diesem Jahr richtete die Firma Techlab in ihren Räumen in Groß-Umstadt die Freisprechungsfeier für die Fotografeninnung Hessen-Rheinhessen aus. Nach interessanten Vorträgen und Workshops zum Thema digitale Verarbeitungstechniken folgte der gemütliche Teil mit Übergabe der Gesellenbriefe. Als Prüfungsbeste wurden Frauke Becker, Anke Barthelmie und Sandra Mantel ausgezeichnet.



Fujifilm FinePix S1 Pro jetzt mit 1 GB Microdrive

Die digitale SLR-Kamera S1 wird jetzt



im Bundle mit einem Microdrive Speicher von 1 Gigabyte angeboten, der ergänzend zu SmartMedia- und CompactFlash-Karten eingesetzt werden kann. Der Preis für dieses Komplettpaket beträgt 4298 Euro.

Neue Köpfe von FLM

Statec bringt zwei CenterBall Köpfe ohne Schnellwechsel-System auf den Markt: den CB38FT-A0 (38 mm Kugel) und den CB58FT-A0 (58 mm Kugel). Beide Modelle sind mit Panoramabasis, Kugelfriction, 3/8" Plattenanschluß und 1/4"-3/8" Stativgewinde ausgestattet. Die Preise liegen bei 200 bzw. 270 Euro.



1.500 Gesichter für den Frieden fotografiert

Zu einer ganz besonderen Aktion haben die vier Azubis von Studio Michels in Darmstadt aufgerufen. Mit „Zeig uns Dein Gesicht!“ forderten die vier jungen Powerfrauen Passanten ihrer Heimatstadt auf, an der Fotoaktion „1.000 Gesichter für den Frieden“ teilzunehmen. Das Angebot wurde reichlich genutzt, und statt der geplanten 1.000 Personen wurden sogar 1.500



fotografiert. Sechs Stunden bedienten Beatrice Kaiser (18), Irina Purkhardt (18), Imelda Guess (24) und Monika Shokry (21), im Foto von links, ihre Kameras und suchten wahllos Passanten aus der Menge heraus – teilweise mit marktschreierischen Fähigkeiten. Die Bilder waren bereits am folgenden Tag auf einer Darmstädter Homepage zu sehen. Alles in allem war die Aktion, die ohne kommerziellen Hintergrund durchgeführt wurde, ein großer Erfolg, nicht nur für die Fotografie, sondern auch für den Ausbildungsbetrieb, Studio Michels.

Reinhard Wolf Preis 2002

Der Reinhard Wolf Preis wird ab 2002 in den BFF-Förderpreis integriert, d.h. beide Preise werden gemeinsam ausgeschrieben.

Unter den eingesandten Diplomarbeiten im Bereich Fotografie wird der Reinhard Wolf Preis 2002 für das beste Einzelfoto oder die beste Fotoserie zum Thema Architektur, Food oder Stillife vergeben. Einzelheiten zur Teilnahme unter www.bff.de.

Innungsmitglieder zu Gast in der Berufsschule Koblenz

Zwölf Azubis nahmen an einer lebhaften Diskussion über die Chancen des Berufs, die digitale Technik und die unterschiedliche Ausbildung in den Lehrbetrieben teil, die in der Berufs-



schule Koblenz stattfand. Geleitet wurde die Gesprächsrunde von Fachlehrer Gerd Michaelis (2. von links). Als Gäste der Innung Mittelrhein waren Obermeister Herbert Gauls (2. von rechts), Norbert Schneider (rechts) und Michael Jordan (links) vertreten, die den Azubis einen CV-Ordner überreichten.

Hochzeitsfotos in der Türkei



Traumhafte Shootings

Seit 13 Jahren gibt es den Club der Hochzeitsfotografen, der seinerzeit von dem Darmstädter Fotografen Jochen Michels initiiert wurde. Inzwischen ist aus dem lockeren Zusammenschluß einzelner Fotografen eine feste Institution geworden: die „2. Flitterwochen“. Diese „Flitterreisen“ führten die Brautpaare und Fotografen zu exotischen Zielen, an denen herausragende Hochzeitsfotos entstanden.

Diese einmaligen Eyecatcher, in den Folgejahren als Schaufensterwerbung eingesetzt, waren nicht selten Stadtgespräch und der Grundstock für viele neue Kundenkontakte. In diesem Jahr – dem 13. – führte die „2. Hochzeitsreise“ in die Türkei.

Daß in diesem Jahr nur vier Hochzeitspaare teilnahmen, lag mit Sicherheit nicht an der Zahl 13 (die 13. Hochzeitsreise). Vielmehr hatten das traumatische Geschehen vom 11. September in New York, der Anti-Terror-Krieg in Afghanistan, die Fälle von Milzbrand und vielleicht auch das moslemische Reiseland Türkei zu kurzfristigen Stornierungen etlicher Brautpaare und Fotografen geführt. Das war zwar schade, tat aber der Stimmung keinen Abbruch. Daß die Reise trotz der geringen Betei-

ligung ein voller Erfolg wurde, lag nicht zuletzt an der guten Organisation von Barbara Hohenwarter und Jochen Michels.

Reiseziel war die luxuriöse Clubanlage Aldiana bei Side an der türkischen Riviera. Hier wurde den Brautpaaren und Fotografen jeder Wunsch von den Augen abgelesen. Die 115.000 qm große Anlage in üppiger Natur bot reichlich Locations für individuelle Shootings. Aber nicht nur in der Hotelanlage wurde fotografiert, sondern

auch auf Ausflügen, die zum Wasserfall von Manavgat, zum antiken Amphitheater Aspendos, zum Hafen von Antalya und zur Tempelanlage nach Side führten. Überall dort fanden die Fotografen traumhafte, malerische Kulissen für eindrucksvolle Hochzeitsaufnahmen.

Mit von der Partie war die Firma California Sunbounce, deren professionelles Equipment für harmonisches Licht bei



Eigens für die Reisegruppe der Hochzeitsfotografen wurde der Show-Abend „Traumhochzeit“ veranstaltet, der auch bei den übrigen Hotelgästen auf großes Interesse stieß.

Fotos (5): Jürgen Günther



Foto: Martin Ebert

den teilweise recht schwierigen Outdoor-Verhältnissen sorgte. Nach anfänglichen „Berührungängsten“ wurden die Reflektoren und Sun-Swatter auf Herz und Nieren getestet. Die so erzielten und teilweise in diesem Bericht gezeigten Ergebnisse sprechen eine eindeutige Sprache.

Arbeit und Spaß – eine gute Mischung

Doch es wurde natürlich nicht nur fotografiert. Schließlich hatten die Brautpaare diese schöne Reise gewonnen und sollten sich auch erholen und amüsieren. Auf diesem Gebiet ließ das Angebot des Aldiana Side ebenfalls keinen Wunsch offen. Sei es bei den Sport- und Freizeitangeboten, bei den abendlichen Shows oder den 1001 Köstlichkeiten, die täglich aufgetischt wurden. Und daß der Spaßfaktor auch bei kleinen Gruppen sehr groß sein kann, zeigte die

Abschiedsfete, bei der alle Fotografen und Brautpaare auf der Tanzfläche waren. Zu den Highlights der Unterhaltung zählten sicherlich der Galaabend „Black and White“ sowie die Show-Veranstaltung „Traumhochzeit“, die eigens für den Club der Hochzeitsfotografen initiiert wurde. Bei beiden Ereignissen standen die Brautpaare mit ihrer Festkleidung im Mittelpunkt des Interesses. Daß dabei reichlich fotografiert wurde, versteht sich von selbst, und daß diese Aktionen das Interesse der anderen Hotelgäste auf sich zog, ist eine logische Schlußfolgerung – und eine unbezahlbare Werbung für die (Hochzeits-)Fotografie.

Wer mehr über diese gute Marketing- und Werbeidee erfahren und sich dem Club der Hochzeitsfotografen anschließen möchte, kann sich mit Jochen Michels, Telefon 06151/22322, in Verbindung setzen.



Foto: Gabi Höss



Foto: Jochen Michels



Foto: Martin Ebert

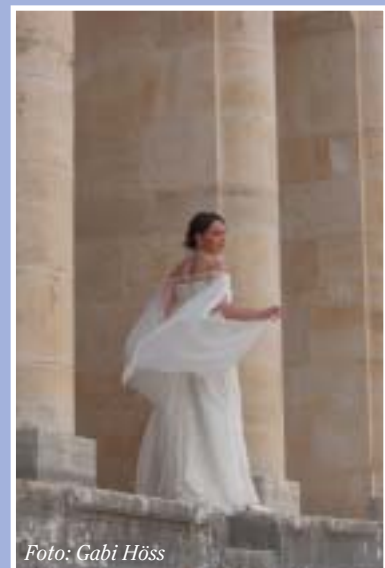


Foto: Gabi Höss

1991 bis 2001 – Zehn Jahre Internationaler Preis für jungen Bildjournalismus

Zehn Jahre nach der ersten Ausschreibung des Internationalen Preises für jungen Bildjournalismus im Jahre 1991 hat sich dieser im Kreise der bedeutenden Fotoauszeichnungen weltweit etabliert.

Ins Leben gerufen wurde er aufgrund der Tatsache, daß im Bildjournalismus immer mehr Plattformen der Veröffentlichung wegbrachen und wird nach wie vor getragen von Agfa und dem BildForum Herten, mit Unterstützung der Kulturabteilung Bayer.

Hunderte von jungen Bildjournalisten aus aller Welt stellen sich mit ihren Projekten immer wieder der Herausforderung eines internationalen Vergleichs, und so sind die fünf bislang erschienenen Kataloge ein Spiegel junger bildjournalistischer Fotografie der letzten Dekade. Katalog und Ausstellung, die jedes Mal entstehen, sind natürlich auch, neben den bedeutenden Geld- und Sachpreisen, Instrumente der Förderung von Talenten auf dem schwierigen Weg zu Anerkennung und Etablierung. Die Bedeutung kritischer, gesellschaftlich engagierter Bilder, die jenseits von Authentizität auch eine



Botschaft vermitteln, für die der Fotograf natürlich auch persönlich Verantwortung trägt, stellt an eine Fotografgeneration im 21. Jahrhundert ganz besonders hohe ethische und gesellschaftliche Anforderungen.

