imaging +foto contact

12/2003

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

32. Jahrgang G 30605

http://www.worldofphoto.de

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Sony Cyber-shot-Innovationen

SANYO

Hand-made Movies

Xacti C1
DIGITAL MOVIE

WWW.SANYO.DE

■ Dual Shot Funktion: gleichzeitig Video- und Fotoaufnahme ■ Einzelbilder in 3,2 Megapixel ■ Videoclips in DVD-Qualität im MPEG4-Format: VGA, 30 fps ■ 16-bit Stereo Sound im AAC-Format ■ 5,8-fach optischer und 10-fach digitaler Zoom (gesamt 60-fach Zoom) ■ Docking Station ■ Leicht (150 g) und klein (69 x 34 x 108 mm) ■ SD-Card

Erhältlich ab sofort im Fotofachhandel.

inhalt

Zum Titelbild: Neue Sony Cyber-shots mit innovativen Features

Lediglich so groß wie eine Kreditkarte ist Sonys neue Cyber-shot DSC-T1. Mit der DSC-U40 stellt das Unternehmen ein weiteres Modell der trendigen Cyber-shot U-Familie vor. Ab Mitte Dezember liefert Sony dann brandneu das 8-Megapixel-Topmodell DSC-F828 aus und bietet mit dieser Riege Innovationen für verschiedene Anwendergruppen. Auffällig an der Cyber-shot DSC-T1 ist bereits ihr kompaktes und schmales Gehäuse. Es mißt 91 x 60 x 17,3 mm und hat so in jeder Hosen- oder Jackentasche Platz. Trotz der geringen Ausmaße ist es den Sony-Ingenieuren gelungen, 5 Millionen Pixel auf dem neuen, ultrakompakten CCD unterzubringen. Und auch das Display läßt mit einem Durchmesser von 6,35 Zentimetern keine Kundenwünsche offen. 211.000 Pixel sorgen bei der Aufnahme und der Wiedergabe für den optimalen Durchblick. Die Aufnahmen werden auch bei direkter Sonneneinstrahlung deutlich wiedergegeben. Zudem kann das Display in den Energiespar-Modus umgeschaltet werden, um die Akku-Restlaufzeit zu verlängern. ***Seite 38***

Großlabors planen gemeinsam PR-Aktion

Die deutschen Großlabors wollen im kommenden Jahr mit einer gemeinsamen PR-Aktion dem rasant wachsenden Markt für digitale Bilder weitere Impulse geben. Das gab der Vorstand des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL) auf einer Pressekonferenz anläßlich der Mitglieder-Versammlung am 14. November in Berlin bekannt. Trotz sichtbarer Rückgänge im analogen Bildermarkt geben die Wachstumsraten im Digitalsegment inzwischen Grund zu der Hoffnung, daß die Talsohle im Bildergeschäft in Kürze durchschritten ist. Bereits im vergangenen Jahr hatte die Mitglieder-Versammlung des BGL ein Budget für Gemeinschaftsaktivitäten mit dem Photoindustrie-Verband zur Förderung des digitalen Bildergeschäftes genehmigt. ***Seite 14***

imaging+foto-contact-Interviews

Für Alessandro Stanzani, der in der Canon Europa Zentrale in Amstelveen für das Marketing im Bereich Consumer Imaging verantwortlich ist, ist der Erfolg Canons im Digitalmarkt eine Herausforderung. Denn Canon will in der Zukunft nicht nur seine Führungsposition im Kamerageschäft verteidigen, sondern auch das Home-Printing-Segment zu einem wirklichen Massenmarkt weiterentwickeln. imaging+foto-contact hat mit Alessandro Stanzani über die Strategien des Unternehmens gesprochen. ***Seite 16***

Der bereits Anfang dieses Jahres angekündigte Zusammenschluß von Konica und Minolta ist jetzt in der „heißen Phase“. Nach der Etablierung der Konica Minolta Corporation in Tokio werden jetzt die Strukturen in Europa aufgebaut. imaging+foto-contact sprach mit Konica Verkaufsleiter Martin Bongard über die Situation in Deutschland. ***Seite 22***

Die Wachstumsraten im digitalen Bildergeschäft übertreffen sogar die rasante Steigerung im Digitalkamera-Verkauf. Für die Großlabors wird es darum immer wichtiger, eine flächendeckende Infrastruktur zu schaffen. Eurocolor – mehrheitlich im Besitz von Fujifilm – hat diese Aufgabe schon seit Jahren zum strategischen Ziel erklärt. imaging+foto-contact sprach mit Geschäftsführer Bernd Kraus über die Perspektiven auf dem digitalen und analogen Bildermarkt. ***Seite 24***

Kodak hat sich in diesem Jahr verstärkt darauf konzentriert, dem Handel und dessen Kunden die vielfältigen Möglichkeiten aufzuzeigen, mit denen echte Fotos von Digitalbildern produziert werden können. Dabei machte das Unternehmen durch verschiedene Aktivitäten klar, daß als Medium zur Bildaufnahme nicht zwangsläufig eine Digitalkamera dienen muß, sondern daß auch Mobiltelefone mit Fotofunktion als ernstzunehmende Ergänzung betrachtet werden. Für imaging+foto-contact zog Martin Wolgschaft, Geschäftsführer Kodak Consumer Imaging und Geschäftsführer Kodak GmbH, ein Resümee der Aktivitäten. ***Seite 36***

Tura setzt auf eigene Kompetenz

Die gekonnte Verbindung von eigener Herstellung mit dem direkten Einkauf bei erstklassigen Fotounternehmen ist die besondere Stärke des über 100 Jahre alten Unternehmens Tura. Das umfangreiche Produktsortiment von Filmen, Fotopapieren, Inkjet-Medien, Kameras und weiteren Fotoprodukten wird weltweit geschätzt. Es steht den Kunden wahlweise unter der Marke Tura oder als Handelsmarke zur Verfügung. Das im Jahre 1901 unter dem Namen Bergmann & Co. in Wernigerode im Mittelgebirge Harz gegründete Unternehmen änderte seinen Namen 1944 in „Turaphot – Fabrik fotografischer Filme und Papiere“ und ist seit 1948 in Düren im Westen Deutschlands zu Hause. Mit der Umstrukturierung in die Tura AG im Jahre 2000 war eine Reihe zukunftsträchtiger Investitionen verbunden, die die Leistungsfähigkeit von Tura als Film- und Papierlieferant weiter erhöhten. ***Seite 52***

inhalt

Zum Titelbild

Neue Sony Cyber-shots mit innovativen Features . . 38

Editorial

Kodak verkauft deutsche Labors 5

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Wer keine Schulden macht, handelt unsozial 58

Industrie

Kodak in Europa: Der Schwerpunkt in allen Geschäftsbereichen ist jetzt digital 8

Tura setzt auf die eigene Kompetenz 52

Internationale Messen

PMA 2004 in Las Vegas 12

Bilddienstleistungen

Großlabors planen gemeinsame PR-Aktion für digitale Bilder 14

Handel

europa-foto Einkaufsmesse in Wiesbaden 20

H. D. Lehmann: Feiertage 65

Digital Imaging

Bildstabilisator für alle Panasonic Lumix-Modelle . . 28

Software zur Bearbeitung und Rettung digitaler Bilddateien 30

Neue Sony Cyber-shots mit innovativen Features . 38

Neue leistungsfähige Scanner von Nikon 42

Rollei stellte neue 4-Megapixel-Kameras vor 44

Sigmas SD10 mit Foveon X3-Sensor bietet 10,2 Millionen Pixel in drei Schichten 46

Neuheiten Digital Imaging 27, 45, 49

Programme zur Bildbearbeitung

Digitalkameras erfreuen sich bei den Kunden immer größerer Beliebtheit. Mit der Freude an der Digitalfotografie steigt auch gleichzeitig die Freude an der Bearbeitung der Fotos. Mit Hilfe der neuen Bildbearbeitungsprogramme werden die Archivierung, Optimierung und die kreative Veränderung der Aufnahmen zum Kinderspiel. Doch was tun, wenn die Bilder aus welchen Gründen auch immer bei der Übertragung auf den Computer beschädigt werden oder gar verlorengehen? Für diese Fälle haben verschiedene Anbieter eine spezielle Datenrettungssoftware im Programm.

Seite 30

Neue digitale SLR-Kamera von Sigma

Mit der SD10 Digital-Spiegelreflexkamera präsentiert Sigma das Nachfolgemodell der im letzten Jahr vorgestellten SD9. Wie diese ist auch das aktuelle Modell mit dem Foveon X3 Bildsensor ausgestattet, der an jedem Pixel die volle Farbinformation aufzeichnet. Das ungewöhnliche Design des Foveon X3 Direkt-Bildsensors in der neuen SD10 Digital-SLR erkennt an jedem einzelnen Pixel alle RGB-Farben. Er verwendet drei in Silikon gebettete, aufeinanderliegende Schichten von Pixelsensoren.

Seite 46

Nachrichten 6, 18

imaging+foto-contact-Interviews

Alessandro Stanzani, Leiter Marketing Canon Consumer Imaging Europa: Emotion und Marke . . 16

Martin Bongard, Konica Verkaufsleiter: Gemeinsame Stärken 22

Bernd Kraus, Geschäftsführer eurocolor: Terminals bringen Wachstum für alle 24

Martin Wolgschaft, Geschäftsführer der Kodak GmbH: Fotohandys werden dem Fotohandel neue Kunden bringen 36

Video

U. Vielmuth: Zukunft des Videofilmens (I) 56

Neuheiten 59

Neue Handys mit Fotofunktion 50

Promotion

Fotohandy-Verkäufer des Jahres gesucht 33

Siemens' aktuelles Fotohandy-Portfolio bringt Tk-Kunden zur Fotografie 34

Point of Sale

Fujifilms Traumwelten für den Fotohandel 57

Nachträge grosser foto-katalog 61

Rechtstips 60

Literatur 66

Inserenten-Verzeichnis 71

Klein- und Personalanzeigen 67

Impressum 71

Gravierende Veränderung auf dem Bildermarkt

Kodak verkauft deutsche Labors

Die Stuttgarter Kodak GmbH hat sämtliche Großlabors an die BHG Color & Print GmbH & Co. KG abgegeben. Dieses Unternehmen mit Sitz in Heidelberg war im August als neue Dachgesellschaft für die Großlabors der V-Dia Gruppe gegründet worden. Daraus wurde jetzt ein Gigant mit 15 Laborbetrieben und einem Marktanteil von 25 Prozent.

Im Rahmen der Vereinbarung hat Kodak einen Kommanditanteil an der BHG Color & Print GmbH & Co. KG (BHG) erworben. Martin Wolgschaft, zur Zeit Geschäftsführer der Kodak GmbH, wird in die Geschäftsleitung der neuen Firma eintreten.

Kodak gibt damit die Fertigungskapazitäten aller seiner Großlabore in Deutschland ab, behält aber die Vermarktung der Bilderlinien für Großkunden bei. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kodak Labors werden mit allen Rechten und Pflichten von der BHG, deren weitere Gesellschafter nicht bekannt sind, übernommen. Betroffen von der Transaktion sind die Kodak Labore in Stuttgart-Vaihingen, Lingen, Bochum, Mühlenbeck/Berlin, Regensburg, Schwabach, Markkleeberg/Leipzig, Waldkirch, Wedemark/Hannover und Wiesbaden. Insgesamt sind 1.500 Mitarbeiter betroffen.

Nach Aussage von Helmut Reissmüller, Geschäftsführer der Kodak Fotoservice GmbH, die bisher die Labors betrieben hat, wird Kodak als Filmanbieter auch weiterhin zu seiner Verpflichtung stehen, den Kunden Bilder höchster Qualität anzubieten: „Doch angesichts der dynamischen Entwicklung in der Digitalfotografie und des rückläufigen analogen Bildergeschäftes stehen wir vor der Herausforderung, in hohem Maße flexibel auf die gravierenden Veränderungen auf dem Bildermarkt reagieren zu müssen. Wir sehen in der Übergabe unserer Laborkapazitäten an diese Laborgruppe die richtige Lösung – unter Beibehaltung der Kodak Bilderangebote.“ Reissmüller bestätigte auf Anfrage von imaging+foto-contact, daß er weiterhin für die europäischen Kodak Fotolabor-Betriebe zuständig bleibt.

Ein Nachfolger für Martin Wolgschaft als Geschäftsführer der Kodak GmbH soll in Kürze benannt werden. Die BHG, so erklärte Wolgschaft dem imaging+foto-contact, werde gemeinsam mit Kodak am Markt auftreten. Entsprechende Lizenz-Vereinbarungen seien getroffen und Normen für die Fertigung der unter der Marke Kodak angebotenen Bilder festgelegt worden. Bei der jetzt anstehenden Konsolidierung der neu formierten Laborgruppe seien Schließungen einzelner Betriebe naturgemäß nicht auszuschließen. „Dafür gibt es aber noch keine konkreten Pläne“, betonte Wolgschaft. „Entscheidungen werden nach sorgfältiger Überprüfung der individuellen Gegebenheiten getroffen werden.“

Die BHG ist im August dieses Jahres im Rahmen der Neustrukturierung der V-Dia Laborgruppe entstanden. Unter ihrem Dach befanden sich bisher die ehemaligen V-Dia Betriebe FFS Heidelberg, RMC Wallau, Spree Color Berlin und PPG Gotha. Das V-Dia Labor in Meißen wurde bereits geschlossen.

Vor wenigen Wochen hat die BHG das Wegert Großlabor in Berlin übernommen und sich damit das Bildergeschäft der Einzelhandelsgeschäfte der Wegert Gruppe gesichert. Nach Ansicht von Uwe H. Gesper, dem Beiratsvorsitzenden der V-Dia Gruppe, wird die Synergie mit den Kodak Laboren für die Zukunft den Qualitätsstandard im analogen und digitalen Markt sichern, ohne die Alleinstellung der Kodak Bilderlinien aufzugeben. „Mit Investitionen, insbesondere im digitalen Bereich, wird die neue Firmengruppe in Zukunft einer der wichtigsten Betreiber von Großlaboren werden. Die neue Gesellschaft will eine expansive Neuausrichtung im Laborbereich betreiben und dabei einen wichtigen Schwerpunkt auf die Unterstützung des Fotohandels mit Konzepten und Marketing-Ideen setzen.“

Über einen Kaufpreis und Details der Transaktion haben die Vertragspartner Stillschweigen vereinbart. Auch zu Umsatz und Gewinn der BHG- und der Kodak-Großlabors wurden keine Angaben gemacht. Th. Blömer

Agfa meldet leichten Umsatzrückgang für die ersten neun Monate

Für die ersten neun Monate des Jahres hat die Agfa-Gevaert NV einen Umsatz von 3,168 Milliarden Euro erzielt, 9,5 Prozent weniger als im selben Zeitraum des Vorjahres. Ursache dafür war nach Angaben des Unternehmens vor allem die Stärke des Euro – währungsbereinigt betrug der Umsatzrückgang 1,9 Prozent. Dabei litten die Geschäftsbereiche Consumer Imaging und (in geringerem Maße) Graphic Systems unter dem Einfluß der schwachen Konjunktur, während sich das Wachstum bei Medizinprodukten beschleunigte. Durch Kosteneinsparungen im Rahmen des Restrukturierungsplans „Horizon" wurden die Vertriebs- und Allgemeinen Verwaltungskosten um 7,2 Prozent gesenkt. Nach 67 Millionen Euro im Vorjahr verbuchte Agfa in den ersten neun Monaten 2003 Restrukturierungskosten und einmalige Aufwendungen von 46 Millionen Euro. Das operative Ergebnis erreichte in den ersten neun Monaten 259,8 Millionen Euro (Vorjahr: 302,6 Millionen Euro). Der Gewinn vor Steuern sank von 230 auf 205 Millionen Euro, und der Reingewinn in den ersten neun Monaten 2003 belief sich auf 134 Millionen Euro nach 149 Millionen Euro im selben Zeitraum des Vorjahres.

In den ersten drei Quartalen 2003 ging der Umsatz im Geschäftsbereich Consumer Imaging um 14,9 Prozent auf 680 Millionen Euro zurück, wechselkursbereinigt um 9,3 Prozent. Das operative Ergebnis fiel von 30,4 Millionen Euro in den ersten drei Quartalen 2002 auf einen Verlust von 49,1 Millionen Euro. In einer Agfa Pressemitteilung wird erklärt, dieser Trend sei auf die zunehmende Umstellung von der analogen auf die digitale Fotografie sowie auf die deutlich geringere Reisetätigkeit zurückzuführen, die sich negativ auf die Nachfrage nach Filmen und Finishing-Produkten ausgewirkt habe. Bereits Anfang des Jahres hatte Agfa Maßnahmen zur Wiederherstellung der Profitabilität von Consumer Imaging angekündigt und die Streichung von 750 Vollzeitstellen bekanntgegeben. Die positive Wirkung dieser Maßnahmen soll ab dem kommenden Jahr sichtbar werden. Für die Zukunft will Agfa den Bereich Consumer Imaging gewinnorientiert führen. Das Unternehmen erwartet ab 2004 wieder positive Ergebnisse in diesem Arbeitsgebiet.

CeWe Color Geschäftszahlen für das dritte Quartal

Die CeWe Color Holding AG vermeldet für das dritte Quartal 2003 ein Ergebnis vor Steuern (EBT) von 20,0 Millionen Euro (Vorjahr: 21,0 Millionen Euro), eine Produktion von Farbbilder von 1,179 Millionen Stück (Vorjahr: 1.201 Millionen Stück), davon sind 59,9 Millionen Stück Digitalfotos (Vorjahr: 13,5 Millionen Stück), sowie einen Umsatz von 134,9 Millionen Euro (Vorjahr: 143,5 Millionen Euro). Der allgemeine Reiserückgang, die schwache Konjunktur, der Irak-Krieg und die an einigen Tagen lähmende Hitze im Juli und August führten, wie es in einer Pressemitteilung heißt, zu einem Rückgang klassischer Bilder vom Film um 5,7 Prozent. Zu zwei Dritteln konnte dieser Rückgang durch ein hohes Wachstum an Digitalfotos ausgeglichen werden.

CeWe Color produzierte im dritten Quartal 2003 bereits 59,9 Millionen Digitalfotos (+342 Prozent). Während Fotobestellungen übers Internet mit 246 Prozent zunahmen, legten die Digitalfotobestellungen der Fotohändler, Drogeriemärkte und Unterhaltungselektronikmärkte sogar mit 401 Prozent zu. Als Motor dieses Digitalwachstums sieht CeWe Color das von der Laborgruppe entwickelte DigiFilm-Konzept. 5.000 DigiFilm-Maker wurden bereits an den Handel verkauft.

Lag der Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahresquartal noch bei minus 7,4 Prozent, hat er sich im dritten Quartal 2003 auf minus sechs Prozent reduziert. Zwei Drittel des Umsatzrückganges stammen aus dem Fotofinishing, ein Drittel resultiert aus Groß- und Einzelhandelsaktivitäten. Durch die Senkung der Kosten in allen betrieblichen Kostenbereichen konnte das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) mit 20,8 Millionen Euro (Vorjahr: 21,3 Millionen Euro, minus 2,4 Prozent) und das Ergebnis vor Steuern (EBT) mit 20,0 Millionen Euro (Vorjahr: 21,0 Millionen Euro, minus 4,6 Prozent) nahezu gehalten werden. Die Umsatzrenditen erhöhten sich im III. Quartal von 14,8 Prozent auf 15,4 Prozent (EBIT) bzw. von 14,6 Prozent auf 14,8 Prozent (EBT).

Der Vorstand der CeWe Color Holding AG erwartet für das Gesamtjahr 2003 einen Umsatzrückgang zum Vorjahr von minus vier Prozent bis minus fünf Prozent sowie eine Ergebnisdifferenz (EBT) zum Vorjahr von minus vier Millionen Euro bis minus sechs Millionen Euro. Wegen des starken digitalen Wachstums werden die für 2004 vorgesehenen Investitionen in digitale Printsysteme in das Jahr 2003 vorgezogen, so daß sich die Investitionssumme des Jahres 2003 auf 53 Millionen Euro belaufen wird.

Sinar betreut die Kunden in Deutschland direkt

Nach dem Vorbild des in der Schweiz erfolgreich operierenden SIC Imaging Centers werden nun auch in Deutschland die Kunden von Sinar ab sofort direkt betreut. Erich Frefel, International Sales Director von Sinar, erklärte dazu: „Die Entscheidung, den Vertrieb von Sinar Produkten in Deutschland direkt in die Hand zu nehmen, beruht auf einer fundierten Marktstudie, in der klar zum Ausdruck kam, daß der professionelle Fotograf größten Wert auf perfekten Support und kürzeste Reaktionszeiten legt. Speziell im Hinblick auf die rasante Entwicklung im Digital Imaging ist ein noch engerer Kundenkontakt mit dem Werk von größter Wichtigkeit." Die meisten Ansprechpartner der vom SIC Sinar Imaging Center angebotenen Produkte bleiben dieselben wie bisher, darunter: Bernd Vogelsberger, Heinz Pabst, Rainer Hetkamp, Volker Braun, Yves Richter, Jochen Viergutz und Volker Füssmann im Außendienst, Thomas Böhringer als Service- und Supportleiter Sinar/Sinar Digital und Helmut Krüger als Elinchrom Repairman sowie Alexandra Bünger als Kundenkontaktperson und für die Auftragsabwicklung. Sinar übernahm die Exklusivvertretungen von PSL. Die Produktpalette mit Sinar, Elinchrom, Foba und Binuscan, allesamt europäischer Herkunft, bildet dabei ein abgerundetes, umfassendes Angebot für die High-End-Fotografie. Weitere Infos bei Alexandra Bünger unter Telefon 040/54802772.

Kleffel+Aye Bremaphot Hansephot

Großhandelsgruppe

Der Foto-Großhandel mit Beratung vor Ort durch qualifizierten Außendienst

Hotline: Kleffel+Aye 0800-074 68 67 • Bremaphot 0800-074 68 67 • Hansephot 038204-68 60

CAPTURE EVERY MOMENT

C-740 Ultra Zoom

Zoompower zum attraktiven Preis

- 10faches Ultra-Zoom
- 3,18 Mio. Pixel
- lichtstarkes Objektiv f2,8/3,7
- xD-Picture Card kompatibel

CAMEDIA C-5060 Wide Zoom

Unglaublich schnell! Kompaktkamera mit professionellen Features

- leistungsstarkes Weitwinkel-Objektiv
- 5,1 Mio. Pixel
- sehr geringe Auslöseverzögerung
- dreh- und schwenkbarer LCD Monitor

µ[mju:]-400 Digital

Gewinner des TIPA Awards 2003/04 „Beste digitale Consumer Kamera“

- 4,0 Mio. Pixel
- 3fach Zoomobjektiv
- wetterfest

µ[mju:]-III Wide 100

Die perfekte Einheit von Form und Funktion

- hochwertiges 28–100 mm 3,6fach Zoomobjektiv
- Multi-Wide-Autofocus
- wetterfest

OLYMPUS

Your Vision, Our Future

Der Schwerpunkt in allen Geschäftsbereichen ist jetzt digital

Nicht nur mit dem Verkauf der Großlabors in Deutschland sorgt Kodak für Schlagzeilen. Eine neue Unternehmensstruktur im August, eine grundsätzliche Neuformulierung der Unternehmensstrategien am 25. September (siehe imaging+foto-contact 11/03, S. 12–14) – auch die Unternehmenszentrale in Rochester läßt es nicht an Gesprächsstoff mangeln. imaging+foto-contact hat sich in der Kodak Europa Zentrale in Genf über die Auswirkungen der neuen Strategien informiert.

Alain Popelard, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Eastman Kodak SA, Genf

KODAK IN EUROPA

Alain Popelard, als Vorstandsvorsitzender der Eastman Kodak SA für das gesamte Geschäft des Unternehmens in Europa, Afrika und im Mittleren Osten verantwortlich, spielt die Bedeutung der Ankündigungen aus Rochester keinesfalls herunter. „Die Neuformulierung unserer Unternehmensstrategie am 25. September war ein wichtiger Schritt für Kodak“, erklärte er imaging+foto-contact. „Aber natürlich bleiben wir dasselbe Unternehmen, und auch die Herausforderung, mit den rasanten Veränderungen auf dem Markt Schritt zu halten, ist immer noch dieselbe. Mit der Neufokussierung unserer Investitionen auf die neuen Geschäftsbereiche haben wir glasklare Prioritäten gesetzt. Auf der anderen Seite ist es aber auch nicht neu für uns, uns auf die digitale Zukunft einzustellen: Wir sind seit Jahren dabei. Bisher waren die Digitalsegmente allerdings Teil eines Marktes, der von den traditionellen Technologien dominiert wurde. Jetzt ist es umgekehrt.“

Popelard machte keinen Hehl daraus, daß die digitale Revolution sich in einigen Segmenten schneller auswirkte als erwartet. Die Entwicklung verlaufe in den verschiedenen Geschäftsbereichen unterschiedlich: „In der Medizintechnik, zum Beispiel, war der Wandel sehr rasant, aber das haben wir vorausgesehen und konnten so davon profitieren. Im kommerziellen Bereich eröffnet der Einbruch der Digitaltechnik, zum Beispiel im Druck, sogar völlig neue Geschäftsfelder, in denen wir unsere Expertise für Bilder und Imaging nutzen können. Der Fotomarkt hat sich dagegen im Amateur-Bereich schneller digitalisiert, als wir das erwartet haben. Davon war nicht nur Kodak überrascht, sondern die ganze Fotobranche.“ Nach Ansicht von Popelard wurde diese Entwicklung durch die unerwartet schnelle Durchsetzung von Digitalkameras ausgelöst. „Unglücklicherweise hat die ganze Branche vergessen, daß wir rechtzeitig einfache und preiswerte Printlösungen anbieten müssen, wenn wir Digitalkameras verkaufen“, bedauert der Kodak-Manager. „Am Anfang war das nicht schlimm: Die ersten Käufer von Digitalkameras hatten eine große Affinität zu dieser Technik, und es machte ihnen nichts aus, ihre Zeit vor dem PC zu verbringen und Bilder auszudrucken – genauso wie sie früher stundenlang Dias eingerahmt haben. Jetzt ist der Massenmarkt da: Und der normale Schnappschuß-Fotograf möchte weder viel Zeit noch viel Geld investieren, um an seine Bilder zu kommen. Deshalb werden viele Aufnahmen überhaupt nicht gedruckt. Bei Kodak verkaufen wir aber Erinnerungen, und das sind Bilder. Und die müssen die Konsumenten auf kurzen Wegen preiswert erhalten können.“ Zu diesem Zweck baut Kodak eine Infrastruktur auf, die den traditionellen Weg über das Großlabor ebenso einschließt wie das Internet und die schnelle Dienstleistung am Point of Sale mit Minilabs und vor allem Kiosks. Gerade letztgenannter Bereich genießt bei Kodak eine hohe Priorität – auch im Hinblick auf die rasant wachsenden Verkäufe von Kamerahandys. Aber auch den Ausdruck der Bilder zu Hause will Kodak nicht vergessen. „Unser EasyShare Printer Dock war eine hervorragende Idee, die von Handel und Verbrauchern besonders gut angenommen worden ist. Weitere Ideen werden folgen.“ Bei den Inkjet-Medien hat Kodak in Europa in diesem Jahr ebenfalls deutlich zugelegt. Inkjet-Drucker, so Popelard, will Kodak aber nur auf den Markt bringen, wenn das Unternehmen in diesem von wenigen Großunternehmen dominierten Markt Produkte mit Alleinstellungsmerkmalen anzubieten hat.

Das Filmgeschäft verteidigen

Der neue Schwerpunkt auf digitalen Technologien bedeutet für Kodak in Europa keinesfalls, das Filmgeschäft zu vernachlässigen. „Andererseits ist es eine Tatsache, daß der Film-Markt hier nicht mehr wächst“, betont Popelard. „Das heißt aber nicht, daß er keine Zukunft hat. Wir sind der führende Anbieter und wollen das auch bleiben. Und auch wenn wir unsere Mittel schwerpunktmäßig für die Entwicklung digitaler Technologien einsetzen, werden wir auch Geld dafür ausgeben, das Filmgeschäft effizienter und besser zu machen. Am Tag nach der Ankündigung in New York habe ich in Châlon, Frankreich, unser neues Werk eingeweiht. Das allein war eine 60-Millionen-Euro-Investition, mit der wir unsere Produktivität verbessert und unsere Herstellungskosten gesenkt haben.“ Die Neuorientierung, schloß Popelard, sei ein evolutionärer Prozeß. „Bisher haben wir unsere Mittel zu gleichen Teilen für digitale und traditionelle Technologien eingesetzt. In einigen Jahren wird dieses Verhältnis 80:20 betragen.“

Strategische Produktgruppen

In den letzten zwei Jahren, so ergänzte Claudio D‘Amico, Leiter des Bereichs Consumer und Professional Imaging bei Kodak Europa, habe das Unternehmen acht neue Filme eingeführt und werde auch weiterhin seine Führungsposition durch Innovationen unterstreichen. Im Rahmen der Neufokussierung wolle man aber sorgfältig die neuen digitalen Wachstumssegmente identifizieren. Zu diesem Zweck hat Kodak das Geschäft nach strategischen Produktgruppen organisiert, zu denen Aufnahme (Capture), Bilddienstleistungen für Verbraucher (Consumer Output) und Profis (Professional Output) gehören. „Das Management in jeder dieser Gruppen beobachtet den Markt sehr genau und arbeitet eng mit unserer Forschungs- und Entwicklungsabteilung zusammen, damit wir zur richtigen Zeit die richtigen Produkte auf den Markt bringen können – und diesen Prozeß werden wir deutlich beschleunigen.“ Im Zuge der Zusammenführung des Consumer und des Professional Imaging Geschäftes wird Kodak dabei zu den Kunden in stärkerem Maße mit einer Stimme sprechen. „Dabei können die Mitarbeiter, die unsere Kunden betreuen, direkt auf die ganze Kompetenz der jeweiligen strategischen Produktgruppen zurückgreifen“, erklärte D‘Amico. Eine unterschiedliche Wichtigkeit der einzelnen Gruppen gebe es nicht, wohl aber unterschiedliche Prioritäten, fuhr der Kodak-Manager fort. „Im Filmgeschäft wollen wir die Wachstumschancen in bestimmten Produktkategorien nutzen und die Mittel erwirtschaften, mit denen wir die anderen Gruppen unterstützen. Bei den Bilddienstleistungen, die ja für Kodak seit George Eastman immer besonders wichtig waren, wollen wir unsere Führungsposition im traditionellen Geschäft auch auf das digitale Segment übertragen. Deshalb bauen wir gemeinsam mit dem Fotohandel und mit intensiver Kommunikation zu den Verbrauchern eine Infrastruktur dafür auf.“ Dazu gehört neben dem Angebot digitaler Dienstleistungen vor allem die Installation einer großen Anzahl von Picture Maker Kiosks und der Ausbau des Online-Angebotes. „Wir werden sicherstellen, daß jeder Verbraucher, der Bilder vom Film, von der Digitalkamera oder vom Kamerahandy printen lassen möchte, in seiner Nähe einen Kodak Kiosk findet. Dabei sind wir gerade in jüngster Zeit

Claudio D‘Amico, Leiter des Geschäftsbereiches Consumer und Professional Imaging bei Kodak Europa

Gary Guthrie, Leiter der strategischen Produktgruppe Consumer Output bei Kodak Europa, betonte im Gespräch mit imaging+ foto-contact, daß die Kodak Picture Maker Kiosks selbst von Bildern mit relativ geringer Auflösung gute Ergebnisse erzielen. Unsere Beispiele zeigen die Kinder von Gary Guthrie, aufgenommen mit einem Nokia Kamerahandy.