Dabei distanziert sich der engagierte Bildjournalist mit seiner Arbeit von dem banalen Bilderstrom unserer Tage. Aber das stille Bild ist nach wie vor kein anachronistisches Relikt aus grauer Vorzeit. Längst ist die Diskussion um die analoge oder digitale Entstehung der Bilder in die Erkenntnis gemündet, daß Qualität und Inhalt einziger Maßstab der Beurteilung sein können. Dies ist die Chance des Bildjournalismus, daß er im unablässig fließenden Bilderstrom unserer Tage

die Bilder schaffen kann, die in der Verdichtung als Synonyme von Ereignissen und menschlichen Situationen in unserem Gedächtnis bleiben. Jungen Talenten zu helfen, materiell und ideell, sie zu bestärken, sich auf ihrem Weg weiterzuentwickeln jenseits der Katastrophenfotografie, ist das Ziel des Preises für jungen Bildjournalismus.

Anlässlich des zehnjährigen Bestehens des Internationalen Preises für jungen Bildjournalismus ist unter dem Titel „Das Jahrzehnt“ ein Katalog erschienen, der die Werke der Gewinner aus den Jahren 1991, 1993, 1995, 1997, 1999 und 2001 präsentiert. Erhältlich ist der Katalog (ISBN 3-926318-08-2, Edition Braus, Heidelberg) bei: Das Bildforum, Resser Weg 1, 45699 Herten.



(1) Tao Lytzen: Öl wird vom Strand abgetragen. (2) Joachim Ladefoged 1999: Qafa E Prushit/Albanien 6.4.99 – Eine alte Frau wird von Angehörigen auf den letzten 200 m zur Grenze gestützt. (3) Ricky John Molloy: Schiffsarbeiter.

Pentax stellt 645 N II als Nachfolger der 645 N vor

Anwenderorientierte Weiterentwicklungen

Als Nachfolgemodell der innovativen Mittelformat-Autofocus-Spiegelreflexkamera 645 N hat Pentax die 645 N II vorgestellt. Das neue Modell unterscheidet sich insbesondere durch eine verbesserte Praxistauglichkeit und erweiterte Funktionen von seinem Vorgänger.

Die Produktveränderungen sind das Ergebnis von Erfahrungen, Kommentaren, Kritikpunkten und Verbesserungsvorschlägen, die von erfahrenen Mittelformatfotografen stammen. Zu den Verbesserungen zählt beispielsweise die Möglichkeit der Selbstauslösung nach zwei Sekunden bei Spiegelvorauslösung, um Verwacklungen zu vermeiden. Die Belichtungsreihenautomatik läßt sich jetzt von 2/3-Lichtwert-Schritten auf 1/3-Lichtwert-Schritte umschalten. Dies erhöht die Präzision der Belichtung. Der Belichtungsmesser ist auf fünf, zehn, 20 und 30 Sekunden aktivierbar. Per Knopfdruck läßt sich der ermittelte Belichtungswert des jeweiligen Objektes speichern. So kann der Benutzer sein Hauptaugenmerk auf die wichtigsten Bildelemente richten, ohne die Belichtungswerte zu verändern.

Diverse Aufnahmedaten wie AF-Mode, Filmempfindlichkeit und Filmnummer können auf dem Film einbelichtet werden – natürlich außerhalb des Bildbereiches. Das moderne Autofocussystem der Pentax 645 N II arbeitet mit einem TTL-Drei-Feld-Phasenvergleichsverfahren, das auf Spotmessung umstellbar ist. Dabei stehen die Focusfunktionen kontinuierlich, single und manuell zur Verfügung.

Eine weitere Verbesserung gegenüber



der Pentax 645 N stellt das Aluminiumgehäuse der Pentax 645 N II dar. Außerdem wird die Kamera von einer Fiberglas-Kohlenstoff-Ummantelung

geschützt. Dies führt dazu, daß sie selbst extreme Erschütterungen gut übersteht.

Die Belichtungsbetriebsarten der Kamera beinhalten Programm-, Blenden- und Zeitautomatik sowie Nachführmessung, Langzeitbelichtung und TTL-Blitzautomatik. Dabei läßt die Kamera die Verwendung von Pentax Automatik-Systemblitzgeräten problemlos zu.

Weitere Ausstattungsmerkmale sind die doppelte Sechsfeld-TTL-Messung, die durch zwei Sensoren besonders exakte Meßergebnisse liefert, und die Sucheranzeige (Über- oder Unterbelichtungsanzeige bei manueller Belichtungseinstellung und Belichtungsmeßwert-Speicheranzeige).

Die Pentax 645 N II läßt sich mit allen Objektiven der 645 N-Serie koppeln. Sie hat die Abmessungen 147 x 109 x 117 mm und wiegt 1.280 Gramm.

Die Kamera soll dem Handel noch in diesem Jahr zur Verfügung stehen. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet zirka 2.400 Euro.

Zwei weitere Objektive für das Pentax 67 System

Pentax baut das professionelle 67 Mittelformatsystem weiter aus. Ganz neu im Sortiment sind zwei Objektive: das Pentax SMC 67 5,6/90–180 mm und das Pentax SMC 67 2,8/75 mm AL. Das Pentax SMC 67 2,8/75 mm AL zeichnet sich unter anderem durch seine kompakten Abmessungen (92,5 x 66 mm) und sein für dieses Aufnahmeformat geringes Gewicht (560 Gramm) aus. Die kürzeste Aufnahmedistanz ist 41 Zentimeter. Die hybride Linsenkonstruktion enthält sieben Elemente in fünf Baugruppen, darunter ein asphärisches Linsenelement. Im Lieferumfang enthalten ist eine Gegenlichtblende, die sich platzsparend umgekehrt am Objektiv befestigen läßt, wenn dieses nicht gebraucht wird. Beim



Pentax SMC 67 5,6/90–180 mm handelt es sich um ein vielseitig verwendbares Zoomobjektiv, das mit seinem Brennweitenbereich von 90 bis 180 mm den gängigsten Motivsituationen des Mittelformats gewachsen ist. Der Mindestabstand zum Motiv beträgt bei diesem Objektiv 120 Zentimeter. Dank Pentax' Multi-Coating-Technologie liefert das Objektiv Bilder mit hervorragender Schärfe und Brillanz. Das Pentax SMC 67 5,6/90–180 mm hat die Abmessungen 135 x 103 mm. Es wiegt 1160 Gramm.



Superweitwinkel-Zoom mit hoher Lichtstärke

Sigma hat das Superweitwinkel-Zoom 2,8/20–40 mm EX DG Aspherical vorgestellt. Herausragende Kennzeichen dieses Objektivs, das auch hervorragend mit Digitalkameras verwendet werden kann, sind neben dem Brennweitenbereich die große Anfangsöffnung 1:2,8, die Naheinstellgrenze von 30 Zentimetern über den gesamten Zoombereich und der größte Abbildungsmaßstab von 1:4,6. Zur außergewöhnlich hohen Abbildungsleistung tragen asphärische Linsen in der vorderen und hinteren Linsengruppe bei. Sie minimieren die Verzeichnung, indem sie Astigmatismus und asphärische Abberation korrigieren. Der DF



(Dual Focus) Mechanismus erleichtert die Handhabung des Objektivs während der automatischen Scharfstellung. Zum Lieferumfang gehört eine tulpenförmige Streulichtblende, die Streulicht wirksam abhält.

ideedesign präsentiert neue Schnellkupplung

Q-top nennt sich ein neues Schnellkupplungssystem, das von der ideedesign GmbH (Matterhornstr. 92, 14129 Berlin) „unter konsequentem



PLL-Laserlab jetzt mit integriertem XY-Cutter lieferbar

Das PLL-Laserlab 50x75 von Techlab beleuchtet digitale Bild- und Textdateien im „Continuous Tone“-Verfahren auf Bildformate bis zu 50 x 75 cm in zehn Sekunden und ist jetzt neu auch mit integriertem XY-Cutter lieferbar. Die Verbindung zwischen Laserlab und Cutter wird über eine Papierrutsche gebildet. Alle belichteten Printbögen werden über diese Rutsche zum Cutter befördert und anhand einer aufbelichteten Schnitt-

markierung automatisch in XY-Richtung geschnitten. Anschließend fallen sie in einen Orderschacht. Formate, die größer als 20 x 30 cm sind und nur in X-Richtung (oder gar nicht) geschnitten werden sollen, fallen in einen separaten Auffangkorb. Bereits installierte PLL-Laserlabs 50x75 können einfach mit der XY-Cutting Station nachgerüstet werden. Die komplette Station ist auf einem Roll-Rack montiert und deshalb leicht zu bewegen.

Verzicht von traditionellen Denkanstätzen“ entwickelt wurde und eine vollkommen neue Lösung darstellt. Anders als konventionelle eckige Schnellkupplungs-Wechselplatten, die nur in einer vorgegebenen Position mit ihrer Basis verbunden werden können, kann die Q-top Platte aufgrund ihrer runden Form in jeder Drehposition mit ihrer



Basis gekoppelt werden. Und dies, ohne daß sich die Platte versehentlich dreht. Da Platte und Basis gleich geformt sind, können sie schnell, allein durch Tasten, miteinander verbunden werden – so kann sich der Fotograf ohne Ablenkung auf sein Motiv konzentrieren. Befestigen und Lösen der Platte erfolgen per einfachem Knopfdruck. Um Stabilität,

Zuverlässigkeit und Leichtigkeit zu erzielen, ist das Q-top aus einem festen Block von ultra-hochreißfestem Flugzeugaluminium hergestellt. Computerrisierte Herstellung soll dabei präzise und verwacklungsfreie Positionierung und verwacklungsfreies Arbeiten garantieren. Ein laut Hersteller einzigartiger Mechanismus mit Rotations-Verschlußintervallen im Abstand von 30° verleiht dem Gerät die zusätzliche Eigenschaft eines Panorama-Dreh-



kopfes. Die Wechselplatte der Q-top Schnellkupplung hat die Abmessungen 44 x 8 mm. Sie wiegt 15 Gramm. Die Basis hat die Abmessungen 45 x 20 mm und wiegt 95 Gramm.

- **Ständig neue Nachrichten**
- **Kostenlose Kleinanzeigen**
- **Downloads**
- **Heftarchiv**
- **der grosse foto-katalog**
- **Produktdatenbank**

www.cat-verlag.de

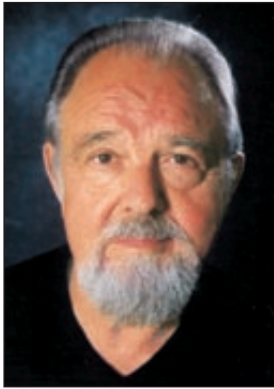


www.cat-verlag.de • www.foto-contact.de

www.worldofphoto.de • www.pos-mail.de

www.prepressworld.de

www.worldofprint.de • www.worldofprint.com



Horst Dieter Lehmann

Friedliche Weihnachten

Noch vor einigen Monaten wäre die Überschrift beinahe belanglos gewesen. Doch wie schnell haben sich die Zeiten geändert! „Fröhliche Weihnachten!“ wünschten wir uns immer in den letzten fünfzig Jahren. Wir sollten es – trotz allem – auch in diesem Jahr noch tun, wenn auch mit Vorbehalt.