Im Kameragescheft stärker werden

Auch als Anbieter von Digitalkameras will Kodak sich stärker profilieren und hat dazu nach Ansicht von James McConnell, Leiter des Digital & Applied Imaging Geschäfts bei Kodak Europa, bereits in diesem Jahr einen wichtigen Schritt getan. „Während der Markt für Digitalkameras sich verdoppelt hat, haben unsere Verkäufe sich im selben Zeitraum verdreifacht“, betonte der Kodak-Manager. Besonders stark ist das Kodak Digitalkamera-Geschäft in Großbritannien, Frankreich und Deutschland gewachsen. „Dabei hat uns geholfen, daß wir jetzt in jedem wichtigen Marktsegment interessante Produkte anbieten können: Einfach zu bedienende Kameras für Schnappschuß-Fotografen, elegante Modelle für designorientierte Verbraucher und anspruchsvolle Produkte wie unsere neue EasyShare DX6490 für engagierte Fotografen.“

Ein besonders erfolgreiches Produkt war das in diesem Jahr eingeführte EasyShare Printer Dock. „Damit haben wir vom Start weg eine neue Produktkategorie geschaffen“, erklärte McConnell. „Bereits jetzt wird ein großer Teil unserer kompatiblen Kameras mit dem Printer Dock verkauft, das für Kodak in diesem ersten Jahr ein Umsatzvolumen von 100 Millionen US-$ darstellt.“ Erfolgreich war das Geschäft in diesem Jahr für Kodak in Europa auch bei den Inkjet-Medien. „Hier sind wir in den wichtigsten Märkten zum führenden Anbieter geworden, was die Menge angeht und wollen diese Position im nächsten Jahr auch im Wert erreichen“, sagte McConnell. „Ein wichtiger Schritt war dabei die Einführung von Inkjet-Papieren im 10 x 15 cm-Format – das sind genau die Bilder, die die Verbraucher von Kodak erwarten.“

Im nächsten Jahr, stellte McConnell klar, wird Kodak das Wachstum des Jahres 2003 weiter fortsetzen: mit neuen Kameras, einer komplettierten Inkjet-Papier-Palette und neuen Printer Docks – und letztere, so ergänzt McConnell vielsagend, vielleicht nicht nur für Kodak-Kameras.

gut vorangekommen und haben mit Merlin in Dänemark, Dixons und V & D in den Niederlanden, Carrefour in Frankreich und Germanos in Griechenland wichtige Handelspartner gewonnen. Auch für den Fotohandel in Deutschland bietet unsere Strategie eine große Chance, von der wachsenden Nachfrage nach digitalen Bildern zu profitieren.“

„Das Bildergeschäft neu erfinden“

Dabei wird Kodak die Kiosk-Technologie weiter verbessern. Soeben wurde in den USA ein Picture Maker vorgestellt, der ein Bild in nur fünf Sekunden druckt. Bereits jetzt, so betonte Gary Guthrie, Leiter der strategischen Produktgruppe Consumer Output bei Kodak Europa, sei die Bildqualität der Kodak Picture Maker Kiosks hervorragend. „Denn hier setzen wir nicht nur mit dem Thermosublimationsdruck die beste Technologie ein, sondern verbessern die Bildergebnisse deutlich durch unsere hervorragende Bildverarbeitungssoftware.“ Auf diese Weise, so Guthrie, ließen sich selbst von Handykameras mit relativ geringer Auflösung Bilder herstellen, die von den Kunden voll akzeptiert würden. „Wir sehen in diesem Segment ein großes Wachstumspotential für den Fotohandel, zumal Modelle mit höherer Auflösung bereits angekündigt sind“, betonte Guthrie.

Die Kodak Marktforschung hat festgestellt, daß Digitalfotografen digitale Dienstleistungen beim Fotohandel intensiv nutzen wollen, wenn diese angeboten werden. „Zur Zeit unserer jüngsten Umfrage druckten 84 Prozent der Verbraucher ihre Bilder zu Hause aus, sechs Prozent bei einem digitalen Minilab, vier Prozent nutzten Großlabor-Dienstleistungen, vier Prozent das Internet und nur zwei Prozent einen Kiosk“, betonte Guthrie. Das liege aber an fehlenden Angeboten. „Wenn die Dienstleistungen leicht zugänglich wären, würden 31 Prozent der befragten Digitalkamera-Besitzer an einem Kiosk printen, 22 Prozent online, 14 Prozent würden Großlabor-Dienstleistungen nutzen, acht Prozent ein Minilab, und nur noch 25 Prozent würden zu Hause printen.“ Dabei sei zu beobachten, daß die Nachfrage nach echten Bildern bei Digitalkameras um 73 Prozent steige, wenn die Konsumenten über die verfügbaren Dienstleistungen richtig informiert seien.

Zur Zeit hat Kodak in Europa ungefähr 5.000 Picture Maker Kiosks installiert – die meisten davon in Deutschland, Frankreich und den Benelux-Ländern. In den nächsten zwei oder drei Jahren soll die Zahl auf 20.000 steigen und damit die Infrastruktur nicht nur für die wachsende Zahl von Digitalkamera-Besitzern, sondern auch für die Nutzer von Fotohandys bieten. „Wir rechnen damit, daß Fotohandys bereits im Jahre 2005 die am weitesten verbreiteten Aufnahmegeräte sein werden“, sagte Guthrie. Schon 2006, fuhr er fort, könne man ein Marktvolumen von drei Milliarden Bildern von diesen Geräten in Europa erwarten. „Dabei gehen wir von durchschnittlich 300 Bildern im Jahr pro Nutzer und einem Printanteil von zehn Prozent aus.“ Wenn dieses Geschäft mit einer guten Infrastruktur und den richtigen Werbemaßnahmen unterstützt wird, rechnet Guthrie für spätere Jahre sogar mit einem Marktvolumen von zehn Milliarden Bildern.

NORITSU

QSS-3000

Analog & Digital, 600 Bilder/h*

* 9 x 13 cm

Das professionelle Werkzeug für Ihr digitales Bildergeschäft...

NORITSU (Deutschland) Willich | fon: +49 (0) 21 54. 91 57-0 | fax: +49 (0) 21 54. 91 57-70

Neuheiten, Seminare, Vorträge, Kontakte

PMA 2004 in Las Vegas

Bald ist es wieder soweit: Vom 12. bis zum 15. Februar 2004 findet in Las Vegas, Nevada, USA, die größte jährliche Foto- und Imagingmesse statt. Wieder stehen dort, neben den neuesten Produktinnovationen, Schulungen und Vorträge auf dem Programm. Ein umfassendes Rahmenprogramm sorgt dafür, daß Branchenkontakte geknüpft bzw. gepflegt werden können. Unter der Internetadresse http://pma2004.pmai.org können sich Interessenten für die Teilnahme an der Messe anmelden.

Vor und auch während der Messe werden einige der PMA angehörigen Sektionen ihre Konferenzen abhalten.
Im Vorfeld wird die PSPA (Professional School Photographers Association) vom 9. bis zum 11. Februar 2004 im Las Vegas Hilton Hotel tagen.
Vom 10. bis zum 11. Februar wird die alljährliche Konferenz der Digital Imaging Marketing Association (DIMA) im Las Vegas Convention Center veranstaltet.
Bereits zum zweiten Mal wird die DIMA während der gesamten PMA in der DIMA Digital Workflow Arena auf dem Messegelände einen professionellen Digital Imaging Workflow, von der Bildaufnahme bis zur -ausgabe, demonstrieren. Die jeweils halbstündigen Präsentationen werden beispielsweise alles Wissenswerte zum Thema professionelles Farbmanagement zusammenfassen. Zur Veranstaltung zählt auch die Präsentation von Produkten der Unternehmen Color Burst, Epson, Fujifilm, GretagMacbeth, Imacon und vielen anderen. Die Digital Workflow Arena der DIMA wird allen PMA-Messenbesuchern frei zugänglich sein. Nach jeder Präsentation gibt es ein Gewinnspiel mit Preisen. Am Ende der Messe gibt es dann noch einmal eine große Abschlußziehung, bei der ein Hauptpreis verlost wird. Jeder Messebesucher, der einmal an einer der Präsentationen teilgenommen hat, kann dabei mitmachen.

Dr. Klaus Petersen, Leiter des europäischen PMA Büros in München, kann jedem Fotohändler die Teilnahme an der PMA empfehlen.

Die Tagung der Photo Imaging Education Association (PIEA) inklusive Frühstück, Diskussionen am runden Tisch und vielem mehr findet vom 12. bis zum 15. Februar statt.

Die PMA 2004 wird wieder ein reichhaltiges Schulungsprogramm und ein buntes Rahmenprogramm bieten. „Gerade in der heutigen Zeit, in der wir im Foto- und Imagingmarkt beinahe täglich mit Innovationen wie Digitalkameras mit immer neuen Funktionen oder den Fotohandys zu tun haben, wird es für Fotohändlerinnen und -händler immer wichtiger, daß sie den Überblick über das Angebot behalten. Die PMA bietet dem Fotohandel sowohl Schulungen zu allen aktuellen Themen, die die Branche betreffen, als auch die Möglichkeit, auf der Messe die wichtigen Neuheiten aus erster Hand kennenzulernen“, faßt Dr. Petersen, Leiter des europäischen PMA Büros in München, die Vorzüge der größten jährlich stattfindenden Fotomesse zusammen.

Vorträge in deutscher Sprache

Wie in jedem Jahr wird es auch in 2004 wieder Vorträge in deutscher Sprache geben. Jeweils zwischen 14 und 15 Uhr finden sie an verschiedenen Tagen statt. Am Donnerstag, dem 12. Februar, wird Martin Wagner von der Ringfoto GmbH unter dem Titel „Digitale Zukunft – Auch für Sie?“ die neuesten Informationen über digitale Dienstleistungen, Produkte und Wege, damit Geld zu verdienen, den Zuhörern vermitteln.
Am Freitag, dem 13. Februar, wird Verleger Thomas Blömer vom Ratinger C.A.T.-Verlag unter dem Titel „Fliegende Bilder: Kamera-Handys als Chance für den Fotohandel!“ aufzeigen, wie der Fotohandel nicht nur über den Geräteverkauf, sondern auch durch neue Bilddienstleistungen mit diesen High-Tech-Produkten

Geld verdienen kann. Am Samstag, dem 14. Februar, hält Stephan Uhlenhuth von Uhlenhuth New Media unter dem Titel „Marketing für den Fotohändler“ einen Vortrag. Präsentiert werden die heißesten Produkte und Dienstleistungen im Foto- und Imagingsektor.
Fester Bestandteil der Messe wird auch in 2004 ein Golfturnier sein, das in diesem Jahr im Paiute Golf Resort ausgetragen wird.

Geänderte Öffnungszeiten

Merken sollten sich die Teilnehmer schon einmal die geänderten Öffnungszeiten. So wird am Donnerstag, dem 12. Februar 2004, die Messe ab 9 Uhr 45 geöffnet sein, eine Stunde früher als in den Jahren zuvor. Am Freitag und Samstag sind die Öffnungszeiten für die Messe von 10 Uhr 45 bis um 17 Uhr 30. Am Sonntag hat sie zwischen 9 Uhr und 13 Uhr geöffnet.

Empfänge

Die Messe wird auch in 2004 nicht nur viele Informationen zur Verfügung stellen, sondern auch Gelegenheiten für das Zusammentreffen der Branchenmitglieder bieten. „Keine andere Messe bietet die Möglichkeit, so viele branchen- und nationenübergeifende Kontakte zu knüpfen wie die PMA. Hier entstehen Beziehungen, die sich häufig als wichtiges Netzwerk für geschäftliche Aktivitäten entpuppen. Daher kann ich den Besuch unserer nationalen und internationalen Empfänge nur empfehlen“, so Dr. Petersen.
Der PMA Welcome Reception findet am Mittwoch, dem 11. Februar, zwischen 17 und 18 Uhr statt und bietet Gelegenheit, mit internationalen Kollegen der Branche zusammenzutreffen. Der Empfang für die europäischen PMA-Mitglieder findet am Freitag, dem 13. Februar, in der Zeit zwischen 18 Uhr 30 und 19 Uhr 30 statt.
Ein ganz besonderes gesellschaftliches Ereignis stellt wie in jedem Jahr die PMA Big Night dar. Eröffnet wird sie am Samstag, dem 14. Februar, zwischen 17 Uhr 30 und 18 Uhr 30 mit einem Empfang im Mandalay Bay Resort. Am selben Ort startet dann ab 19 Uhr die Big Night. Präsentiert wird hier das bekannte Musical „Mamma Mia!“ mit 22 Songs der legendären schwedischen Popband ABBA.
Wie immer stehen auch Panels mit hochkarätigen Vertretern aus der Industrie auf dem Programm. Am Freitag, dem 12. Februar, wird der an der London School of Economics ausgebildete Wirtschaftswissenschaftler und langjährige CNN-Journalist Stuart Varney ein ausgesuchtes Forum führender Mitglieder der Foto- und Imaging-Industrie interviewen. Die Official Business Session findet unter dem Titel „Visionaries Panel“ von 8 Uhr 30 bis 9 Uhr 45 statt. Zu den Diskussionsteilnehmern zählen Daniel Carp, Chairman und CEO der Eastman Kodak Company, Shigetaka Komori, Präsident und CEO Fuji Photo Film Co. Ltd., Dr. Ludo Verhoeven, CEO Agfa-Gevaert NV, Norio Niwa, Executive Vice President Seiko Epson, und Vyomesh Joshi, Executive Vice President der Imaging und Printing Group von Hewlett-Packard.