Weihnachten ist in erster Linie ein christliches Fest, nämlich DAS Fest überhaupt. Darüber hinaus, und das sollten wir nie vergessen, aber ein Fest der Freude, der Erwartung, des Hoffens und Wünschens – und des Friedens!

Selbstverständlich ist es ein Fest für die Kinder. Wir freuen uns, wenn ihnen die Geschenke gefallen, erwarten fröhliche Gesichter, wünschen ihnen eine friedliche Zukunft.

Denken wir dann an die Geschenke, werden wir allerdings gleich wieder auch ein wenig nachdenklich. Der Weihnachtsmann oder das Christkind bringen sie zwar, aber wer muß sie bezahlen?! Solange wir es können, ist es gut, und alle Jahre wieder nehmen wir uns für das nächste Jahr vor, den Konsum ein wenig zu drosseln, aber wie schnell vergeht ein Jahr.

Von unseren Kunden allerdings erwarten wir etwas anderes: Sie sollten ihre noch vorhandenen Vorräte an DM möglichst reichhaltig in unsere noch auf DM eingestellten Kassen deponieren. So wünscht sich der Kaufmann zum Jahres- und „DM-Ende“ noch einmal eine „klingelnde Weihnacht“. Viele Kameras und Filme mögen über den Ladentisch rauschen, egal welcher Art und welchen Fabrikates, umsatzfördernd und vor allem gewinnbringend!

Der Porträtist sollte die letzten Bilder zum Fest am Heiligabend noch ausliefern, um dann, völlig erschöpft, mit einem Sack voll schnöden Mammons unter dem Weihnachtsbaum zusammenzubereiten. Er kann gewiß sein – in diesem Jahr und für einige Zeit wird es der letzte kaum zu tragende Umsatz sein. Die umsatzschwächeren Monate kommen, und die müssen wir wie immer – ertragen.

Vorherst aber hoffen wir, daß sich das Porträtgeschäft so gut entwickelt wie im letzten Jahr. Vielleicht denkt ja doch der eine oder andere daran, mit der letzten DM etwas Gutes für die Nachwelt zu tun, nämlich sich ihr auf einem Bildwerk zu erhalten!

Neben vielen wenig erfreulichen Meldungen gab es einige gute, die auch uns Fotografen zugute kommen könnten: Es wird wieder mehr geheiratet. Sowohl die Standesämter als auch die Kirchen spürten einen Auftrieb zum Jahresende, einer an sich ungewöhnlichen Zeit. Dies wurde aber darauf zurückgeführt, daß die Menschen durch die tragischen Umstände wieder instinktiv ein wenig mehr zusammenrücken und Geborgenheit suchen.

Der Fotofachmann wünscht sich jetzt, daß seine Professionalität gefragt ist. Immer wieder – und aus schlechtem Grund – sei aber gesagt, daß er sein Können ständig steigern, aber

nicht verramschen sollte, z. B. in Aktionen, die Vorteile bringen können, aber nicht unbedingt müssen.

So startete ein tüchtiger Kollege in den Neuen Bundesländern zum vergangenen Weihnachtsfest eine Aktion mit Familienaufnahmen. Wie es bei Aktionen so üblich ist, zu einem geringen Anfangspreis. Man hofft ja auf gewinnbringende Nachbestellungen!

Hier passierte nun aber ganz etwas anderes: Die Familienaufnahme wurde zwar stark vervielfältigt, vergrößert und allseits beachtet –, aber als Wahlplakat für das Amt des Oberbürgermeisters! Als der Kollege dann eine Honorarnachforderung stellte, wurde er sogar von der örtlichen Presse nicht gerade liebevoll behandelt. Wir Kollegen haben wohl alle aus unserer Praxis ähnliche Fälle zu beklagen, und es wird gewiß durch die neuen Möglichkeiten nicht besser, ja beinahe aussichtslos, will man gegen derartige Ausnutzung unserer Arbeit angehen.

Eine Aktion ganz anderer Art wurde an der Marktkirche in Hannover gestartet, und sie zeigte bereits etliche Erfolge. Zur abendlichen Stunde erscheinen in großen Lettern Leuchtschriften am Kirchturm. Am eindrucksvollsten: Alles hat seine Zeit, Advent ist im Dezember – eine Aktion der Landeskirche gegen den verfrühten Einsatz weihnachtlicher Konsumgüter.

Beim Anblick der Schrift am Kirchturm kamen aber auch Erinnerungen. Vor vielen Jahren, als ein Diaabend noch eine gern im Familien- und Freundeskreis erlebte Abwechslung war, das Fernsehen und die „Eigenfabrikationen“ mit Dias und Videofilmen noch nicht eine Übersättigung an den Werken anderer verursachten, ging ein Diaabend über die Leinwand, der am Kirchturm endete. Geschehen im Elternhaus des Autors dieses Beitrags neben der Kirche am Berg- rand.

Zum Ende der Vorstellung tauchte die Frage auf, wie weit wohl die Projektion reichen würde. Angepeilt wurde der schwach beleuchtete Kirchturm. Das war einen Versuch wert! So erschienen dann neben Alpenglühn und Steinböcken im Felsgestein auch ein paar Badenixen im Bodensee. Nachdem der Kirchenvorstand sein erstes Erschrecken, aber auch Hochachtung für die Darbietung kundgetan hatte, verzichteten wir auf weitere Vorstellungen dieser Art. Nun wußten wir ja auch, welche Möglichkeiten die Fotografie bietet, welche Welten sich auftun können – was ja dann auch in den folgenden Jahrzehnten geschah, deren Ende noch gar nicht absehbar ist.

Eines steht aber fest, wenn auch nicht jeder darüber glücklich sein wird: Das Ende der DM ist gekommen. Was der Euro und die Zukunft bringen werden, bleibt abzuwarten.

Wenn das Jahr 2001 zu Ende geht, dann war es ein Jahr, an das wir uns nicht allzu gern erinnern werden. In der ganz großen Welt brachen Werte zusammen, die sich in Alpträumen kaum jemand vorstellen konnte. In der Fotowelt wie in der Wirtschaft stürzte einiges zusammen. Ein Weihnachtsfest läßt aber immer wieder hoffen auf eine Zukunft in Frieden für uns alle!

Preisträger SLR als Sondermodell

Minolta Dynax 7 Limited



Seit der Einführung der Dynax 7 im September 2000 genießt die Kleinbild Spiegelreflexkamera von Minolta den Ruf, klare und übersichtliche Bedienungselemente mit einer menügesteuerten Bedienerführung und einer professionellen Ausstattung zu verbinden. Nun erscheint die mehrfach ausgezeichnete Kamera als Sondermodell Dynax 7 Limited mit attraktiven Ausstattungsmerkmalen und zusätzlichen Features.

So wurde das Kameragehäuse des Sondermodells in einem strukturierten

mattschwarzen Design mit goldener Aufschrift und metallüberzogenen Einstellrädern gestaltet. Weitere exklusive Ausstattungsmerkmale sind ein konturierter AF-Meßfeld-Umschalter, eine 8-Wege Schaltwippe und eine vergrößerte AF/MF-Taste, die eine schnelle Umschaltung zwischen manueller und automatischer Scharfeinstellung gewährleistet. Auch die Speicherkapazität für fototechnische Daten wurde mehr als verdoppelt, so daß die maximale Kapazität bei 18 Filmen mit je 36 Aufnahmen liegt. Zu jeder Aufnahme können unter anderem Datum, Uhrzeit, Belichtungs- und Meßmethode, Brennweite sowie angewandte Korrekturen festgehalten werden.

Dem bewährten Navigationsdisplay wurden für die Sonderauflage Start- und Endbildschirme, die beispielsweise anzeigen, wann der Film erstmals eingelegt worden ist, wann die Kamera zuletzt benutzt wurde, die gegenwärtig verwendete Filmempfindlichkeit bzw. die Anzahl der Aufnahmen und Filme des Tages, hinzugefügt.

Bewährte Ausstattung

Neben den genannten Features des Sondermodells verfügt die Dynax 7 Limited über die bewährten Ausstattungsmerkmale der Dynax 7. Dazu zählen der schnelle High-Speed-Autofocus mit einem AF-Meßfeld bestehend aus neun Einzelsensoren und Dual-Kreuzsensor in der Mitte, die DMF-Funktion (Direct Manual Focus), die einen direkten manuellen Eingriff in die automatische Scharfstellung ermöglicht, oder Features wie eine Verschlusszeit von 1/8000 s und eine Filmtransportgeschwindigkeit von bis zu vier Bildern pro Sekunde. Die ADI (Advanced Distance Integration)-Blitzsteuerung sorgt unabhängig vom Motiv oder Umgebungslicht für eine korrekte Belichtung. Weitere wichtige Ausstattungsmerkmale sind eine Belichtungskorrektur in 1/2 oder 1/3 Stufen, ein bildstandsgenauer Filmtransport, der es ermöglicht, einen teilbelichteten Film erneut in die Kamera einzulegen, und 35 Custom-Funktionen für die Programmierung persönlicher Wünsche des jeweiligen Fotografen.

Die Dynax 7 Limited ist seit Ende November lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1.999 DM. höl



Minolta Dimage Scan Elite II

Mit dem Dimage Scan Elite II präsentiert Minolta einen neuen Filmscanner für 35 mm und das Advanced Photo System. Als Nachfolger des Dimage Scan Elite bietet er verbesserte Funktionen, höhere Effizienz, einfachere Bedienung und einen günstigeren Preis. Die 2.820 dpi Scans des Produktes

werden von einer ausgereiften Software unterstützt. Der Scanner verfügt über viele Eigenschaften des Dimage Scan Multi PROs und bietet in seiner Klasse eine führende 16 Bit A/D-Wandlung (pro Kanal R/G/B) und einen großen Dichteumfang von 4,8. So werden nicht nur die Mitteltöne in feinen Details wiedergegeben, sondern auch die Schatten und Lichter. Für eine schnelle Datenübertragung bietet er sowohl eine USB- als auch eine IEEE 1394 (FireWire)-Schnittstelle. Mangelhafte Vorlagen lassen sich dank Applied Science Fictions Digital ICE einfach korrigieren. Es entfernt Staub und Kratzer der Scans, reproduziert die ursprüngliche Farbe und verringert die Körnigkeit. Minoltas benutzerfreundliche Treibersoftware optimiert den Scanvorgang und bietet vielseitige Bildkorrekturmöglichkeiten. Für Einsteiger stellt die Minolta Easy Scan Utility schnelle und einfache Scaneinstellungen zur Verfügung. Ein Photoshop Plug-in für Macintosh und die Twain Treibersoftware für Windows erlauben die direkte Übertragung in das mitgelieferte Adobe Photoshop Elements.



Ulrich Vielmuth

Ab ins Internet...

Gerade rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft hat Sony noch die Kurve gekriegt. Seit letzten Monat ist das neue Multitalent namens IP 7 auf dem Markt – wahrlich ein evolutionärer Camcorder der Zukunft. Grund genug, nach einer Kurzbetrachtung im letzten Heft die Sensation der IFA einmal etwas näher zu beleuchten. Übrigens steht die Kurzbezeichnung

IP für „Internet Protokoll“, also den Internet-Zugang vom Camcorder aus. Denn das Internet ist schon längst Synonym für eine komfortable weltweite Kommunikation geworden. Und so ist es für den Marktführer und (meistens) Trendsetter Sony sonnenklar, ganz zeitgemäß einen internetfähigen Mini-Camcorder als reinrassige Multimedia-Maschine anzubieten, zum UVP von 4600,- Mark. Also Sonys neueste Creation sozusagen als Future-Cam?

Anders ist auch die Aufzeichnungsweise. Nicht wie üblich bei DV wird der Digital Video-Standard genutzt, sondern es wird komprimiert nach dem MPEG-2-Verfahren. Hitachi mit seinem neuen Camcorder übrigens tut's ja auch, aber – im Gegensatz zu Sony – schon auf DVD-Scheibe. Und muß deshalb einen vergleichsweise großen Camcorder um die Silberscheibe bauen. Aber auch Sony ist sich der Vorteile des Speichermediums „Disc“ bewußt. Mit den existierenden Disc-Speichermedien jedoch wäre es unmöglich gewesen, ein so kleines Format wie MicroMV zu entwickeln. Markus Nierhaus von Sony: „Nach all unseren Erfahrungen wünschen Camcorder-Benutzer eine lange Aufnahmekapazität und eine lange Batterielaufzeit. Als bestes Medium hierfür hat sich das Band herauskristallisiert. Für die Zukunft sieht Sony jedoch durchaus die Möglichkeit, die Disc als Speichermedium einzusetzen, wenn sich dadurch viele Vorteile für den Verbraucher ergeben.“

Als ich auf der IFA das kleine Spielzeug mit dem Prädikat „kleinster Camcorder der Welt“ zum ersten Mal in Augenschein und in die Hand nehmen konnte, hatte ich doch einen gewissen Erklärungsbedarf, mußte mir erst einmal den tieferen Sinn für solch ein neues Videoformat im Micro-Bereich näher erläutern lassen.

So ist Sony-Presseman Markus Nierhaus, zuständig für Consumer Products PR, recht optimistisch, wenn er auf die Frage antwortet, warum noch ein neues Videosystem auf den Markt gekommen ist: „Sony hat schon immer eine führende Rolle bei der Entwicklung von neuen Technologien eingenommen. Der Trend im Bereich digitaler Camcorder geht eindeutig in Richtung kleiner und dennoch leistungsfähiger Geräte. Nach sorgfältiger Prüfung aller bereits existierenden Systeme ist Sony zu der Entscheidung gekommen, ein neues Bandformat zu entwickeln, um digitale Camcorder in der Größe der neuen DCR-IP5/DCR-IP7 überhaupt bauen zu können. Durch das verwendete komprimierte MPEG-2-Aufnahmeverfahren ist trotz der geringen Größe des neuen Bandes dennoch eine Aufnahmezeit von 60 Minuten möglich.

Mit MicroMV richtet sich Sony an eine PC-affine Zielgruppe, an sogenannte Trendsetter und auch an Menschen, die mobil sind und überall und jederzeit Videografieren möchten. Die DCR-IP7 bietet zusätzlich über Bluetooth die Möglichkeit, Fotos oder kurze Video-Sequenzen per Bluetooth-fähigem Handy zu versenden.“ Zur Erklärung: Mit dem Bluetooth-Funknetzwerk kann drahtlos bis zu einer Entfernung von zehn Metern eine hochfrequente Verbindung zu anderen Geräten (z. B. auch zum PC) hergestellt werden.

Frei übersetzt kann das also nur heißen, wenn man der Vision von Sony folgt: Leute aufgepaßt, es heißt bald Abschied nehmen vom klassischen Camcorder, der ja nur in der Lage ist, noch nebenbei Stehbilder zu fabrizieren.

Und so zeigt sich der neue DCR IP7 als ein Camcorder, der zum Web-Terminal mutiert ist. Denn unabhängig vom PC kann durch die Bluetooth-Schnittstelle eine Verbindung ins Internet hergestellt werden.

Was geschieht denn nun eigentlich mit dem Digital 8-Format? Markus Nierhaus:

„Digital 8 ist ein Format, welches auch in Zukunft existieren wird. Es richtet sich an diejenigen, die hohe digitale Video- und Audio-Qualität zu einem günstigen Preis haben möchten. Digital 8 bietet zudem die Möglichkeit der 8 mm-Kompatibilität und eignet sich ideal als Einstieg in das digitale Videografieren.“

Wie gestaltet sich nun eigentlich die Nachbearbeitung beim neuen MicroMV-Format? Eine zentrale Frage, weil der Schnitt am PC „in“ ist und eine praktikable Nachbearbeitung zur Etablierung des Systems eminent wichtig ist. Weil nun aber MPEG-2-Signale und nicht, wie gewohnt, DV-Signale per Firewire in den PC überspielt werden. Da müssen also künftig die Schnittsysteme umlernen, damit sie die neuartigen Signale verstehen können.

MPEG-2

MPEG ist die Abkürzung für Motion Picture Expert Group, einer internationalen Expertengruppe, die gegründet wurde, um die Standards für digitale Audio- und Videokompression festzulegen. MPEG-2 ist ein modernes Hochleistungs-Kompressionsverfahren und arbeitet mit einer Auflösung von 720 x 480 Pixeln. Die Datenrate ist variabel, je nach Bildinhalt: weniger bei ruhigen Aufnahmeinhalten, mehr bei schnellen Bewegungen im Bild. Das MPEG-2-System wird auch im digitalen Fernsehen (DVB) und Rundfunk (DAB) eingesetzt. Die MPEG-2-Kompression ermöglicht die digitale Aufzeichnung von Bildinformationen mit sehr hoher Auflösung bei vergleichsweise geringer Datenrate. Dabei werden die einzelnen Einstellungen jeweils in Bildgruppen aufgeteilt und zusammengefaßt. Auf diese Weise muß nicht jedes Einzelbild (Frame) mit seinen zahlreichen Einzeldaten komplett gespeichert werden. Denn bei MPEG-2 werden nur die Unterschiede zwischen den aufeinanderfolgenden einzelnen Bildinhalten gespeichert. Im Gegensatz zum Digital Video-Format wird so mit halber Datenrate (12 Megabit pro Sekunde) eine hohe Bildqualität erreicht, die mit dem Mini-DV-Format vergleichbar ist. MPEG-2 gilt schon seit einiger Zeit auch in Kreisen der Fernsehschaffenden als Format der Zukunft.

DM-Scheine und -Münzen in Pappboxen entsorgen

Mit der Einführung des Euros wird ein Großteil des Geldumtausches in der Doppelwährungsphase zu Beginn des kommenden Jahres über den Handel laufen. Denn während die Kunden in dieser Zeit noch mit ihren alten DM-Scheinen und -Münzen bezahlen können, wird der Handel das Wechselgeld in Euro ausbezahlen. Die regulären Kassen werden in den meisten Geschäften mit den neuen Münzen und Scheinen belegt sein. Eine preiswerte Möglichkeit, um das drohende Münz-Chaos zu verhindern, hat die Nips Ordnungssysteme GmbH, Regensburg, entwickelt: zwei Geldboxen aus Wellkarton für den Einsatz während der Doppelwährungsphase.

Die Geldbox B besitzt einen großen Schlitz, durch den Münzen oder Scheine unsortiert eingeworfen werden können. Sollen die Münzen direkt an der



Kasse sortiert werden, kann die Geldbox A mit acht Geldwaagen geeigneten, gleich großen und einzeln herausnehmbaren Einsätzen aus Wellkarton zum Einsatz kommen. Ein stabiler Deckel schützt die Münzen jeweils beim Transport. Beide Geldboxen sind so stabil gefertigt, daß sie auch gefüllt mit „alten“ Münzen problemlos getragen werden können.

Die Boxen werden flach verpackt geliefert und nehmen so bis zum Einsatz nur wenig Platz in Anspruch. Dank der einfachen Bauanleitung können die Karton-Kassen-Boxen schnell zusammengebaut werden. Nach der Doppelwährungsphase können die Geldboxen zusammen mit dem Altpapier entsorgt werden.



Noritsu Roadshow in sieben Städten

In sieben Städten zwischen Hamburg, Leipzig, München und Neuss machte die Noritsu Roadshow im Oktober halt. Im Mittelpunkt der Produktdemonstrationen standen die neuen digitalen Minilabs QSS-2611/12, QSS-3001 und QSS-2901. Darüber hinaus konnten sich die Besucher über die verschiedenen Konzepte des Unternehmens für Minilabbetreiber und solche, die es werden wollen, Finanzierungsmöglichkeiten, Aktionspreise, Inzahlungnahmen und den Minilabmarkt im allgemeinen informieren.



Techlab vertreibt Phase One Produkte

Die Techlab Photoequipment GmbH hat den Vertrieb der gesamten Phase One Produktpalette für die Bundesländer Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz übernommen. Der High-Tech-Ausstatter für Digital-



studios und Labore wendet sich mit der universellen Single Shot Lösung Light Phase vor allem an Mode-, Porträt- und Werbestudios,

Erträge steigern wollen. Das neu lieferbare 16 Megapixel CCD Chip Rückteil Phase One H20 richtet sich an Fotografen, die extrem große Bilddateien (48 MB bei 8 Bit RGB) für Large Format-, Plakat- und Posterdruck benötigen oder genügend Datenreserve für vollformatige Bildausschnitte wünschen.

Fujifilm setzt weiterhin die „grünen Augen“ ein

Fujifilm setzt die erfolgreiche „Grüne Augen“-Kampagne, die zur CeBIT 2000 gestartet worden war, für den Bereich Digital Imaging auch im vierten Quartal fort. Die Markteinführung aller neuen Digitalkameras, die in den vergangenen Wochen vorgestellt wurden, wird mit entsprechenden Anzeigenmotiven in Zeitschriften begleitet.