Reisearrangements

Auch in diesem Jahr hat die PMA wieder komplette Reisearrangements vorbereitet. So hat beispielsweise tii events ein spezielles Angebot inklusive Hin- und Rückflug von/bis Frankfurt/Las Vegas mit vier Übernachtungen im Riviera Ressort and Casino Hotel vom 11. bis zum 16. Februar für 788,- Euro zusammengestellt. Der Aufpreis für ein Einzelzimmer beträgt 196,- Euro. Weitere Hotels, Business Class-Flüge und individuelle Arrangements sind auf Anfrage erhältlich. Auskünfte erteilt Günther Koch von der tii events GmbH, Nockherstr. 56, D-81541 München, Telefon: xx49-89-62232152, Fax: xx49-89-62121430, E-Mail: gk@tii-events.de.
Das Reisebüro ICT Reisen bietet ein Arrangement mit Hin- und Rückflug von/bis Frankfurt inklusive drei Übernachtungen im Stratosphere Hotel vom 12. bis zum 15. Februar für 895 Euro an. Fünf Übernachtungen kosten 1.025,- Euro. Auch hier sind weitere Hotelbuchungen, Einzelzimmerreservierungen und individuelle Reisen buchbar. Weitere Auskünfte erteilt Werner Hofmann von der ICT Reisen Werner Hofmann GmbH, Europaplatz 7, 72072 Tübingen, Telefon: ++49-7071-93-0, Fax: ++49-7071-37061, E-Mail: ICTDMC@aol.com.
Weitere Informationen, beispielsweise zu den Ausstellermodalitäten, für die Anmeldung als Messebesucher oder über die besten Reisemöglichkeiten nach Las Vegas, gibt es beim PMA European Office, Leopoldstr. 236, 80807 München, Telefon: 089-399686, Fax: 089-2730291. höl

1957. Die erste elektronische Farbkontrolle – nicht nur für ungewöhnlich kultivierte Kunden.
Agfa Colormat: seiner Zeit voraus

1957. Der Agfa Colormat macht als weltweit erstes Gerät seiner Art die elektronische Farbsteuerung bei Farbkopien möglich – und das mit einer Leistung von 750 Prints pro Tag.

Milestones in history – made by Agfa.

AGFA Agfa

Großlabors planen gemeinsame PR-Aktion für digitale Bilder

Wege aus der Talsohle

Die deutschen Großlabors wollen im kommenden Jahr mit einer gemeinsamen PR-Aktion dem rasant wachsenden Markt für digitale Bilder weitere Impulse geben. Das gab der Vorstand des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL) auf einer Pressekonferenz anläßlich der Mitglieder-Versammlung am 14. November in Berlin bekannt. Trotz sichtbarer Rückgänge im analogen Bildermarkt geben die Wachstumsraten im Digitalsegment inzwischen Grund zu der Hoffnung, daß die Talsohle im Bildergeschäft in Kürze durchschritten ist.

Bereits im vergangenen Jahr hatte die Mitglieder-Versammlung des BGL ein Budget für Gemeinschaftsaktivitäten mit dem Photoindustrie-Verband zur Förderung des digitalen Bildergeschäftes genehmigt. Nachdem sich der Photoindustrie-Verband im Frühjahr gegen eine Fortsetzung der gemeinsamen Aktivität ausgesprochen hatte, wurde dieser Betrag nicht abgerufen und soll noch zum Weihnachtsgeschäft dieses Jahres für eine PR-Aktion eingesetzt werden. „Damit wollen wir vor allem Frauenzeitschriften ansprechen, denn wir wissen, daß nicht nur die meisten Entwicklungsaufträge von Frauen abgegeben werden, sondern Frauen auch einen besonders starken Wunsch nach Papierbildern haben“, erklärte BGL-Vorsitzender Hubert Rothärmel (CeWe Color).

Für das kommende Jahr sind weitere PR-Aktivitäten geplant, um die Kunden des Fotohandels über das breite Angebot von Fotofinishing-Dienstleistungen für digitale Aufnahmen zu informieren. Die Mitglieder-Versammlung des BGL erklärte sich in diesem Zusammenhang spontan bereit, das Budget des Vorjahres zu verfünffachen. „Mit dieser Entscheidung, für die wir unseren Mitgliedern sehr dankbar sind, haben wir jetzt die Möglichkeit, auch dann eine gewisse Sichtbarkeit zu erreichen, wenn der Photoindustrie-Verband bei seiner ablehnenden Haltung in Sachen gemeinsamer Aktivitäten zur Entwicklung des digitalen Bildergeschäftes bleibt“, betonte Rothärmel. Durch gemeinsame Aktivitäten mit der Industrie, fuhr der BGL-Vorsitzende fort, könne natürlich im Sinne der gesamten Fotobranche eine größere Durchschlagskraft erreicht werden.

Ausgleich durch digitale Bilder

Die aktuellen Zahlen vom Bildermarkt machen deutlich, wie wichtig und zugleich erfolgversprechend es ist, das digitale Segment weiter zu fördern. Der BGL rechnet für das Gesamtjahr 2003 mit einem Rückgang der entwickelten Filme um bis zu 15 Millionen Stück. Besonders schnell nehmen dabei die Umkehrfilme ab; aber auch die Anzahl der Colornegativ-Filme in den BGL-Labors dürfte um 10 Millionen Stück oder mindestens sechs Prozent schrumpfen. Dies wird nach Einschätzung des BGL bei den analogen Bildern zu einem Rückgang in der Größenordnung von 300–400 Millionen Stück führen. „Mindestens die Hälfte davon wird aber bereits durch digitale Bilder kompensiert“, betonte Rothärmel. „Zudem hat sich die Zahl der in den

Vorstand und Geschäftsführung des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL) erläuterten auf einer Pressekonferenz in Berlin die Situation auf dem deutschen Bildermarkt: von links BGL-Geschäftsführer Michael Grütering, Helmut Reissmüller (Kodak), Hubert Rothärmel (CeWe Color) und Bernd Kraus (Eurocolor).

Großlabors hergestellten Bilder-CDs vom Film in diesem Jahr bislang mehr als verdoppelt. Wir rechnen mit einem Zuwachs von 3–4 Millionen Stück. Die im Vergleich zum Film höhere Wertschöpfung ermöglicht es dabei unseren Handelspartnern und uns, die Verluste aus der geringeren Zahl der Colornegativ-Entwicklungen zu einem guten Teil auszugleichen."

20 Prozent Umsatz mit Digital-Produkten

Die Zahl der digitalen Bilder, ergänzte BGL-Vorstandsmitglied Helmut Reissmüller (Kodak), ist in diesem Jahr bisher um rund 250 Prozent gewachsen. Der Umsatzanteil mit Digital-Produkten habe im Oktober bei rund 15 Prozent gelegen. Im Januar dieses Jahres seien es noch acht Prozent gewesen. Im Jahresdurchschnitt ergibt sich damit für die BGL-Labors bisher ein digitaler Umsatzanteil von zwölf Prozent. Diese Zahl dürfte nach Ansicht des BGL-Vorstandes bis zum Jahresende noch steigen, denn die Verantwortlichen rechnen damit, daß der Umsatzanteil von Digital-Produkten bereits im Dezember die 20-Prozent-Marke erreichen könnte. „Es ist wahrscheinlich, daß die Großlabors im Dezember nächsten Jahres bereits fast ein Drittel ihrer Umsätze mit digitalen Produkten und Dienstleistungen erzielen werden", erklärte Reissmüller.

Große Aufträge

Während sich das Fotografierverhalten von Digitalkamera-Besitzern nicht wesentlich von dem der analogen Fotografen unterscheidet, gibt es bei der Nutzung von Dienstleistungen einen wichtigen Unterschied: Die durchschnittliche Auftragsgröße ist bei digitalen Aufnahmen deutlich höher als beim Film. Sie liegt, so BGL-Vorstandsmitglied Bernd Kraus (Eurocolor), bei den Eurocolor-Annahmeterminals zur Zeit bei 56 Bildern und ist damit gegenüber dem Vorjahr nochmals um mehr als zehn Prozent gestiegen. Dabei verzeichnete das Großlabor-Unternehmen pro Terminal eine Durchschnittsmenge von 80 Aufträgen im Monat oder 3,6 pro Tag, aus der sich durchschnittlich 4.500 Bilder pro Terminal und Monat ergeben. Im Internet sind die durchschnittlichen Auftragsmengen etwas kleiner als bei Terminals, erreichen aber immer noch eine Größenordnung von mehr als 41 Bildern.

Für das kommende Jahr erwarten die deutschen Großlabors mindestens eine Verdopplung der Zahl digitaler Bilder. Nach Ansicht von Bernd Kraus ist das eine eher vorsichtige Schätzung, denn die Zahl der verkauften Digitalkameras ist bis September dieses Jahres laut GfK bereits um 125 Prozent gewachsen. In jedem Fall, betonte das BGL-Vorstandsmitglied, seien in den deutschen Großlabors kräftige Investitionen notwendig. Denn der bisherige Maschinenpark reiche für die wirtschaftliche Produktion so großer Mengen digitaler Bilder in keinem Fall aus.

Schon über 5.000 Terminals

Investiert wird bei den BGL-Betrieben allerdings nicht nur in digitale Laborgeräte, sondern auch in immer mehr Annahmeterminals. Deren Zahl ist im laufenden Jahr von rund 1.000 auf über 5.000 installierte Geräte geradezu explodiert. Im kommenden Jahr soll noch einmal die selbe Menge dazukommen. Dabei entspricht die Verteilung auf die unterschiedlichen Vertriebswege im Prinzip den entsprechenden Marktanteilen im analogen Geschäft. „Wir können auch im digitalen Bildergeschäft Realitäten des Marktes nicht ignorieren", erklärte Hubert Rothärmel. „Es geht darum, eine Infrastruktur mit kurzen Wegen für die Konsumenten zu schaffen, die digitale Bilddienstleistungen in gleicher Weise zugänglich macht wie analoge. Für Standorte mit sehr geringem Auftragsaufkommen, zum Beispiel Lebensmittel-Supermärkte, wird sich der Einstieg in das digitale Bildergeschäft zur Zeit allerdings nicht lohnen."

Auf der Basis der aktuellen Marktentwicklung, das wurde in Berlin deutlich, sehen die BGL-Großlabors der Zukunft mit vorsichtigem Optimismus entgegen. Die rasant steigende Zahl digitaler Bilder und die allgemein erwartete Verbesserung der wirtschaftlichen Lage – auch im Tourismus – wird nach Einschätzung des BGL im kommenden Jahr nicht nur den Rückgang im analogen Segment kompensieren, sondern spätestens im Jahr 2005 wieder für Wachstum bei der Gesamtzahl der Bilder sorgen. „Auch in der digitalen Zukunft gibt es einen großen Fotofinishing-Markt, den wir mit unseren Partnern im Fotohandel gemeinsam entwickeln können", resümierte Rothärmel. „Die analogen Fotoarbeiten müssen dazu weiter gepflegt und die digitalen Dienstleistungen noch intensiver gefördert werden."

1969. Die wirtschaftliche Serien-Produktion – nicht nur für Flower-Power-Kombos.
Agfa Autoprint: seiner Zeit voraus

1969. Der Agfa Colormator Automatic Printer ist Kernstück eines völlig neuen Systems zum automatischen Filmkopieren von der Rolle. Er verarbeitet 2.000 und später sogar 3.500 Farbkopien pro Stunde. Dieses System ist heute noch als Agfa Autoprint im Einsatz.

Milestones in history – made by Agfa.

Canon Europa will den Home-Printing-Markt gemeinsam mit dem Fotohandel entwickeln

Emotion und Marke

Interview mit Alessandro Stanzani,

Leiter Marketing Canon Consumer Imaging Europa

Alessandro Stanzani, Leiter Marketing Canon Consumer Imaging Europa

Mit der Einführung erfolgreicher Produkte ist Canon innerhalb kurzer Zeit zum Marktführer unter den Digitalkamera-Anbietern in Europa geworden. Zuletzt sorgte das Unternehmen mit der Einführung der neuen Canon EOS 300D für Aufsehen. Dieses Spiegelreflex-Modell eröffnete mit einem revolutionären Preis-/Leistungsverhältnis sozusagen eine neue Produktkategorie. Für Alessandro Stanzani, der in der Canon Europa Zentrale in Amstelveen für das Marketing im Bereich Consumer Imaging verantwortlich ist, ist dieser Erfolg auch eine Herausforderung. Denn Canon will in der Zukunft nicht nur seine Führungsposition im Kameragescheft verteidigen, sondern auch das Home-Printing-Segment zu einem wirklichen Massenmarkt weiterentwickeln. Dabei soll der Fotohandel eine Schlüsselrolle spielen. imaging+foto-contact hat mit Alessandro Stanzani über die Strategien des Unternehmens gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Stanzani, nach einem außerordentlich erfolgreichen Jahr für Canon in Europa wollen Sie sich sicher nicht auf Ihren Lorbeeren ausruhen. Wo liegen Ihre nächsten Prioritäten?

Alessandro Stanzani: Das Jahr 2003 ist für uns tatsächlich in Europa besonders erfolgreich verlaufen. Als langjähriger Marktführer im Bereich der analogen Kameras konnten wir diese Position jetzt auch im digitalen Segment besetzen. Unsere Partner im Fotohandel erwarten deshalb völlig zu Recht, daß wir den dynamischen Markt für digitale Fotografie mit innovativen Produkten und Marketingstrategien weiterentwickeln. Das bedeutet für uns nicht nur, den Digitalkamera-Markt weiter zu vergrößern, sondern auch die Nachfrage nach Inkjet-Druckern und Verbrauchsmaterialien zu stärken. Dabei wollen wir eng mit unseren Handelspartnern zusammenarbeiten, damit die Endkunden schnell verstehen, wieviel Spaß es macht, auf einfache Weise Bilder zu Hause auszudrucken.

imaging+foto-contact: Die Marktforschung hat festgestellt, daß die Besitzer von Digitalkameras zwar sehr viel mehr fotografieren als die von analogen Geräten, aber nur einen Teil ihrer Bilder drucken bzw. drucken lassen. Sind Digitalfotografen weniger an Prints interessiert?

Alessandro Stanzani: Der Leiter des Geschäftsfeldes Canon Consumer Imaging in Europa, Herr Komatsuzaki, hat in diesem Jahr in Ihrer Zeitschrift bereits unsere Marktforschungsergebnisse erwähnt, daß auch Digitalfotografen großen Wert auf gute Papierbilder von ihren Aufnahmen legen. Allerdings gibt es in der Realität des Marktes leider immer noch ein Mißverhältnis zwischen dieser Nachfrage nach Bildern und einem entsprechenden Angebot. Im Dienstleistungssegment ist die Infrastruktur für Bild-Dienst-

leistungen – durch Großlabors oder Minilabs – noch nicht ausreichend entwickelt. Und was das Drucken zu Hause angeht, so hat die Mehrheit der Endkunden leider noch nicht verstanden, wieviel Spaß es macht, Bilder selbst auszudrucken.

imaging+foto-contact: Sollte das nicht zuerst einfacher werden, bevor es Spaß machen kann?