Mit Tassen und T-Shirts den Absatz im Fun-Segment steigern

Absatzsteigerung im Fun-Segment ist eines der Ziele der aktuellen Herbst-/Winteraktivitäten, die Kodak soeben gestartet hat. Im Mittelpunkt stehen Fototassen, die der Kunde nach eigenem Wunsch gestalten lassen kann. Die Tassen mit eigenem Foto und dazu passendem Text eignen sich zum Beispiel als persönliche Aufmerksamkeit oder Weihnachtsgeschenk im Büro oder für Freunde und Verwandte. Ebenso könnten sie als persönliche Einladung zu einem Glühwein, einem Kaffee oder einem Kakao genutzt werden. Beworben wird die Fototasse mit einem zwölfseitigen Prospekt, der ab sofort allen Erstbestellungen aus den Kodak Labors beiliegt. Die Broschüre veranschaulicht die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten und gibt Anregungen für eigene Ideen der Tassengestaltung. Back- und Kaffeerezepte runden den Inhalt ab.

Die Fototassen-Aktion greift das Konzept der bereits im Sommer erfolgreich angelaufenen T-Shirt-Promotion auf.



Diese Broschüre informiert über die Aktion.

Unter dem Motto „It's T-Shirt Time“ können T-Shirts mit individuellen Motiven bedruckt werden. Eine Aktion, die vor allem bei Jugendlichen großen Anklang findet. Highlight der Verkaufsaktion war das T-Shirt „Girlie“, das mit seinem neuen, körperbetonten Schnitt exakt dem Trend des Sommers entsprach. Kodak verbuchte die T-Shirt-Aktion als großen Erfolg, der vielen Händlern ein nicht zu unterschätzendes Zusatzgeschäft einbrachte.



Karl-Werner Blickle, Leitung Recht und gewerblicher Rechtsschutz, Stefanie Maier, kaufmännische Auszubildende, und Verena van Meegen, Werbung Consumer Imaging (v. l.) übernehmen die Auslosung der 1.000 Kodak Advantix Preview Testpersonen aus über 200.000 Bewerbungen.

1.000 Kameratester geizen nicht mit Lob

Im Sommer hat Kodak 1.000 Hobbyfotografen für einen großen Kameratest gesucht. „Jetzt mitmachen und eine Kamera gewinnen“ war das Motto der Aktion, mit der die Kodak Advantix Preview Camera, das Spitzenmodell der Kodak APS Kamerareihe, getestet werden sollte. Nahezu 200.000 Fotofreunde bekundeten Interesse an der Testaktion – 1.000 von ihnen wurden schließlich als Teilnehmer ausgelost.

Vor einigen Tagen gab Kodak erste Ergebnisse bekannt: Gut 80 Prozent der Teilnehmer schickten ihren Fragebogen bislang zurück. Die ausgelosten Testpersonen zeigten sich dabei durchweg hochzufrieden mit den Eigenschaften und Funktionen der ihnen zur Verfügung gestellten Kamera und den APS-Vorteilen insgesamt, so daß die Aktion als großer Erfolg für das gesamte APS-System gewertet werden kann.

Die vorliegenden Ergebnisse der inzwischen über 800 ausgewerteten Fragebögen zeigen, daß die Anwender APS als ein anwenderfreundliches System ansehen. Über 82 Prozent der Testpersonen waren vor allem von der Möglichkeit angetan, sich ihre Bilder auf dem Display auf der Kamerarückseite gleich ansehen zu können – ein Vorteil, den die Verbraucher zuvor nur von Digitalkameras kannten.

65 Prozent der Hobbyfotografen waren von der einfachen Handhabung und der Auswahl an verschiedenen Bildformaten begeistert. Bei der Preview Camera kann sich der Anwender unmittelbar nach der Aufnahme entscheiden, in welchem Bildformat er das Bild haben möchte und wie viele Abzüge er erhalten will.

Über 65 Prozent der Amateurfotografen hoben diese Möglichkeit als besonders gelungen hervor. Der Anwender erhält dann gleich bei der Erstbestellung die gewünschte Anzahl an Bildern im entsprechenden Format. Dies ist vor allem bei Gruppenaufnahmen von Vorteil,

wenn alle fotografierten Personen sich gleich auf dem Bild sehen können und der Fotograf sofort die Anzahl der von ihnen gewünschten Bilder eingeben kann. Für weitere 83 Prozent der Teilnehmer war das einfache Einlegen der praktischen APS Filme ein großer Vorteil dieses Kamertyps.

Doch die Kodak Advantix Preview Camera bietet noch ein weiteres technisches Highlight: Der automatische Top-Flash von Kodak reduziert den unbeliebten „Rote-Augen-Effekt“ deutlich. Diese Eigenschaft lobten knapp 60 Prozent der Befragten, 90 Prozent der Testpersonen bescheinigten der Kamera eine erfolgreiche Reduktion des „Rote-Augen-Effektes“. Insgesamt würden über 93 Prozent der Testpersonen die Kodak Advantix Preview Camera weiterempfehlen.

„Die hohe Bildqualität, die Sichtbarkeit der gerade gemachten Aufnahmen auf dem Display, die leichte Bedienung



Die Kodak Advantix-Preview Kamera bietet dem Fotografen die Möglichkeit, das soeben gemachte Foto auf dem Display anzusehen.

und die Eingabe der gewünschten Bildanzahl wurden als die entscheidenden Gründe für die Nutzung der Kamera genannt“, faßte Klaus Frankenberger, Marketing Manager APS, Kodak Consumer Imaging, die Ergebnisse zusammen. „Insgesamt wahrlich ein überzeugendes Ergebnis und ein großer Erfolg für die Kodak Advantix Preview Camera und das APS Konzept, denn der Praxistest hat eines ganz klar gezeigt: Die Funktionen der Preview Camera und die Vorteile des APS Systems werden vom Kunden vollkommen angenommen, weil sie das Fotografieren einfacher machen.“

Kodak stellt Volume 4, Issue 2, der Picture CD vor

Kodak bietet ab sofort die Version 4, Issue 2, der Kodak Picture CD für Windows und Macintosh an. Das digitale Bilderalbum enthält in seiner aktuellen Version die Bildbearbeitungs- und Bildverwaltungssoftware Picture Publisher des Herstellers Micrografx in einer Testversion.

Damit hat der Handel rechtzeitig zur Weihnachtszeit die Möglichkeit, seinen Kunden zusätzlich zur üblichen Bildbestellung und Filmentwicklung eine preisgünstige digitale Dienstleistung für eine vielfältige Nutzung seiner Bilder anzubieten. Alle Bilder eines Films (bis zu 40) werden in der Auflösung 1.536 x 1.024 Pixel auf der Kodak Picture CD gespeichert, mit der der Kunde im Anschluß alle digitalen Vorteile, etwa Bildbetrachtung, Bildbearbeitung, E-Mail oder Archivierung, wahrnehmen kann.

Kodak verspricht sich durch die neue Version der Picture CD ein noch größeres Interesse beim Endverbraucher. Schon die Vorgängerversionen erfreuten sich nach Angaben des Unternehmens einer stetig wachsenden Beliebtheit beim Konsumenten.

Als besonderes Highlight beinhaltet die neue Edition den Micrografx Picture Publisher, der erstmals als zusätzliches Feature auf der Kodak Picture CD enthalten ist. Die komplette Bild-Software „Picture Publisher Professional/Version 10“ von Micrografx ist in deutscher Sprache als Testversion verfügbar und kann drei Monate kostenlos genutzt werden. Dieses Programm kostet als Vollversion über 300 DM.



Digitalisierte Fotos lassen sich mit dem Picture Publisher perfektionieren, verfremden oder zu Collagen verarbeiten. Automatische Farbkorrekturen, Weißabgleiche und die Korrektur des „Rote-Augen-Effektes“ sind ebenfalls möglich. Darüber hinaus dient der Picture Publisher zur Vorbereitung von Präsentationen (zum Beispiel für Microsoft Powerpoint), Grafiken für Drucksachen und das Versenden der Ergebnisse per E-Mail sowie das Übertragen von Bildern auf Web-Fotoportale. Ein weiteres Feature des Picture Publishers ist das Micrografx Fotoalbum. Eine spezielle Indizierungsfunktion beschleunigt und vereinfacht das Verwalten, Anzeigen und gemeinsame Nutzen der Bilder.

Ferner auf der Picture CD enthalten: das Kodak Memory Album – eine Software zum digitalen Speichern und Ordnen von Bildern in Alben (ebenfalls in deutscher Sprache) sowie das LifeFX FaceMail Programm (in Englisch). Mit dieser Software kann man E-Mails versenden und empfangen und von verschiedenen 3D-Köpfen vorlesen lassen.

Jeder CD liegt ein Index-Print bei, der die Archivierung und die Nachbestellung von Bildern erleichtert.

Die Picture CD startet vollautomatisch nach dem Einlegen in das CD-ROM Laufwerk und zeigt schon beim Startvorgang die Bilder fast formatfüllend in Bildschirmgröße an. Die Kodak

Picture CD enthält eine vielseitige, einfach zu handhabende Software, mit der sich die Bilder unter anderem bearbeiten, ausdrucken oder per E-Mail verschicken lassen.

Erwachsen werden

Sie wird immer größer, die Kleine. Erst traute man ihr gar nichts zu, jetzt darf sie sogar Kommanditistin einer KG werden. Von wem ist die Rede? Von der GbR, der Gesellschaft bürgerlichen Rechts oder kurz BGB-Gesellschaft. Der BGH hat ihr jetzt die Fähigkeit zu-erkannt, KG-Gesellschafterin zu sein. Ins Handelsregister sind dann sowohl die GbR als auch die ihr zum Zeitpunkt des Beitritts angehörenden BGB-Gesellschafter anzumelden (Urteil vom 16.7.2001 – II ZB 23/00).

Einer für alle

„Ooch“, denkt sich mancher, „wenn ich in X-Stadt auffall‘ und bloß für meine Filiale dort eine Unterlassungserklärung abgebe, kann ich an den anderen Stand-orten immer noch danebenhauen...“ Denkstel, sagt das LG Görlitz. Mit der Abgabe einer Unterlassungserklärung unter der Filialanschrift wird das ganze Unternehmen verpflichtet. Der Unterlassungsanspruch ist dann nicht auf den örtlichen Bereich der einzelnen Verkaufsstelle beschränkt (Urteil vom 4.7.2001 – 2 S 33/01).