Alessandro Stanzani: Es ist bereits einfach. Denn nachdem wir viele unserer erfolgreichen Inkjet-Drucker mit einer Direkt-Print-Funktion ausgestattet haben, ist das Selberdrucken wirklich kinderleicht geworden. Sie brauchen nichts weiter zu tun, als die Speicherkarte Ihrer Kamera in das Gerät zu stecken, Ihre Bilder auszusuchen und auf einen Knopf zu drücken. Die deutlichen Steigerungsraten, die wir beim Absatz solcher Drucker verzeichnen, zeigen deutlich, daß die Endkunden dies auch zu schätzen wissen, wenn sie es einmal verstanden haben. Der Grund dafür, daß viele Digitalkamera-Besitzer noch nicht selber drucken, liegt nicht darin, daß es zu schwierig ist, sondern daß sie nicht wissen, wie leicht es geht.

imaging+foto-contact: Mit welchen Marketing-Maßnahmen wollen Sie das ändern?

Alessandro Stanzani: Wir haben bereits eine umfassende Werbekampagne mit der klaren Aussage gestartet, wie einfach und bequem es ist, Bilder selber auszudrucken. Aber mit Werbung allein können wir nicht erklären, wieviel Spaß das macht. Deshalb wollen wir eng mit unseren Handelspartnern zusammenarbeiten, um durch Live-Promotions im Geschäft und andere Aktivitäten, bei denen die Konsumenten unsere Produkte ausprobieren können, den Spaßfaktor besonders deutlich machen.

imaging+foto-contact: Welche Funktion kommt Ihrer Meinung nach dabei Messeveranstaltungen zu? In diesem Jahr haben Sie bekanntlich nicht auf der Internationalen Funkausstellung ausgestellt, und vor kurzem hat Ihr Unternehmen bekanntgegeben, nicht mit einem eigenen Stand auf der kommenden CeBIT vertreten zu sein.

Alessandro Stanzani: Das bedeutet keine generelle Ablehnung von Messeveranstaltungen als Kommunikationsplattform. Wie jedes andere Unternehmen analysieren wir ständig das Verhältnis der Kosten und Ergebnisse von Messeveranstaltungen, an denen wir teilnehmen. Sowohl die Internationale Funkausstellung als auch die CeBIT richten sich vornehmlich an Konsumenten. Die Endkunden können heutzutage aktuelle Informationen über das Internet erhalten oder die neuesten Produkte im nächsten Fachgeschäft oder Fachmarkt ausprobieren – ohne vorher eine Eintrittskarte kaufen zu müssen. Es ist deshalb nicht unlogisch für ein Unternehmen wie Canon, daß wir einen Teil unserer Investitionen auf diese Kanäle verlagern. Zudem haben wir, wie Sie wissen, in Berlin ein völlig neues Konzept entwickelt, indem wir unsere Produkte und Dienstleistungen nicht auf einem Messestand, sondern in einem Zelt am Potsdamer Platz den Endkunden und unseren Handelspartnern gezeigt haben. Vom wirtschaftlichen Standpunkt her war das außerordentlich erfolgreich. Die höchste Priorität auf Messen liegt für uns darin, die Beziehungen zu unseren Handelspartnern zu vertiefen. Der Kontakt mit den Endkunden ist ein Zusatznutzen – und dieser Nutzen ist naturgemäß beschränkt. Auf der einen Seite kosten Großmessen viel Geld für den Stand, Personal, Hotels etc. Auf der anderen Seite ist die Zahl der Kontakte auf solchen Messen durch die begrenzten Dimensionen des Standes, die Zahl der Mitarbeiter und die knappe Zeit der Besucher begrenzt. Denn schließlich kann sich niemand stundenlang an unserem Stand aufhalten, weil er ja noch andere Aussteller besuchen möchte. Auf der Grundlage unserer Erfahrungen in Berlin werden wir anstelle eines eigenen Standes auf der CeBIT ein alternatives Format unter unserer eigenen Flagge entwickeln. Es ist zu früh, jetzt über Einzelheiten zu reden. Aber wir sind schon heute sicher, daß wir auf diese Weise den Kontakt zu unseren Kunden vertiefen können.

imaging+foto-contact: Welche Meinung haben Sie in diesem Zusammenhang über andere wichtige Messen wie die PMA und die photokina?

Alessandro Stanzani: Diese Veranstaltungen sind in weitaus höherem Maße als die erwähnten Messen auf unsere Branche und unsere Kunden fokus-

1984. Total Film Scanning – nicht nur für schreiende Farben in Top-Qualität.
Agfa MSP: seiner Zeit voraus

1984. Der Agfa Multiscanning Printer revolutioniert das Großfinishing: Mit minimalem Bedienungsaufwand erreicht er mit dem Total Film Scanning System eine bis dato undenkbare Bildqualität – und das mit 18.000 Bildern pro Stunde.

Milestones in history – made by Agfa.

AGFA Agfa

siert. Deshalb halte ich eine Beteiligung von Canon für eine lohnende Investition. Wir stellen ja nicht den Wert von Messen insgesamt in Frage, sondern konzentrieren unsere Mittel auf die Veranstaltungen, auf denen wir unsere Ziele am besten erreichen können. Canon ist eine sehr starke Imaging-Marke – und zwar für Endkunden und den Fotohandel gleichermaßen. Um diese Position auszubauen, müssen wir die Loyalität zu unserer Marke beim Fotohandel und bei den Distributoren stärken. Diese Loyalität hängt ja nicht nur von unseren Produkten ab, sondern auch von emotionalen Faktoren. Wir wollen, daß unsere Handelspartner unserem Unternehmen vertrauen. Dafür ist die Qualität der Beziehung entscheidend. Und diese Qualität läßt sich besser in einer Umgebung realisieren, wo die Stärke unserer Marke in persönlichem Kontakt zu unseren Kunden kommuniziert werden kann. Nur so können wir den Imaging-Markt gemeinsam mit unseren Handelspartnern weiterentwickeln.

imaging+foto-contact: Kommen wir nochmals auf das Thema Home-Printing zurück. Wenn Sie sich darauf konzentrieren, bringen Sie dann Ihre Handelspartner nicht in einen Konflikt mit dem Bildergeschäft im Dienstleistungsbereich – also über Großlabors, Minilabs oder Kiosks?

Alessandro Stanzani: Ich glaube nicht, daß es tatsächlich eine Konkurrenzsituation zwischen diesen Segmenten gibt. Eine gute Dienstleistungs-Infrastruktur, zum Beispiel durch Kiosks, zeigt den Endkunden in erster Linie, daß man von digitalen Aufnahmen gute Bilder bekommen kann. Das Selberdrucken zu Hause ist mit Sicherheit nicht die wirtschaftlichste Lösung, 50 oder 100 Bilder aus ihrem Urlaub auf Papier zu bringen. Aber es ist ein hervorragender Weg, Bilder zu bekommen, wenn man sie sofort haben will. Und es bietet die Möglichkeit, mehr aus den Bildern zu machen, die ihnen besonders wichtig sind. Auch das ist eine emotionale Geschichte: Wer selber druckt, kontrolliert den gesamten Prozeß und wird das Resultat besonders schätzen, weil er es selbst gemacht hat.

imaging+foto-contact: Zur Zeit entsteht mit den Kamerahandys ein rasant wachsender neuer Markt. Werden diese Geräte nicht die Fotografierkultur nochmals völlig verändern und vielleicht sogar das Kamerageschäft beeinträchtigen?

Alessandro Stanzani: Ich halte Kamerahandys wirklich nicht für eine Bedrohung unseres Geschäftes. Ganz im Gegenteil: Diese Geräte bringen Menschen zum Fotografieren, die früher nie eine Kamera angefaßt haben, ohne daß die Resultate mit denen einer richtigen Digitalkamera vergleichbar wären. Denn mit einer Handykamera ist es einfach zu fotografieren, aber bestimmt nicht einfach, ein wirklich gutes Bild zu machen. Deshalb halte ich es für wahrscheinlich, daß diese Geräte ein großes Potential haben, neue Nachfrage nach Digitalkameras zu erzeugen. Dabei ist die grundsätzliche Idee, die hinter Kamerahandys steht, natürlich faszinierend. Es ist eine sehr digitale Idee: Denn digital bedeutet, jederzeit mit der Umwelt verbunden zu sein. Das können Sie mit einem Kamerahandy heute erreichen und morgen vielleicht mit einer Handykamera. Denn ich sehe keinen Grund, warum man eine Digitalkamera nicht mit einem Modul zur Verbindung mit Telekommunikationsnetzwerken ausstatten sollte.

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

i+fc Nachrichten

Auch die PPS Gruppe kam zur Hansephot Hausmesse

Traditionell hat beim Foto-Großhandel Hansephot in Rostock am zweiten Wochenende im November die alljährliche Hausmesse stattgefunden. Führende Kamera- und Filmhersteller zeigten dort ihre aktuellen Produkte und warteten mit zahlreichen Angeboten auf. Außerdem präsentierten sich mehrere Zubehörlieferanten. Erstmals erfolgte auf dieser Messe auch eine gemeinsame Vorstellung der PPS-Gruppe durch die Unterstützung von PPS Düsseldorf. Damit wurde eine stärkere Ausrichtung auf digitale und analoge Profi-Fotografen möglich. Abgerundet wurde das Angebot durch die Präsentation von Ausgabegeräten des Herstellers Epson. Wie Hansephot Geschäftsführer Bernd May berichtete, kamen über 20 Prozent mehr Besucher als zur Hausmesse 2002, und diese sorgten für erheblich höhere Umsätze. May: „Die Händler nutzten sehr ausgiebig die Mög-lichkeit des Lagerverkaufs, um für das Weihnachtsgeschäft entsprechend Waren zu ordern.“ Neben dem Verkauf standen laut May die fachliche Beratung über den möglichen Einstieg in die Digitalfotografie sowie entsprechende Ausgabegeräte im Mittelpunkt der Messe. „Gerade auch für kleine und mittlere Händler und Fotografen war der Vergleich mehrerer Systeme hilfreich bei der Entscheidungsfindung für die künftige Sortimentsgestaltung und ihre weitere Arbeit“, resümierte May.

www.agfa.com

2004. Willkommen in der Zukunft des WSF!
Agfa d-ws: seiner Zeit voraus

Die Zukunft hat begonnen: mit Agfa d-ws – dem ersten digitalen Wholesale Finishing System – können erstmals analoge und digitale Aufträge in einen einzigen digitalen Workflow eingespeist und in höchster d-TFS Bildqualität mit 20.000 Prints/h ausgegeben werden. Dabei gewährleistet die offene Systemarchitektur die Integration jedes digitalen In- und Outputs in den Mainstream-Workflow.

Willkommen in der Zukunft des Wholesale-Finishings!

Agfa d-ws: the new milestone in evolution – made by Agfa.

d-ws

AGFA Agfa

europa-foto Einkaufsmesse in Wiesbaden

Margen, Rating und Neuheiten

Die Themen Margensicherung, Rating des Fotohandels und neue Produktgruppen wie Beamer, Fotohandys und Homeprinting haben im Vordergrund der europa-foto Einkaufsmesse gestanden, die im Oktober in der Rhein-Main-Halle in Wiesbaden stattfand.

Mehr als 220 Besucher kamen, um sich bei über 80 namhaften Ausstellern der Foto- und Imagingindustrie über aktuelle Produkte zu informieren und mit den Top-Managern der Unternehmen persönliche Gespräche zu führen. Robby Kreft, Geschäftsführer von europa-foto, betonte, daß außer Digitalkameras und Zubehör vor allem auch Beamer, Homeprinting und Fotohandys zu den strategisch wichtigen Produktsortimenten des Fotohandels gehören müssen. In diesen Bereichen sieht er für europa-foto Mitglieder neben dem digitalen Bildergeschäft die größten Potentiale.

Neben vielen Marketingideen der europa-foto-Zentrale wurde das Ratenkauf-Konzept der Aktivbank in den Vordergrund gestellt. Mit diesem können Händler ihren Kunden für teurere Produkte einen Null-Prozent-Zins-Kredit über 24 Monate anbieten. Durch diese Maßnahme tritt der tatsächliche Verkaufspreis beim Verbraucher in den Hintergrund – und die Marge des Händlers ist gesichert. Wie Umfragen bestätigen, sind mehr als 40 Prozent aller Endverbraucher bei teuren Produkten an einer Ratenzahlung stark interessiert.

Ein Thema auf der Einkaufsmesse drehte sich um das Rating des Fotohandels, also der Einschätzung der Banken über dessen Kreditwürdigkeit. europa-foto sieht in diesem Punkt dringenden Handlungsbedarf, vor allem was das Image des Fotohandels angeht. „Wir werden von den Ratingagenturen regelrecht durch den Kakao gezogen, und nach diesen Branchenratings richtet sich die Mehrzahl aller Banken“, so Kreft. „So bewertet beispielsweise die Feri Research GmbH das Wachstumspotential des Fotohandels mit Note 6, also sehr schlecht. Das ist ein Skandal, denn Fotohändler werden da mit anderen Branchen gemeinsam bewertet. Und das führt zu diesem schlechten Ergebnis. Im übrigen sind mittlerweile die Mitglieder der Fotoco, wie aus Bankenkreisen zu erfahren war, aus dieser Bewertung ausgeschlossen. Da diese in der Regel weit über dem Branchendurchschnitt liegen, wären die Einschätzungen oft geradezu absurd. Hier wird unsere Branche systematisch heruntergeprügelt – zum Schaden aller.“ Die europa-foto-Gruppe werde sich umgehend an den Bundesverband Technik des Einzelhandels wenden, um ein weiteres Vorgehen zu eruieren und so weiteren Schaden abzuwenden, kündigte Kreft an

Sehr erfolgreich hat europa-foto eine ganze Reihe an Seminaren für seine Mitglieder im Angebot: Auf den Start-Workshops für ein erfolgreiches Handygeschäft werden die maximal 15 Teilnehmer innerhalb von einem Tag in die Lage versetzt, ab sofort Handys und Zubehör professionell zu verkaufen. Weitere Themen von aktuellen europa-foto Seminaren drehen sich um „Kundensegmentierung“ sowie die Grundfunktionen zum Verkauf von Waren über die Internet-Plattform eBay.

Wie immer beteiligten sich auch Fujifilm, Kodak und Nikon an der europa-foto Einkaufsmesse in Wiebaden.

Das Konzept der europa-foto Einkaufsmessen ist für alle Beteiligten nach wie vor attraktiv. Kreft: „Die Top 50 unserer Mitglieder waren anwesend und trafen auf die wichtigsten Geschäftsführer und Vertriebsleiter auf seiten der ausstellenden Unternehmen. Damit ist die Einkaufsmesse ein ideales Forum, um seitens der Entscheider die richtigen Gespräche zu führen, gemeinsame Strategien zu entwickeln und letztlich gute Geschäfte zu machen.“

CASIO.

Small cameras.
Big business.

Die einzigartigen EXILIM Digital Cameras von CASIO.

EX-Z3 .....3,2 Mega Pixel

EX-S3

neu

EX-S20 .....2,0 Mega Pixel

neu

EX-M20

neu

EX-Z4 .....4,0 Mega Pixel

EISA AWARDS Digital Mini Camera 2003-2004 Casio Exilim EX-Z3

foto MAGAZIN sehr gut Ausgabe 7/2003 EXILIM EX-Z3

PC go 7/03 TESTSIEGER EXILIM EX-Z3

MARKETING & INNOVATIONS CASIO EXILIM

Der Erfolg geht weiter: mit den exklusiven, schnellen und flachen EXILIM Digital Cameras. Ob 3fach optischer Zoom, extragroßes 2 Zoll TFT-Farbdisplay, Movie mit Ton, 10 MB interner Speicher und Speicherkartenslot für SD-/MMC-Speicherkarten, MP3-Player oder die praktische USB-Dockingstation – EXILIM Digital Cameras bieten für jeden Anspruch und jede Situation genau das richtige Modell. Sie werden begeistert sein – Ihre Kunden natürlich auch.

EX-Z4 USB-Dockingstation mit Dia-Show-Funktion

EX-S3 USB-Dockingstation mit Dia-Show-Funktion

EXILIM

www.exilim.de

Bezugsquelleninfo: CASIO Europe GmbH, Bornbarch 10, D-22848 Norderstedt • Österreich: Stadlbauer Marketing + Vertrieb Ges. mbH, Magazinstr. 4, A-5027 Salzburg
Schweiz: Hotline S.A., Via Magazzini Generali 8, CH-6828 Balerna, Tel.: +41 (0)91 683 20 91, Fax: +41 (0)91 683 34 44, E-Mail: info@hotline-int.ch, web: www.hotline-int.ch

Fusionierung von Konica und Minolta verläuft nach Plan

Gemeinsame Stärken

Der bereits Anfang dieses Jahres angekündigte Zusammenschluß von Konica und Minolta ist jetzt in der „heißen Phase". Nach der Etablierung der Konica Minolta Corporation in Tokio werden jetzt die Strukturen in Europa aufgebaut. imaging+foto-contact hat mit Konica Verkaufsleiter Martin Bongard über die Situation in Deutschland gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Bongard, wie werden Konica und Minolta in Deutschland zusammengeführt?

Martin Bongard: Sie haben ja bereits darüber berichtet, daß wir planmäßig am 1. Oktober die Reorganisation in Deutschland eingeleitet haben. Dazu gehörte die Übertragung der Geschäftsfelder Bürokommunikation einerseits und Kameras und Foto-Produkte andererseits in verschiedene Firmen. Der Kamera- und Fotobereich sowie die Produktgruppe Meßtechnik aus der Minolta Europe GmbH werden dabei auf das neue gemeinsame Unternehmen Konica Minolta Photo Imaging Europe übertragen. Dieses Unternehmen wird seinen Standort im Großraum München haben und als europäische Hauptverwaltung für Verkauf und Marketing aller Fotoprodukte, der Meßtechnik und medizinischer und grafischer Systeme fungieren. Auch Service und Support werden hier zu Hause sein, ebenso wie die deutsche Vertriebsgesellschaft.

imaging+foto-contact: Welche Konsequenzen ergeben sich dadurch zur Zeit für Ihre Kunden?

Martin Bongard: Noch gibt es keine gravierenden Veränderungen, denn die Reorganisation kann gesetzlich erst mit der Eintragung der einzelnen Unternehmen in die jeweiligen Handelsregister in Kraft treten. Damit rechnen wir im Laufe des Januar 2004. Für unsere Kunden bleiben die gewohnten Ansprechpartner bis auf weiteres erhalten.

imaging+foto-contact: Welche Effekte erwarten Sie nach der vollzogenen Fusion?

Martin Bongard: Durch die Zusammenführung von Konica und Minolta werden deutliche Synergie-Effekte entstehen – das ist ja schließlich auch Sinn der Sache. Dazu werden auch Kosteneinsparungen im Bereich der Verwaltung gehören, wo die doppelten Funktionen jetzt effizient zusammengeführt werden können. In Marketing und Vertrieb wird die Aufgabe dagegen eher umfangreicher.

imaging+foto-contact: Aus welchen Gründen?

Martin Bongard: Mit dem neuen Unternehmen Konica Minolta ist ein Vollsortimenter entstanden, dessen Produkt-Portfolio alle Segmente im Bereich Foto und Imaging abdeckt, wie Filme, analoge und digitale Kameras, Laborgeräte, Foto- und Inkjetpapiere, Scanner, Ferngläser usw.

imaging+foto-contact: Unter welcher Marke werden diese Produkte in Zukunft verkauft werden?

Martin Bongard: Das ist noch nicht für alle Produktbereiche endgültig entschieden. Ich kann Ihnen heute sagen,

Konica Verkaufsleiter Martin Bongard

daß unsere Laborgeräte in Zukunft das Label Konica Minolta tragen werden – schon die neuen digitalen Minilabs, die wir auf der PMA als Nachfolger unseres erfolgreichen Modells R1 einführen werden, kommen unter dieser Marke auf den Markt. Viele Händler werden zudem beobachtet haben, daß einzelne Kameramodelle – zum Beispiel die Konica KD420 und die Minolta A1 – auf der Umverpackung die Marke Konica Minolta tragen. In diesem Zusammenhang ist es sicher für Ihre Leser interessant, daß wir im Filmgeschäft den veränderten Gegebenheiten des Marktes Rechnung tragen und ab sofort auch auf dem deutschen Markt unsere Produkte als Handelsmarke anbieten. Das gilt auch für Einwegkameras.

imaging+foto-contact: In welchem Zeitrahmen ist der endgültige Zusammenschluß zu erwarten?

Martin Bongard: Es ist nicht einfach, für einen so komplexen Prozeß eindeutige Termine zu nennen. Zur Zeit befinden wir uns gut im Plan, und es ist sicher nicht unlogisch, eine weitgehende Konsolidierung in der neuen Konstellation zu Beginn des neuen Geschäftsjahres am 1. April zu erwarten. Auf jeden Fall werden wir uns als verläßlicher Partner mit einem besonders breiten Sortiment für unsere Kunden im Fotohandel aufstellen.

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

SONY

- Carl Zeiss Vario-Sonnar
- Effektive 5,0 MegaPixel
- Kann allein aufs Podium steigen, um die EISA und TIPA Awards entgegenzunehmen

TIPA TECHNICAL IMAGE PRESS ASSOCIATION BEST DIGITAL PROSUMER CAMERA SONY DSC-V1

EISA AWARDS DIGITAL COMPACT CAMERA 2003-2004 Sony Cybershot DSC-V1

Dank ihrer hervorragenden Qualität wurden der Sony DSC-V1 zwei angesehene Kamerapreise verliehen. Kein Wunder, schließlich bietet sie ein Carl Zeiss Vario-Sonnar, effektive 5,0 MegaPixel und vielfältige manuelle Einstellmöglichkeiten. Dazu kommt der Laser-Autofokus, mit dem Sie auch bei schwachem Licht gestochen scharfe Bilder machen. Und natürlich der NightFraming-Modus, mit dem Sie sogar bei völliger Dunkelheit zielsicher fotografieren. Bei aller technischen Brillanz kann die V1 allerdings auf kein Podium steigen, um einen Preis entgegenzunehmen. Allein kann sie auch keine tollen Motive entdecken. Dabei müssen Sie Ihr helfen.

Mit Memory Stick 32 MB im Lieferumfang. 'Sony', 'Cyber-shot' und 'Memory Stick' sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan. Das abgebildete VCL-DEH07V Weitwinkelobjetiv ist wahlweises Zubehör. Memory Stick PRO-Medien können nur mit Memory Stick PRO-kompatiblen Produkten verwendet werden.

Cyber-shot V1 MEMORY STICK PRO

Fordern Sie Ihren kostenlosen Testausdruck an. Mehr Informationen unter www.sony.de/cyber-shot

You make it a Sony

Eurocolor setzt auf flächendeckende Infrastruktur für digitale Dienstleistungen

Terminals bringen Wachstum für alle!

Interview mit Eurocolor Geschäftsführer Bernd Kraus

Bernd Kraus, Geschäftsführer Eurocolor

Die Wachstumsraten im digitalen Bildergeschäft übertreffen sogar die rasante Steigerung im Digitalkamera-Verkauf. Für die Großlabors wird es darum immer wichtiger, eine flächendeckende Infrastruktur zu schaffen. Eurocolor – mehrheitlich im Besitz von Fujifilm – hat diese Aufgabe schon seit Jahren zum strategischen Ziel erklärt. imaging+foto-contact sprach mit Geschäftsführer Bernd Kraus über die Perspektiven auf dem digitalen und analogen Bildermarkt.

imaging+foto-contact: Herr Kraus, der Bundesverband der Großlaboratorien hat soeben ermutigende Zahlen für das digitale Bildergeschäft bekanntgegeben (Anmerkung der Redaktion: siehe S. 14/15 dieser Ausgabe). Wie hat Eurocolor in diesem Marktsegment abgeschnitten?

Bernd Kraus: Das digitale Bildergeschäft hat für Eurocolor schon seit Jahren eine hohe Priorität. Deshalb liegen wir voll im positiven Markttrend. Die Zahl der digitalen Bilder ist im Laufe dieses Jahres in unserem Unternehmen um 250 Prozent gestiegen und liegt damit auf dem dreieinhalbfachen Niveau des Vorjahres. Im Oktober machten digitale Bildprodukte einschließlich der CD vom Film bereits 15 Prozent unseres Umsatzes aus. Wenn wir davon ausgehen, daß dieses Segment im kommenden Jahr nochmals um den Faktor 2,5 bis 3 zulegen wird – und danach sieht es aus – dann können wir nächstes Jahr die 30-Prozent-Marke erreichen. Das Bildaufkommen wird dann so groß sein, daß wir rechnerisch anderthalb Laborbetriebe damit voll auslasten können. Wir sind sicher, daß dieses Wachstum nicht nur die Chance bietet, den Rückgang an analogen Bildern zu kompensieren, sondern sogar neue Steigerungsraten im Gesamtmarkt für Bilder zu erzeugen.

imaging+foto-contact: Reicht das Angebot von digitalen Bild-Dienstleistungen im Fotohandel Ihrer Meinung für eine solche Entwicklung aus?

Bernd Kraus: Natürlich brauchen wir eine flächendeckende Infrastruktur, um das digitale Bildergeschäft genauso erfolgreich zu betreiben, wie wir es jahrzehntelang bei der Filmentwicklung getan haben. Das bedeutet, daß Terminals zur Annahme digitaler Bilddaten für alle Konsumenten auf kurzen Wegen erreichbar sein müssen. Dabei sind wir in diesem Jahr ein gutes Stück weitergekommen. Allein bei Eurocolor stieg die Zahl der installierten Terminals von 600 zum Jahresende 2002 auf aktuell 2.000. Auch unsere Mitbewerber weisen ähnliche Wachstumsraten auf. Ich finde, auf diese technische und logistische Leistung und auf das Vertrauen, das die Großlabors durch ihre Inventionen in den Markt beweisen, kann die ganze Branche stolz sein. Denn jedes Terminal trägt dazu bei, die Bekanntheit digitaler Bild-Dienstleistungen bei den Konsumenten zu erhöhen und den Markt weiterzuentwickeln. Im kommenden Jahr werden wir die Zahl der Terminals darum nochmals verdoppeln. Auf der Mitgliederversammlung des BGL konnten wir hören, daß unsere Mitbewerber ähnliche Pläne haben. Das ist im Interesse des Marktes zu begrüßen.

imaging+foto-contact: Welche Vertriebswege haben Sie bei dieser weiteren Ausweitung des Terminal-Geschäftes im Auge?

Bernd Kraus: Beim augenblicklichen Stand der Technik sind digitale Annahme-Terminals am besten dort aufgehoben, wo ein Mindestmaß an

Beratung zur Verfügung steht. Denn die Verbraucher sind ja erst dabei, sich an dieses neue Verfahren zu gewöhnen. Im Anteil der Vertriebskanäle bilden wir in der Präsenz unserer Terminals im Foto-Einzelhandel die Realitäten des Marktes ab, wie sie sich in den letzten Jahren im Bildergeschäft darstellen – mit der Ausnahme, daß sich ein Digital-Terminal an Standorten mit sehr geringem Volumen, zum Beispiel Lebensmittel-Supermärkte – zur Zeit sicher nicht rechnet.

imaging+foto-contact: Trifft das auch für Drogeriemärkte zu?

Bernd Kraus: Die Drogeriemärkte haben in den letzten Jahren im Bildergeschäft, wie Sie wissen, deutliche Marktanteile errungen. Der Rückgang im analogen Bereich trifft alle Kanäle, und deshalb wird auch in allen Kanälen nach Möglichkeiten zur Kompensation gesucht. Das Umsatzvolumen mit Fotoarbeiten ist für die großen Drogeriemarkt-Ketten heute nicht unbedeutend. Deshalb ist es nicht überraschend, daß dort auch Strategien für das digitale Bildergeschäft entwickelt und umgesetzt werden. An diesen Realitäten können und wollen wir nicht vorbeigehen.

imaging+foto-contact: Sie haben die Notwendigkeit von Beratung betont. Wäre es nicht sinnvoll, dem Fotohandel bei den digitalen Terminals einen gewissen Vorsprung zu lassen?

Bernd Kraus: Das wäre nicht nur, das ist sinnvoll, und deswegen haben wir bereits vor fünf Jahren das erste Terminal mit einer klaren Zielrichtung auf den Fachhandel auf den Markt gebracht. Wir haben seither dieses Konzept intensiv durch Vertriebsaktivitäten, Präsentationen auf Messen und Kooperationsveranstaltungen, Roadshows und durch Mailings unterstützt. Viele Fotohändler haben diese Botschaft verstanden und sind heute mit uns im digitalen Bildergeschäft erfolgreich. Besonders aktive Betriebe erreichen mit digitalen Bildprodukten bereits einen Anteil von 20 Prozent am Bilderumsatz – damit liegen sie deutlich über unserem Labordurchschnitt. An guten Standorten im Fachhandel können Sie heute schon mehrere Terminals in einem Geschäft sehen – und die sind auch ausgelastet. Andererseits bedeutet die gute Nachricht, daß sich bisher ein gutes Drittel unserer Kunden im Fotohandel für ein Terminal entschieden hat, umgekehrt, daß zwei Drittel diesen Schritt noch nicht getan haben. Eine restriktive Handhabung würde gerade den aktiven Fotohändlern eher schaden: Denn wenn kein flächendeckendes Angebot von Terminals zur Verfügung steht, dann profitiert nicht etwa der Fachhandel, sondern das Geschäft verlagert sich zu Internet-Anbietern, Mailorder-Unternehmen oder in den Computerhandel über das Home-Printing, nicht zu reden von den Digitalkamera-Besitzern, die mangels eines bequemen Angebotes auf echte Fotos von ihren digitalen Aufnahmen verzichten.

imaging+foto-contact: Ist die Investition für ein Terminal für viele Fotohändler nicht noch zu groß?