ESCAPE-Taste

Was macht das Rechtsleben leichter? Na klar, Formularverträge. Es ist bloß nicht immer alles richtig, was da drin steht. Der Verwender denkt nämlich in den meisten Fällen nur an sich. Manchmal hat aber auch der Vertragspartner Glück: So hat beispielsweise der Bundesgerichtshof ein vorzeitiges Sonderkündigungsrecht des Mieters für wirksam gehalten. Die unterschiedlich lange Bindung der Vertragsparteien sei mit dem gesetzlichen Mietrecht vereinbar (Urteil vom 30.5.2001 – XII ZR 273/98).

Preisgefälle

Gut, daß wir verglichen haben. Wie? Wo? Was? Die Preise natürlich! Aber auch Unternehmen der „M-Markt-Gruppe“ dürfen nicht alles. So ist ihr Kostenvergleich irreführend, wenn der Preis für die beworbene Kamera vom genannten Wettbewerber zur angegebenen Zeit gar nicht verlangt wird. Selbst wenn der Mitarbeiter eines Wettbewerbers telefonisch einen falschen Preis genannt hat, reicht der Hinweis „Für Sie telefoniert und geprüft!“ hier nicht für eine Entschuldigung (OLG Hamburg – Urteil vom 15.3.2001 – 3 U 297/00).

Im Focus: Wenn's wieder Geschenke gibt...

Neue Situation: Ob wir wollen oder nicht, am 1.1.2002 kommt der Euro. Und für Mitarbeiter im Einzelhandel kommt nicht nur ein Euro, sondern gleich 300. Diese Summe gibt es nämlich in vielen Bundesländern für die betriebliche Altersvorsorge.

Alte Umstände: Die staatliche Rente reicht schon lange nicht mehr. Also wird der Bürger aufgefordert, selbst etwas zu tun. So dümpelt nun mancher ahnungslos zwischen „Riester-Rente“ und „Arbeitgeberzuschuß“ vor sich hin. Die Versicherungswirtschaft umkreist die Schiffbrüchigen bereits und wartet gierig auf den Zubiß.

Hai-Alarm: Die Tarifverträge des Einzelhandels sind inzwischen nicht mehr allgemeinverbindlich wie früher. Hinzu kommt, daß viele Verbände ihren Mitgliedern sogenannte „OT-Mitgliedschaften“ – d.h. Mitgliedschaften ohne Tarifbindung – möglich machen. Das führt im Ergebnis dazu, daß eben nicht jeder Einzelhändler die 300 Euro zahlen muß und die private Vorsorge damit Sache des Mitarbeiters bleibt.

Rettungsboot: Der Gesetzgeber meint es in § 1a des Gesetzes zur Verbesserung der betrieblichen Altersversorgung ab 1.1.2002 wieder einmal gut: „Der Arbeitnehmer kann vom Arbeitgeber verlangen, daß von seinen künftigen Entgeltansprüchen bis zu 4 vom Hundert der jeweiligen Beitragsbemessungsgrenze in der Rentenversicherung der Arbeiter und Angestellten durch Entgeltumwandlung für seine betriebliche Altersversorgung verwendet werden.“ In 2002 also immerhin 180 Euro pro Monat.

Steuermann: Herr Eichel gibt als Bundesfinanzminister, wenn er's denn im nächsten Jahr noch ist, sogar großzügig etwas drauf. Altersvorsorgebeträge werden nach Maßgabe der §§ 82 ff. des Einkommensteuergesetzes gefördert. Wer zulageberechtigt ist, kann vom Staat zu seinem Anteil noch mindestens 38 Euro dazubekommen (plus 46 Euro pro Kind). Der zusätzliche Geldsegen setzt aber voraus, daß der Vorsorger einen „Mindesteigenbeitrag“ oder „Sockelbetrag“ leistet. Ihre Höhe können wiederum nur Rentenberater ermitteln, das sprengt den Rahmen dieses Beitrags.

Schön und gut: So finden einige die neue Regelung. Andere leben lieber jetzt und denken gar nicht an später. Wenn es um die 300 Euro vom Chef geht ..., okay. Die nimmt man gern. Aber der „Mindesteigenbeitrag? Hey, ich will im Februar nach Mallorca, im April ist Kegeltour, Anfang Mai geht's zum Fabrikverkauf nach Boss...“ Das sind Probleme. Auf den Chef kommt allerdings auch was zu: Wenn viele Mitarbeiter viele Direktversicherungen bei noch mehr Versicherungsunternehmen abschließen, muß er einen hohen Verwaltungsaufwand einkalkulieren. Da wäre es doch vielleicht besser, die – immerhin – betriebliche Altersvorsorge in die eigene Hand zu nehmen.

Ausgetrickst

Aufpassen muß man schon. Da nützt der schönste befristete Arbeitsvertrag nichts, wenn der Mitarbeiter nach Ablauf der Befristung einfach weiterarbeitet. Wer da als Arbeitgeber nicht unverzüglich widerspricht, riskiert für die Zukunft einen unbefristeten Vertrag (§ 625 BGB, § 15 Abs. 5 TzBfG). Steckt der Arbeitnehmer dann doch kurze Zeit später den Job auf, kann er nicht Monate später – hier immerhin: 9 – die Fortsetzung des Arbeitsverhältnisses nach den zitierten Gesetzesbestimmungen verlangen. Er hat sein Recht verwirkt (LAG Köln – Urteil vom 27.6.2001 – 3 Sa 220/01).

Mogelpackung

Das UWG gibt es schon seit Jahrzehnten, und der Unterschied von Sonderangebot und Sonderveranstaltung ist immer noch nicht Allgemeingut. Da hatte ein Einzelhändler die Auslagen seiner breiten Schaufensterfront mit 20 Schildern zugestrichelt und „mit der Angabe einer Produktgruppe oder einer Marke mit einem prozentualen Preisnachlaß und dem Hinweis 'Einzelstück' erworben“. Und was hat das OLG Celle daraus gemacht? Wegen des Gesamteindrucks der Werbung eine unzulässige Sonderveranstaltung. Und das mit Recht (Urteil vom 28.6.2001 – 13 U 65/01).

Paul Krieger/Hans-Jürgen Hantschel: Praxis Handbuch Rhetorik

Reden kann zwar jeder, aber eine Rede, die positiv auf den Gesprächspartner wirkt, die überzeugt, ohne anzuecken, ist eine Kunst, die geübt sein möchte. Ob im alltäglichen Gespräch, bei Vorträgen oder Konferenzen: Überall reden Menschen miteinander. Doch allzu oft führt die Unfähigkeit, das zu sagen, was man hätte sagen wollen, zu Problemen und Stress.



Das Handbuch vermittelt auf anschauliche Weise die Prinzipien einer modernen und vor allem praktischen Rhetorik. Angefangen bei den Grundlagen der Kommunikation, wird die Vorbereitung und Durchführung von Reden, Gesprächen und Konferenzen behandelt. Man lernt, den richtigen Einstieg zu finden, seine Zeit einzuteilen und die geeigneten Mittel zur Visualisierung zu wählen. Aber auch, auf die Argumente der Gesprächspartner angemessen einzugehen oder unfaire Kommentare zu entkräften. Die verschiedenen Gesprächs- und Redeanlässe – sowohl privat wie beruflich-geschäftlich – finden ebenso Beachtung wie der Umgang mit Lampenfieber oder Redepannen. Dabei enthält das Buch eine Fülle von Beispielen für Reden – von der Hochzeitsrede zum Fachvortrag, vom Cocktailempfang zur Konferenzöffnung – sowie zur Gesprächsführung.

Ein umfangreicher Übungsteil enthält verschiedenste Aufgaben zum Selbsttraining und zur Selbstanalyse. Konzentrations- und Entspannungsübungen tragen dazu bei, mit Lampenfieber und Redefurcht erfolgreich umzugehen und während des Auftritts nicht den roten Faden zu verlieren. Checklisten und Beurteilungsbogen helfen bei der Einschätzung persönlicher

Rhetorikkenntnisse und -erfahrungen wie auch bei der konkreten Redevorbereitung.

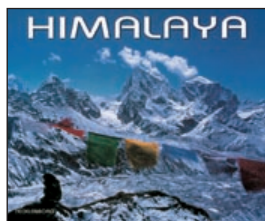
Das Buch schließt mit einer Zitatensammlung, die nach Stichworten gegliedert ist. Bonmots und Spruchweisheiten liefern griffige Einstiegsmöglichkeiten und effektvolle Pointen für den Vortrag.

Paul Krieger/Hans-Jürgen Hantschel, Praxis Handbuch Rhetorik, Reden – Gespräche – Konferenzen. Mit großem Übungsteil: Einstufungstests und Trainingsprogramme. 272 Seiten, Band 7667, Falken Verlag, Niedernhausen 2001, ISBN 3-8068-7357-7, DM 36,-.

Himalaya – Reise in eine vergessene Dimension

Vom Indus im Nordwesten bis zum Brahmaputra im Südosten erstreckt sich der Himalaya auf etwa 2.500 Kilometern auf dem asiatischen Kontinent. Um seinen Namen ranken sich Faszination und Mythos gleichermaßen: das gewaltige und zugleich höchste Gebirge der Erde, mit Bergen, die hier so hoch empor ragen, daß sie ans Übernatürliche grenzen. In vielen Regionen begegnen wir einer einzigartigen Landschaft wie zur Zeit der Erschaffung der Welt und Kulturen, deren Wurzeln in die Wiege der Menschheit zurückreichen. Seine Gipfel sind verbunden mit Abenteuer und Ferne. Mount Everest und Annapurna, Namen, die für Bergsteiger aus aller Welt zum Magnet wurden.

Aber der Himalaya ist vor allem auch eine Region einzigartiger kultureller Vielfalt. Länder wie Nepal, Tibet oder Zanskar und Buthan geben hiervon eine eindrucksvolle Bild.



Es waren einst Menschen auf der Suche nach neuen Weidegründen, die auf schmalen, schwindelerregenden Wegen aus allen Himmelsrichtungen kamen, um die kargen Böden der Hochtäler zu kultivieren und so den Grundstein für die oftmals auch heute noch archaischen Lebensgemeinschaften bildeten.

Eins ist jedoch all diesen Kulturen gemeinsam: Die Götter bestimmen den Lebensrhythmus von der Geburt bis zum Tod. Moscheen, buddhistische Klöster, hinduistische Heiligtümer und eine Vielzahl von rituellen Festen sind Zeugen dieses vom Glauben bestimmten Lebens.

Mit einer Sammlung beeindruckender Bilder aus verschiedenen Fotoexpeditionen zeigt dieser Bildband die Faszination, die von dieser Region ausgeht. Himalaya, Im Reich der Götter, 160 Seiten, 226 Abbildungen, gebunden, 30 x 24 cm, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2001, ISBN 3-924044-92-9, DM 98,-.

Detlev Motz:

Die besten Amateurfotografen

Die besten Amateurfotografen präsentiert Detlev Motz in seinem neuen Buch. Wer in die „Ehrenloge deutscher Amateurfotografen“ (ELDAF) aufgenommen werden will, muß beim monatlichen Foto Creativ Wettbewerb der Fachzeitschrift „Color Foto“ 30 Fotografien erfolgreich eingereicht haben.



Detlev Motz präsentiert eine Auswahl der besten Bilder von 70 ELDAF-Fotografinnen und Fotografen zu den Themen Akt & Porträt, Mensch & Sport, Landschaft, Tiere und zu Experimenten mit Digital- und Labortechniken. Jedes Foto wird mit seiner Entstehungsgeschichte, der Aufnahmetechnik sowie dem Fotografen vorgestellt. Das Ergebnis ist ein inspirierendes und opulent bebildertes Fotobuch zum aktuellen Stand der modernen Amateurfotografie.

Detlev Motz, Die besten Amateurfotografen, Ehrenloge deutscher Amateurfotografen (ELDAF). 160 Seiten, 70 farbige und 30 SW-Abbildungen, Format 19,5 x 24 cm, gebunden, Verlag Latera magica 2001, ISBN 3-87467-772-9, DM 69,90.

Kleinanzeigen • Personalanzeigen • Kleinanzeigen • Personalanzeigen

MARKETING **CHK-Marketing**
HK Carl-Heinz Kettel
 Personalberatung • Personalentwicklung
 Marketingberatung • Unternehmensberatung
 Mössinger Straße 81 • D-72116 Mössingen • Tel. 07473/921070 • Fax 07473/921071

Gerne stehen wir Ihnen
 in Personalangelegenheiten,
 z. B. bei der Personalsuche und
 Personalauswahl beratend zur Seite.
 Ebenfalls beraten wir Sie auch
 bei Ihren Vertriebs- und Marketingthemen.

Junger Fotokaufmann (Fotoschule Kiel) und Handelsfachwirt
 sucht neuen Wirkungskreis im In- oder Außendienst oder als
 Filialleiter. Norddeutsche Interessenten bevorzugt.
 Chiffre 1045731201

Vertriebsprofi (Ende 40), z. Zt. in ungekündigter
 Stellung, sucht neue Aufgaben im Vertrieb.
 Erfahrung im Vertrieb, Fotofachhandel - Key
 account - im Verkauf von Investitionsgütern.
 Mehrere Jahre mit Personalführung.
 Chiffre 1045431201

Kleinanzeigen • Angebote

www.fotolabor.de • 0228-623177

STADLER
 Wir reparieren für Sie

PENTAX
Konica
MINOX
 GERMANY

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

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

K **Tokina**
Kamera European Servicecenter
S Service GmbH

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: nikonv@aol.com

LICHT AN!
HALOGENLICHT
+ STUDIOBLITZE
vom Professional-Ausrüster.

QUARTZ IMAGER - HALO IMAGER
 500-1000 Watt, dimmbar, extrem preiswert.

MEFO - Halogen-Dauerlicht
 1250-2000 Watt für Foto, Video, Digital.

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

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

Bevor Sie lange suchen, einfach gratis
 Unterlagen und Händlernachweis anfordern:
 Amseistr. 23, 51149 Köln
 Tel. 02203/16262, Fax 13567,
 e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

CF
 Photo-Video
 Technik

Photo-, Film-, Geräte-Service
A. Paepke KG

Selt mehr als 50 Jahren
 autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica **Metz** **Rollei**

Kameras • Objektive
 Dia-Projektoren
 Blitzgeräte

Das Leica-Team Rollei-Profi
 für Sucherkameras Service & Rent-Center
 und Projektoren

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS **Rollei**

Neu: Produkte- und Systemberatung
 Termine auf Anfrage

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

DVD **DVD** **DVD** **DVD** **DVD**

jetzt auch bei:

Viernheimer Video Transfer
 ob vom Film, Normal 8, Super 8, 16 mm, Dias
 oder
 vom Video: VHS, SVHS, Hi 8, Mini DV
 wir brennen auf

DVD
VIDEO

bis 30 Minuten Netto 199 DM
 jede weitere Minute:
 vom Film 6,50 DM vom Video 5,00 DM

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

DVD **DVD** **DVD** **DVD** **DVD**

Kleinanzeigen • Angebote

GAF Vertragswerkstatt

WW

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

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

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

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 -

Auflagedruck
1.500er 99,- DM per 1000
3.000er 77,- DM per 1000
5.000er 69,- DM per 1000
10.000er 65,- DM per 1000
+ MwSt.

Fordern Sie die Unterlagen an:

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

Kameraservice SCHÄFER OHG



Hausanschrift
Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

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

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

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



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

Pioneer

PHILIPS



reflecta



Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrath Weg 25
41366 Schwalmatal - Waldniel

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

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

nass

GmbH & Co KG

foto · video · elektronik

Feldstrasse 4 · 30171 Hannover
Tel.: 0511 - 80 40 07 · Fax: 0511 - 88 99 50

KINDERMANN Nikon JORD

Rollei Leica SONY
fototechnik Concord

Aus Alt mach Neu!



vorher

Ihr Fachbetrieb für
Reproduktionen,
Retuschen und
Colorierungsarbeiten



nachher

Foto- und Bilderklinik Altenburg

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



Mensch und Meer...

Deutsche Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger

Seenotretter im Einsatz. Rund um die Uhr. Bei jedem Wetter. Auf Nord- und Ostsee.

Finanziert nur durch freiwillige Beiträge und Spenden – ohne staatliche Zuschüsse.

Seenotretter – für die hab' ich was übrig!

Weitere Infos:

DGzRS, Postfach 10 63 40, 28063 Bremen,
Tel. 04 21 / 5 37 07-0, Fax 04 21 / 5 37 07-690,
E-Mail: info@dgzrs.de
Internet: www.dgzrs.de

Spendenkonto:

Postbank NF, Hamburg (BLZ 200 100 20) 7046-200.



Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Langjährig bestehendes **Franchise-Foto-Fachgeschäft** (ca. 120 qm) mit Paßbildstudio, Telefonshop usw. im Kreis Steinfurt mit festem Kundenstamm kurz- oder mittelfristig abzugeben. Übernahme Warenlager nicht zwingend erforderlich. Günstige Mietkonditionen.

Zuschriften unter Chiffre 1045501201

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

Visagistik im Portraitstudio
Fachgerechtes Schminken von Studio-
kunden, Einzelschulungen bei Beate
Palutke, Fotografinmeisterin und aus-
geb. Visagistin. Tel. 05 81-29 89

Wir bieten Foto-/Journalisten

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

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

Fotofachgeschäft in Köln zu verkaufen

Minilab, kompl. PC-Ausstat-
tung für digit. Bildbearb. +
Druck, digit. Fotostudio, Plotter
für DIN-A0 Drucke. Günstige
Miete, 50 Jahre vor Ort.
Chiffre 1045691201

Foto-Aktienkurse

16.11.2000 20.11.2001 niedrigst./höchst. Aktienkurs
der letzten 12 Monate

Agfa	EUR	26,8	11	10,6	25,8
Bayer	EUR	49,4	38,2	24,05	57,8
Canon	YEN	4.160	4.090	3.160	5.330
Casio	YEN	1.058	639	605	1.046
CeWeColor	EUR	20,35	12,75	11	20,5
Dow Chemical	USD	47,625	38,2	25,06	39,67
Du Pont	USD	43,4375	44,77	32,64	49,88
Eastman Kodak	USD	47,75	30,58	24,4	49,95
Fujifilm	YEN	4.270	4.330	3.320	5.550
Gevaert	EUR	42	28,79	23	45,56
Gretag Imaging	CHF	875	10,95	4,51	282
Hewlett-Packard	USD	35,3125	21,55	12,5	37,95
Hitachi	YEN	1.153	930	775	1.380
ICI	GBP	463	422,25	248	577,5
Imation	USD	19,0625	21,75	14,12	25,55
Jenoptik	EUR	30,8	19,9	13	35,6
Konica	YEN	860	713	560	1.020
Kyocera	YEN	14.830	8.860	7.000	15.780
Leica	EUR	9,65	5,80	5,12	12
Lintec Computer	EUR	33,9	9,65	4,85	35
Minolta Camera	YEN	452	241	243	627
Olympus	YEN	1.607	1.767	1.430	2.140
PixelNet	EUR	9,3	4,3	2,8	12,8
Polaroid	USD	8,8125	0,08	0,05	8,81
Samsung	KRW	39,4	39	21,5	46,15
Sharp	YEN	1.335	1.560	999	1.895
Sony	YEN	8.340	5.650	3.960	10.340
Specter	EUR	18,65	9,32	6,13	19,85
Toshiba	YEN	786	534	423	848
Varta	EUR	14,36	14,01	13,25	14,3

Kurs: 1 EUR = 1,95583 DM

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

Gretag Hostert DDP 50/140 E6

mit normaler Regenerierung, Baujahr Nov.'97, dazu fol-
gende Bügel und entspr. Klammern: 20 x KB, 30 x 120,
5 x 220, 6 x 4/5', 5 x 13/18, 7 x 8/10' und 1 x 18/24.
2 Chemikalien-Mixer Rollmix 120 S, Baujahr Nov. '97.
Gretag Originalpreis 165.000,- DM (Rechnungsbeleg
vorhanden), Preis VB 89.000,- DM (Gerät ist in exzel-
lentem Zustand).

Chiffre 1045011001

Inserenten-Verzeichnis

Bremaphot.....7	Kodak9
Brückner65	Loersch28
C.A.T.-Verlag45, 59	Metz39
Canon72, 73, 3.U, 4.U.	Olympus25
Dohm29	PMA31
E-Book27	Sony2
Eurocolor15	VGP49
Ferrania21	Kleinanzeigen68-71
Fuji36, 37	profi-contact
Goldammer30	California Sunbounce3

Teilbeilage: Canon

Impressum: imaging+foto-contact

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

Mit Verlegerbeilage „Der Handel“

Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29,
40832 Ratingen, Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40876 Ratingen
Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90

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

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



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

Neuheitenredaktion und Herstellung: Th. Six; Steuerfragen: Dipl.-Finanzwirt E. Ewerhart, Steuerberater,
Düsseldorf-Benrath; Anzeigen: Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich); Ralf Grun. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 28.

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.

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

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

Die IXUS II-Promotion: So schön kann Weihnachten sein.