Bernd Kraus: Wir bieten unseren Kunden im Fotohandel ein Terminal als „Rundum-Sorglos-Paket“ bereits ab 99,- Euro im Monat an. Das beinhaltet das Gerät, die Installation, Einweisung, die Wartung, Hotline-Unterstützung und Werbematerialien. Angesichts der rasant wachsenden Nachfrage nach digitalen Bildern kann ich hier keine ernstzunehmende Hürde erkennen. Wir können unsere Kunden nicht vor Wettbewerb schützen. Aber wir bieten Ihnen ein absolut wettbewerbsfähiges Angebot, mit dem der Fotohandel genauso erfolgreich sein kann, wie er es lange Zeit im analogen Bildergeschäft gewesen ist.

imaging+foto-contact: Halten Sie denn die Sorge für unberechtigt, daß sich der Preiskrieg im analogen Segment im digitalen Markt wiederholen kann?

Bernd Kraus: Diese Sorge halten wir für berechtigt, und wir teilen sie. Wir werden darum alles in unserer Macht stehende tun, um eine ähnlich dramatische Entwicklung wie im analogen Segment bei den digitalen Bildern zu verhindern. Dabei spielt der Einkaufspreis unserer Kunden sicher eine Rolle, ohne daß wir krasse Auswüchse am Markt damit verhindern können. Für einen Cent hat nie ein Labor ein Bild abgegeben – diese Angebote wurden durch die vergleichsweise hohe Marge in der Filmentwicklung möglich. Überkapazitäten bei den Großlabors haben den Preisverfall beschleunigt. Und man muß es sagen: Auch die Preisgestaltung des Fachhandels, die es hungrigen Wettbewerbern am Anfang leicht machte, über den Preis Marktanteile zu gewinnen und dabei auch noch Geld zu verdienen, hat neue Anbieter hungrig gemacht. Wir haben allerdings Grund zu der Annahme, daß sich die Fehler, die im analogen Bildermarkt gemacht wurden, im digitalen Segment nicht wiederholen werden.

imaging+foto-contact: Welchen Grund haben Sie für diesen Optimismus?

Bernd Kraus: Heute haben preisaggressive Anbieter auch im analogen Markt keinen Spaß mehr, weil das Wachstum fehlt. Deshalb denken viele dieser Unternehmen bereits über Marketing-Maßnahmen nach, um den Trend umzukehren. Ich glaube nicht, daß in diesen Vertriebskanälen zur Zeit jemand ein Interesse daran hat, im digitalen Segment Geld zu verschenken. Und ich kann für unser Unternehmen versichern, daß wir aggressive Preisgestaltung nicht durch Zugeständnisse unterstützen. Bei Eurocolor ist jeder Digitalpreis

Interview mit Eurocolor Geschäftsführer Bernd Kraus

Chefsache – jedes Angebot geht über meinen Schreibtisch. Natürlich können auch wir keine Garantie darüber übernehmen, daß es nicht irgendwo und irgendwann Ausreißer geben wird. Aber an einen flächendeckenden Preisverfall wie beim analogen Bild glaube ich im Digitalmarkt nicht.

imaging+foto-contact: Der Einstieg der Drogeriemärkte braucht dem Fotohandel also keine Sorgen zu machen?

Bernd Kraus: Ich bin sicher, daß der Fotohandel das digitale Bildergeschäft mit uns erfolgreich betreiben kann. Und gerade bei den Terminals haben qualifizierte Vertriebsformen immer noch einen Vorsprung: Zur reinen Selbstbedienung sind sie nicht geeignet. Viele Verbraucher sind noch unsicher im Umgang mit dieser Technik, und sie brauchen immer wieder einmal Hilfe. Der Fotohandel hat das Personal, das dafür qualifiziert ist.

imaging+foto-contact: Hat das analoge Bildergeschäft Ihrer Meinung nach für den Fotohandel noch eine Bedeutung?

Bernd Kraus: Selbstverständlich. Wenn wir heute betonen, daß wir zehn oder 20 Prozent unserer Umsätze mit Digitalprodukten erzielen, dann heißt das ja umgekehrt, daß 80 bis 90 Prozent aus dem analogen Segment kommen. Meiner Meinung nach ist der klassische Film durch den digitalen Boom zu stark in den Hintergrund gedrängt worden. Auch das hat zur Entwertung der analogen Bilder beigetragen. Hier muß ich selbstkritisch feststellen, daß auch wir vor lauter Begeisterung für unsere digitale Erfolgsgeschichte zu wenig für das traditionelle Geschäft getan haben. Das wird sich ändern. Wir arbeiten darum an einem fachhandelsspezifischen Bilderkonzept, das dem Fotohandel eine Verbesserung der Wertschöpfung ermöglicht.

imaging+foto-contact: Was halten Sie in diesem Fall von fachhandelsexklusiven Markenbildern?

Bernd Kraus: Das ist im Prinzip eine gute Idee, der wir positiv gegenüberstehen. Für unser Unternehmen ist dabei wichtig, daß ein solches Angebot von der starken Marke Fuji unterstützt wird. Wir werden diese Marke in Zukunft stärker in den Vordergrund stellen – übrigens auch in unserem Unternehmensauftritt.

imaging+foto-contact: Lohnt sich dieser Aufwand für das analoge Segment angesichts der sinkenden Absatzzahlen für Filme dennoch?

Bernd Kraus: Die Zahl der analogen Filmentwicklungen wird in diesem Jahr um zehn bis 15 Prozent zurückgehen. Diese Entwicklung wird sich voraussichtlich auch in den kommenden Jahren fortsetzen. Wir glauben aber, daß sie nicht endlos weitergeht, sondern daß auf niedrigerem Niveau eine gewisse Stabilisierung eintreten wird. Unserer Einschätzung nach wird sich der Filmmarkt in Deutschland in einigen Jahren auf einem Volumen von 100 Millionen Filmen einpendeln. Das ist immer noch eine sehr ernstzunehmende Größe.

imaging+foto-contact: Wie beurteilen Sie die rasant steigende Popularität von Fotohandys?

Bernd Kraus: Wir bieten ja bereits seit einigen Monaten die Möglichkeit, unsere Annahme-Terminals mit einem Bluetooth-Modul auszustatten, das die drahtlose Übertragung von Handybildern ermöglicht. Daraus können Sie schließen, daß wir diesem Segment die gebührende Aufmerksamkeit schenken. Meiner Meinung bieten Fotohandys die große Chance, neue Zielgruppen für das Fotografieren zu erschließen. Für die ganze Fotobranche ergibt sich daraus die große Marketing-Aufgabe, Geschäftsmodelle für diese neuen Bilder zu finden. Daran arbeiten wir intensiv und werden zu gegebener Zeit mit entsprechenden Konzepten auf den Markt kommen. Der Fotohandel sollte dieses Segment ebenso ernst nehmen und sich frühzeitig als Dienstleister positionieren.

imaging+foto-contact: Während wir dieses Gespräch führen, ist die Nachricht vom Verkauf der Kodak Labors in Deutschland an die BHG Gruppe eingetroffen. Dürfen wir Sie um einen ersten Kommentar bitten?

Bernd Kraus: Diese Maßnahme bedeutet eine weitere Konzentration auf dem Großlabor-Markt, die angesichts der Marktlage nicht unerwartet ist. Nach den Ereignissen der letzten Wochen und Monate war damit zu rechnen, daß Kodak sich im Großlabor-Segment neu formiert. Ich gebe zu, daß ich von der Konstruktion, die jetzt gefunden wurde, durchaus überrascht bin. Allerdings schafft dieser Schritt auf dem Bildermarkt keine wirklich neuen Realitäten. Ich gehe darum nicht davon aus, daß es kurzfristig zu wesentlichen Veränderungen kommen wird.

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

Mobiler CD-Brenner mit Akku

Jobo hat ab sofort mit dem Disc Steno CP 200 einen weiteren mobilen CD-Brenner im Programm. Dieser ist mit der neuen Disc Spanning-Technologie ausgestattet. So lassen sich mit dem akkubetriebenen Gerät auch Speicherkarten mit Datenmengen über 1 GB verarbeiten. Sobald die Datenmenge nicht mehr auf eine CD paßt, fordert der Disc Steno CP 200 einfach eine weitere CD an und setzt den Brennvorgang fort. Dabei brennt das Gerät die Speicherkarten ohne Umweg über den Computer auf CDs, die Speicherkarten können anschließend weiterverwendet werden. Neben dem integrierten Lithium-Ionen-

Akku kann der CD-Brenner auch über einen Festnetzanschluß betrieben werden. Auch der Verwendung des Gerätes mit USB 2.0-Anschluß als externes CD-Laufwerk und als CD-Brenner am PC/Laptop steht nichts im Wege. Der Disc Steno CP 200 kann über seinen TV-Ausgang für alle PAL/NTSC Systeme direkt an einen Fernseher oder ein Display angeschlossen werden. Mit dem mobilen CD-Brenner kann auch problemlos eine Dia-Show angelegt werden. Die Bilder lassen sich in einer Slideshow anzeigen, drehen und zoomen, auch eine Thumbnaildarstellung ist möglich. Eine Fernbedienung zur Auswahl dieser Funktionen gehört zum Lieferumfang, ebenso das entsprechende RCA-Kabel. Am Fernsehgerät angeschlossen, kann man den CP 200 auch als MP3-Player einsetzen oder V-CDs abspielen. Mit Hilfe der Verify-Funktion erhält der Anwender stets sichere Informationen über den Fortschritt des Brennvorgangs auf CD. Der Disc Steno CP 200 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 349,- Euro.

Dörfer...Partner

Die einen sitzen noch am PC. Die anderen drucken schon.

NEU!

Fotos von CD, Memory-Card, Kamera oder Foto-Handy – brillant gedruckt mit dem EPSON Stylus Photo R300.

Ohne Umwege hinein ins Vergnügen: Mit dem neuen EPSON Stylus Photo R300 drucken Sie auch ganz ohne Rechner fantastische Fotos – direkt von fast allen Memory-Cards, von Digitalkameras*, von CD und optional auch per Bluetooth z. B. von geeigneten Foto-Handys. Sie können sogar CDs und DVDs individuell bedrucken – eine Möglichkeit, die Ihnen übrigens auch der EPSON Stylus Photo 950 und der EPSON Stylus Photo 2100 bieten! Da kommt Lust am Drucken auf. Aber keine Sorge: Dank der 6 einzeln austauschbaren Tintenpatronen bleiben die Verbrauchskosten erfreulich gering. In voller EPSON Qualität mit original EPSON Tinten und EPSON Fotopapieren. Also auf zum Händler:
Die Ersten drucken schon!

TYPISCH EPSON. DIE NEUE LUST AM DRUCKEN.

*Über USB-Direct Print oder PictBridge.

High Performance im perfekten Zusammenspiel:

Multimedia-Projektoren

Scanner

Digitalkameras

Drucker

www.epson.de

Info-Line: 0 18 05/23 41 10 (0,12 €/Min.)

COLOUR YOUR LIFE

EPSON®

Panasonic geht 2004 in die Foto-Offensive

Bildstabilisator für alle Lumix-Modelle

Panasonic startet 2004 gleich mit drei neuen Lumix-Digitalkameras ins Frühjahr. Das neue Topmodell, die DMC-FZ10, bietet eine 4-Megapixel-Auflösung und ein 12fach optisches Zoom. Die Lumix DMC-FX1 verfügt über eine 3-, die DMC-FX5 über eine 4-Megapixel-Auflösung. Allen drei gemeinsam ist die Ausstattung mit dem aus der Panasonic Camcorder-Technologie entliehenen Bildstabilisator.

Der O.I.S. (optischer Bildstabilisator) sorgt selbst beim Einsatz des 12fach-Zoomobjektivs des neuen Topmodells DMC-FZ10 für verwacklungsfreie Aufnahmen. Auch der typische kleine Verwackler, wenn man den Auslöseknopf drückt, wird ausgeglichen. Zudem verfügt O.I.S. jetzt über einen Modus, in dem das Objektiv automatisch die Bildmitte scharfstellt, so daß ein Maximum an Spielraum zu allen Seiten zur Verfügung steht. Zu den weiteren Highlights des neuen Flaggschiffs zählen das neuentwickelte DC Vario-Elmarit-Objektiv aus dem Hause Leica, das umgerechnet aufs Kleinbildformat eine Brennweite von 35 bis 420 mm bietet, und die manuelle Beeinflußmöglichkeit von Belichtung, Entfernung und Weißabgleich. Letzterer läßt sich bei der FZ10 in 300-Kelvin-Schritten bis plus/minus 1.500 Kelvin individuell einstellen. Auf der Suche nach dem perfekten Bild wird der Fotograf durch den In-Finder unterstützt, über den vertikale und horizontale Hilfslinien eingeblendet werden können. Außerdem zeigt die Kamera in einem Echtzeit-Histogramm über- oder unterbelichtete Bildteile an. Verschiedene Funktionen wie Makro, Sport, Portrait, bewegte Bilder oder Playback passen die Kameraeinstellungen automatisch an die jeweiligen Bedingungen an. Film- und Fotoaufnahmen können auf dem 2-Zoll-Farbdisplay mit 113.000 Pixeln begutachtet werden. Videosequenzen lassen sich in QVGA-Qualität aufzeichnen.

Die Lumix DMC-FX5 ist in den drei Farbstellungen Rot, Blau und Silber erhältlich.

Venus LSI-Prozessor

Herzstück sowohl der FZ10 als auch der beiden anderen Neuvorstellungen ist der neuentwickelte Venus LSI-Prozessor. Er liefert eine fast 50prozentige Verbesserung der diagonalen Auflösung und eine noch schnellere Bildverarbeitung. Nach der Aufnahme sind die Kameras sofort wieder einsatzbereit. Der Prozessor kommt auch einer effektiveren Serienbildfunktion zugute. So können die FZ10 und auch die FX1 acht Bilder in Folge in voller Größe bei bis zu vier Bildern pro Sekunde aufnehmen. Die 4-Megapixel-Digitalkamera DMC-FX5 bringt es auf immerhin sieben Aufnahmen in Serie.