Pünktlich zur Weihnachtszeit kommen die IXUS II und ihre ebenso schönen Schwestern mit einer neuen aufregenden Schaufensterdekoration in Ihr Geschäft.

Der Kultstatus der IXUS II ist ungebrochen. Keine andere APS-Zoomkamera kommt dem Mythos und dem Verkaufserfolg der kleinen silbernen Schönheit nahe. Grund genug, ihren Sonderstatus gerade zur Weihnachtszeit mit einer ganz individuellen Deko-Idee nochmals zu betonen. Mit einer Dekoration, die dem Stil der IXUS nachempfunden wurde und dabei die Themen Mode-Design und IXUS-Design eng miteinander verbindet:

- ▶ Ein quadratisches Mobile mit einem rotierenden IXUS-Kreis wird zum Zentrum des Schaufensters.
- ▶ Runde Produktaufsteller präsentieren zwei IXUS-Modelle von ihren schönsten Seiten (z.B. IXUS II und IXUS M-1, oder eine DIGITAL IXUS).
- ▶ Fensteraufkleber sorgen schließlich für zusätzliche Aufmerksamkeit am Schaufenster.

Eine Aktion, die die IXUS II auch in diesem Jahr zu einem beliebten Weihnachtsgeschenk macht. Und wieder einmal eine Aktion, die für Ihr erfolgreiches Weihnachtsgeschäft genauso sorgt, wie für wirklich zufriedene Kunden.



IXUS X-Mas Deko:

- 2 x Kamera-Aufsteller mit Dekoaufstellern
- 1 x IXUS II Mobile
- 3 x IXUS II Aufkleber
- 25 x IXUS Setkarte

Canon

Imaging across networks

Die MV 400-Serie: Neues Jahr, perfekte Bilder.

Für die Kunden, die gerade zum Jahreswechsel in neue digitale Camcorder-Technologie investieren möchten, haben Sie jetzt eine echte Empfehlung parat: Einen handlichen, komfortablen Camcorder aus der MV 400-Serie. Ein Camcorder, der neben kompaktem und elegantem Design in MV-typischer Ergonomie vor allem eine Reihe intelligenter Aufnahme-Features bietet, die sonst nur in weitaus teureren Camcordern zu finden sind:

- Dank der **erweiterten Aufnahmefunktion** lässt sich die Aufnahmezeit auf dem Band des MV 450i bis um das Dreifache erweitern: z.B. speichert ein 60 Minuten-Band damit 180 Minuten Filmmaterial – eine echte Weltneuheit!
- Einen **analogen Eingang** zusätzlich zum digitalen Eingang bieten die Modelle in i-Version. Analoge Videosignale können damit digital abgespeichert und archiviert werden.
- Ein **erweiterter Zubehörschuh** sorgt beim MV 450i für noch mehr Perfektion in Sachen Bild- und Tonqualität. Videoleuchte oder Richtmikrofon lassen sich hier anschließen und mit Strom versorgen.



- Ein **Hochleistungs 10fach-Zoom** (40/200fach digital) liefert in jeder Situation gestochen scharfe Aufnahmen.
- Der **elektronische Bildstabilisator** unterdrückt Unschärfen, die durch Verwackeln entstehen.
- **Beleuchtete Funktionstasten** erleichtern die Bedienung des MV 450i auch bei geringer Beleuchtung.



- Der **große schwenkbare 2,5" LCD Monitor** liefert noch mehr Übersicht bei allen neuen 400er Modellen.
- In der **Fotofunktion** lassen sich bis zu 700 Einzelbilder auf einer Mini DV speichern.
- Die **Bildschirmansicht** beim MV 450i stellt wahlweise 4,9 oder 16 Bilder gleichzeitig auf dem Monitor dar.
- **Absolute Speichersicherheit** bieten der MV 430i und MV 450i. Einzelbilder können nicht nur auf DV Cassette oder Multi Media Card gespeichert werden. Die beiden MV-Modelle akzeptieren auch die neue SD (Secure Digital) Speicherkarten mit eingebautem Kopierschutz.
- Inklusive Nachbearbeitungs-Software **Video deLuxe von Magix** (OEM-Version der Software im Lieferumfang bei allen Camcordern der MV 400er-Serie enthalten).



Die Preise der MV-Serie auf einen Blick:

MV 450i	2.399,-* DM	1.226,59* EUR
MV 430i	2.199,-* DM	1.124,33* EUR
MV 400i	1.999,-* DM	1.022,07* EUR
MV 400	1.799,-* DM	919,81* EUR

Das Zubehör der MV-Serie auf einen Blick:

Weitwinkelkonverter WD 30,5	219,-* DM	111,97* EUR
Telekonverter TL 30,5	219,-* DM	111,97* EUR
Grau- u. UV-Filterset FS 30,5	99,-* DM	50,62* EUR
Richtmikrofon DM 50 (nur 450i)	149,-* DM	76,18* EUR
Videoleuchte VL 3 (nur 450i)	229,-* DM	117,09* EUR
Tasche „Apollo“	129,-* DM	65,96* EUR
Tasche „Paul“	99,-* DM	50,62* EUR
Tasche „Mary“	79,-* DM	40,39* EUR
Tasche „Sue“	59,-* DM	30,17* EUR

Die EOS 1D: Für echte Siegertypen.

Eine echte Profikamera muss eine Menge aushalten können. Vor allem, wenn sie live dabei ist – beim entscheidenden Spiel um die WM-Teilnahme der Deutschen Fußball-Nationalmannschaft gegen die Ukraine in Dortmund.

Kalt, nass und 90 Minuten Hochspannung. Genau das richtige für die EOS 1D, die sich unter Aufsicht des Canon CPS Teams zum ersten Mal im harten Profi-Einsatz beweisen musste.

Zu diesem Zweck erhielten unter anderen die renommierten Profi-Fotografen Werner Eifried und Markus Gilliar von GES Sportfoto ein EOS 1D Gehäuse mit dem sie sich zu ihrem Arbeitsplatz hinter der Torauslinie begaben. Einige Stimmungsbilder von diesem denkwürdigen Abend sehen Sie hier:



Deutschland-Fan im Torrausch

Foto: Werner Eifried, GES-Sportfoto, EOS 1D



Werner Eifried von GES mit Canon EOS 1D

Foto: Markus Gilliar, GES-Sportfoto



Eigenschaften der EOS 1D die laut den Profis bei diesem Einsatz besonders zum Tragen kamen sind:

- ▶ **Die sehr kurze Auslöseverzögerung der Kamera.** Mit der gleichen, schnellen Auslöseverzögerung wie bei der EOS 1V wird der entscheidende Moment nicht verfehlt.
- ▶ **Die schnelle Bildfrequenz.** 8 Bilder pro Sekunde und bis zu 21 Aufnahmen in Folge sind mit der EOS 1D möglich, somit ist sie die schnellste digitale SLR Kamera auf dem Markt.
- ▶ **Die hohe Auflösung der Bilder.** Mit ihrem 4,1 Megapixel CCD Chip bietet die EOS 1D eine Bildauflösung die der Nutzung der Bilder kaum Grenzen setzt.



Begeisterte Rudi-Fans

Foto: Werner Eifried, GES-Sportfoto, EOS 1D

Canon

Imaging across networks

Spontaner geht's nicht:

Der CP-10 druckt digitale Schnappschüsse sofort aus.

In weniger als einer Minute liefert der Canon CP-10 scheckkarten-große Prints in 300 dpi-Fotoqualität – und das ohne Umweg über den PC.

Den Card Photo Printer Canon CP-10 empfehlen Sie Ihren Kunden als ideale Ergänzung für die Canon Digital-kameras: Mit dem CP-10 werden Miniprints (im Scheckkartenformat) direkt von der Kamera ausgedruckt. Einfacher geht's nicht: Kamera und Drucker werden per Kabel verbunden, die Fotos werden am Kamera-Display ausgewählt und per Tastendruck zum Drucker geschickt. In kaum einer Minute ist das Bild fertig.

Der gesamte Druckvorgang wird ebenfalls über das Display kontrolliert: Im Play-Modus stehen über das Print-Menü folgende Optionen zur Verfügung: Einzelprint/Multiprint (8 Mini-bilder), Druck mit/ohne Rand oder Datumdruck ein/aus. Da der Direct Print Modus über den DPOF Standard unterstützt wird, lassen sich mehrere Bilder oder Mehrfachprints für den Druck markieren. Beim Druck in Verbindung mit der PowerShot G2/S30/S40 können außerdem individuelle Bildausschnitte bestimmt werden. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Eine zusätzliche Schutzschicht bewahrt das Foto vor Fingerabdrücken und mechanischen Beschädigungen, runde Ecken sorgen dafür, dass es keine „Eselsohren“ gibt. Besonderen Fotospaß liefern Ausdrucke als selbstklebende Fotosticker mit acht Mini-Fotos oder in Scheckkartengröße. Noch mehr Fotospaß liefern die Kosten, denn die liegen bei einem normalen Ausdruck unter einer Mark.



CARD PHOTO PRINTER
CP-10



Preise:

CP-10	699,-* DM	357,39* EUR
CP-10 im Set mit PowerShot A10	1.499,-* DM	766,43* EUR

Das kleine Direktdruck-Genie bieten Sie Ihren Kunden in Verbindung mit folgenden Digitalkameras:

PowerShot A10, PowerShot A20, Digital IXUS V, Digital IXUS 300, PowerShot S30, PowerShot S40, PowerShot G2.

Direct Bubble Jet: Noch mehr Fotos ohne Umweg.

Dank der Direct Bubble Jet Technologie des neuen Canon-Printers S820D können digitale Fotos ohne PC auch in verschiedenen Formaten und exzellenter Qualität ausgedruckt werden. Dazu wird die Digitalkamera über den USB-Anschluss direkt mit dem Printer verbunden. Speicherkarten anderer Hersteller verarbeitet der S820D dank PCMCIA-Kartensteckplatz. Die Steuerung des Druckvorgangs erfolgt hier ebenfalls von der Kamera aus. Der Drucker kommt im Februar 2002 auf den deutschen Markt.



Canon

Imaging across networks

**CANON CP-10:
PHOTO-PRINTS
IM SCHEKKARTEN-
FORMAT.**

**EOS 1D:
ERSTER PROFIEINSATZ.**

**MV 400-SERIE:
ALLES GUTE FÜR DAS
NEUE JAHR.**

**IXUS II SCHAUFENSTER-
AKTION:
ERFOLGREICHES FEST.**

flash

Dezember 2001



**CARD PHOTO PRINTER CP-10
MIT POWERSHOT A10**