Vario-Elmarit-Objektiv

Die Lumix-Kameras DMC-FX1 und DMC-FX5 sind mit einem neu entwickelten leistungsstarken Vario-Elmarit-Objektiv aus dem Hause Leica ausgestattet. Umgerechnet aufs Kleinbildformat liefern sie eine Brennweite von 35 bis 105 mm. Für perfekt gelungene Bilder bieten auch sie Features wie einen In-Finder, der auf Wunsch horizontale und vertikale Hilfslinien einblendet, ein Echtzeit-Histogramm oder Kameraeinstellung für Makro-, Portrait- oder Landschaftsaufnahmen. Für die kreative Veränderung der Aufnahmen stellt die Color Effect-Funktion die Farbeinstellungen Warm, Kalt oder Schwarzweiß zur Verfügung.
Beide Kameras nehmen bewegte Bilder mit 30 Frames in der Sekunde – dies entspricht der TV-Rate – im 320 x 240 Pixel-QVGA-Format auf. Für eine leichte Bedienbarkeit sorgt ein praktisches Einstellrad, über das alle Funktionen gewählt werden können. Für die Bildkontrolle steht ein 1,5-Zoll-Farb-LCD zur Verfügung. Die unverbindlichen Preisempfehlungen für die Kameras stehen noch nicht fest. höl

PENTAX for your precious moments

Der erste Eindruck zählt.

So auch bei der PENTAX Optio 33LF. Mit ihrem um 180° dreh- und schwenkbaren LCD-Monitor sorgt die Kleine für perfekten Überblick und verführt dazu, auch ungewohnte Perspektiven ins Spiel zu bringen. Die 3,2 Megapixel-Kamera mit optischem 3fach-Zoom, acht Motivprogrammen, Panorama-Assistent, Digitalfilter, Belichtungsreihenautomatik u.v.m. garantiert gelungene Bilder. Da fällt Ihnen die Entscheidung ganz sicher leicht.

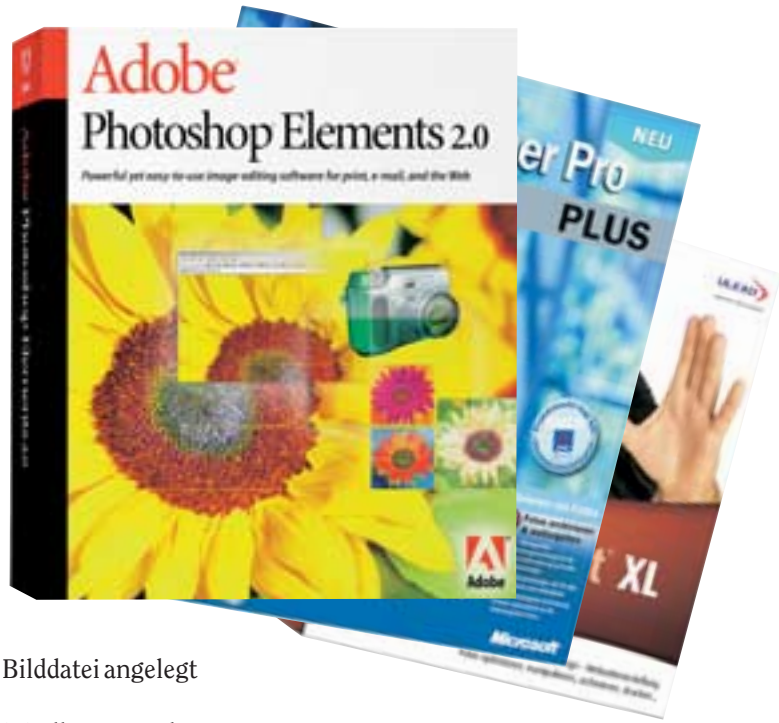
www.pentax.de

Lassen Sie sich überzeugen. Die neue Optio 33LF.

PENTAX

Software zur Bearbeitung und Rettung digitaler Bilddateien

Für perfekte Fotos



Digitalkameras erfreuen sich bei den Kunden immer größerer Beliebtheit. Mit der Freude an der Digitalfotografie steigt auch gleichzeitig die Freude an der Bearbeitung der Fotos. Mit Hilfe der neuen Bildbearbeitungsprogramme werden die Archivierung, Optimierung und die kreative Veränderung der Aufnahmen zum Kinderspiel. Doch was tun, wenn die Bilder aus welchen Gründen auch immer bei der Übertragung auf den Computer beschädigt werden oder gar verlorengehen? Für diese Fälle haben verschiedene Anbieter eine spezielle Datenrettungssoftware im Programm.

Adobe bietet mit Photoshop Elements 2.0 ein einfach zu bedienendes Programm für die Bearbeitung digitaler Bilder. Leistungsstarke Werkzeuge und Funktionen ermöglichen es dem Anwender von Digitalkameras oder Scannern, eingelesene Fotos zu korrigieren, zu verbessern, Originale mit den neuen Pinseln, Texturen und Spezialeffekten zu erstellen, mehrere Fotos zu Panoramen zu verbinden und viele andere Bearbeitungsaufgaben durchzuführen. Einsteiger werden dabei von einem intuitiven Hilfssystem unterstützt.
Bereits der Begrüßungsbildschirm, der nach dem Einlegen des Programms erscheint, bietet Verknüpfungen zu den Befehlen, die zu Beginn einer Anwendung benötigt werden. Mit einem Klick kann eine neue Bilddatei angelegt werden, ein Foto von einer Digitalkamera oder einem Scanner übertragen, Online-Übungen aufgetragen oder Antworten zu häufig gestellten Fragen gefunden werden.
Der neue, verbesserte Datei-Browser, ermöglicht die schnelle Vorschau, das Öffnen und Organisieren von Fotos und den Zugriff auf wichtige Metadaten, wie zum Beispiel Exif-Dateien. Per Stapelverarbeitung können unübersichtliche Dateinamen der Digitalkamera in beschreibende Namen umgewandelt werden, Bildgrößen für die Veröffentlichung im Web geändert oder Fotosammlungen in einem anderen Dateiformat gespeichert werden.

Der erweiterte Datei-Browser ist ein effizientes Werkzeug für die Verwaltung von Bild-Dateien. Ohne eine Datei öffnen zu müssen, können in diesem Fenster beispielsweise Bilder einzeln oder gruppenweise umbenannt werden.

Für die schnelle Fehlerkorrektur an Fotos stehen verschiedene Features zur Verfügung. So können im QuickFix-Dialog mit wenigen Klicks Farb- und Belichtungsanpassungen vorgenommen werden. Die Funktion Farbvariation holt das Beste aus jedem Foto heraus. Aus verschiedenen Farbanpassungen eines Fotos kann die gewünschte mit einem Klick ausgewählt und angewendet werden. Die Funktion Photomerge führt mehrere Bilder automatisch zu nahtlosen Panoramen zusammen.

Das Bildpaket verwandelt den Tintenstrahldrucker in ein Fotolabor. So können beispielsweise mehrere Fotos in unterschiedlichen Größen auf derselben Seite angeordnet werden, um preiswerte Ausdrucke innerhalb kürzester Zeit zu realisieren.

Werkzeuge

Photoshop Elements 2.0 enthält viele kreative Werkzeuge, mit denen die Anwender ihre Bilder gestalten können. So können mit realistischen Pinseln, die Öl- und Wasserfarben, Kohlestifte, Pasteltöne und verschiedene Leinwandtexturen simulieren, kreative Effekte erzielt werden. Die erweiterte

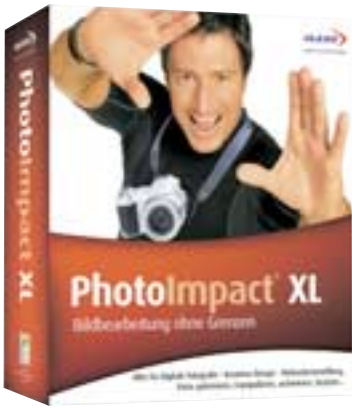
Bibliothek der Zeichenwerkzeuge enthält eine Vielzahl von lustigen und nützlichen Formen und Symbolen. Mit Effekten, Filter- und Ebenenstilen können Rahmen, Kanten, Schlagschatten und andere grafisch eindrucksvolle Effekte auf Fotos, Text und Formen angewendet werden. Darüber hinaus ist mit dem Programm das Zusammenstellen von Bildern, Text, Formen und Effekten mit Hilfe des neuen Auswahlpinsels mit weicher Kante zu attraktiven Fotocollagen ein Kinderspiel. Eine Vielzahl von nützlichen Web-Werkzeugen beispielsweise für den Versand von Fotos per E-Mail oder Vorlagen, die beim Erstellen einer Fotogalerie im Internet helfen, sowie die Möglichkeit, eine Diashow als PDF zu erstellen, runden das Angebot der Bildbearbeitungssoftware ab. Eine schnelle und einfache Lösung für die Verwaltung, Verbesserung, den Weiterversand und die Archivierung bietet Adobe mit dem Photoshop Album 2.0 an. Mit der neuen Version steht jedes Bild im Fotobereich und in der erweiterten Kalenderansicht zur Verfügung. Mit neuen professionell gestalteten Vorlagen sowie dem überarbeiteten Assistent für Kreationen können aus den Aufnahmen ansprechende Grußkarten, Adobe PDF-Diashows oder Bildbände gemacht werden. Mit dem Programm können Fotos jetzt auch schneller und komfortabler per E-Mail, CD, im Web und jetzt auch über Palm OS-Geräte und Mobiltelefone weitergegeben werden. Durch einfaches Speichern können die Bilder auch auf CD oder DVD sicher aufbewahrt werden.
Adobe Photoshop Album 2.0 ermöglicht den Import von Bildern von Digitalkameras, Scannern, CDs, Festplatten und E-Mails. Sortiert werden die Fotos automatisch nach dem Erstellungsdatum. Auf Wunsch kann der Anwender den Aufnahmen aber auch Schlüsselwörter zufügen bzw. eigene Kategorien aufstellen. Auf Basis dieser Schlüsselwörter können die Fotos schnell angezeigt werden. Für die Reparatur von Mängeln wie rote Augen, Aufhellung, Drehung, Größenänderung oder Beschneidung stehen spezielle Werkzeuge zur Verfügung. Vorlagen und der Schritt-für-Schritt-Assistent machen die Erstellung von Grußkarten, Kalendern, selbst gestalteten Alben, Web-Bildgalerien etc. und Präsentationen von Fotos per E-Mail, im Web, auf Video CDs oder DVDs einfach.

Picture It! Foto Designer Pro Plus von Microsoft

Mit der neuen Version von Microsofts Foto Designer Pro Plus gibt es ab sofort eine Möglichkeit, aus digitalen Bilddaten brillante Fotos zu machen. Die einfach zu erlernende Software kombiniert alle Funktionen, die sich Anwender wünschen: umfangreiche Archivierungs- und Bearbeitungsmöglichkeiten, zahlreiche Optionen zum Austausch von Fotos sowie erweiterte Funktionen rund um die Organisation von Bilddateien. Darüber hinaus enthält das neue Bildbearbeitungsprogramm eine verbesserte Benutzeroberfläche und Lernanleitungen auf Video. Die Foto Designer Bibliothek hilft beispielsweise beim Organisieren, Archivieren und Auffinden von Fotos. Die Bildbetrachtung und -verwaltung erfolgt in der Miniaturansicht. Umfangreiche Bildbestände lassen sich mit Organisations-Tools wie dem Fünf-Sterne-Bewertungssystem praktisch organisieren.

Foto Designer Pro Plus von Microsoft

Zum Bearbeiten der Dateien stehen dem Anwender unter anderem neu entwickelte Bearbeitungswerkzeuge zum Importieren, Bearbeiten und Verschönern von Fotos zur Verfügung. Der Import-Assistent bietet einen leichten Zugriff auf Digitalkameras oder Speichermedien. Zur Mängelbeseitigung und Schaffung sanfter Übergänge stehen Überblend-Pinsel zur Verfügung. Darüber hinaus bietet das Programm viele weitere Tools, darunter Gausscher Weichzeichner und Unschärfemaske, optimierte Auswahlwerkzeuge sowie Skalierungstools, mit denen Bildformate an die Größe mobiler Geräte wie Handys oder Palm-Geräte angepaßt werden können. Das Programm enthält mehr als 5.000 Bilder, 3.000 Templates, 200 Filter und eine Vielzahl von Projektvorlagen und Masken. Microsoft Foto Designer Pro Plus ist ab sofort lieferbar und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 89,99 Euro.



PhotoImpact XL von Ulead Systems

Ulead Systems kündigt PhotoImpact XL an

Ulead Systems hat die Version XL seines bewährten Bildbearbeitungsprogramms PhotoImpact angekündigt. PhotoImpact XL trägt dem Trend Rechnung, daß die digitale Fotografie in allen Lebensbereichen Einzug hält und bietet „Bildbearbeitung ohne Grenzen“. Das Programm ist eine All-in-One-Lösung für das Verwalten und Bearbeiten digitaler Fotos, für kreative Bildmontagen, zur Webseitenerstellung sowie für das Abspielen und die Verbreitung von Bild und Video.
Ein neuer, besonders einfach zu handhabender Assistent für die Fotoverbesserung, ExpressFix, der insbesondere für Einsteiger in die digitale Fotografie entwickelt wurde, gleicht typische Probleme digitaler Fotos aus und sorgt in kürzester Zeit für optimale Bilder. So können zum Beispiel falsche Farben, Belichtungsfehler und Unschärfen automatisch Schritt für Schritt behoben werden. Der Assistent analysiert das vorliegende Foto und bietet verschiedene visuelle Möglichkeiten für die schnelle automatische Verbesserung an. Dem fortgeschritteneren Anwender stehen aber auch individuelle Einstellmöglichkeiten zur Verfügung. Auf einer Bonus CD befindet sich ein Video-Selbstlernkursus, der Anfängern die

anfängliche Schwellenangst zum Thema digitale Bildbearbeitung nehmen möchte. In 13 Lektionen wird am praktischen Beispiel auf die Funktionen und deren Bearbeitung in PhotoImpact XL eingegangen. Alle verwendeten Bilddaten und Projekte befinden sich mit auf der CD.
Die Funktion „Großer Dynamikbereich" eignet sich besonders für professionelle Fotografen. Dabei handelt es sich um ein professionelles Werkzeug zur Optimierung der Tonwertqualität von Bildern. Durch Kombination und Auswertung von Einzelaufnahmen einer Serienbelichtung des gleichen Motivs , die mit jeweils unterschiedlichen Belichtungswerten aufgenommen wurden, verbessert das Programm die Tonwertdichte und den Kontrastumfang in einem Maß, das laut Aussage von Ulead Systems selbst in der Dunkelkammer kaum zu erreichen ist.
Neue fotografische und künstlerische Filter geben dem Anwender kreativen Spielraum bei der Bearbeitung und Verfremdung seiner Bilder. Dazu zählen beispielsweise Multivisions-, Mond-, Sonnenlicht- und Beugungsfilter.
PhotoImpact XL enthält als MultiMedia-Browser mit Fotoalbumfunktion Photo Explorer 8 zum Organisieren, Verwalten und Archivieren von Bild-, Video- und Audiodaten. Die zahlreichen für die Verwaltung, die Wiedergabe und die Ausgabe von Medien optimierten Funktionen werden ergänzt durch eine bequeme Funktion zur Erstellung von Diashows am PC oder als VCD, SVCD, DVD für DVD-Player und TV. Zu der Software wird eine umfangreiche Bonus CD mitgeliefert. Sie enthält, neben der Panorama- und Weitwinkel Software Cool 360, über 5.000 frei nutzbare Bilder von Hemera Photo Objects, Bonus-Filter sowie 300 Animationen. Ulead PhotoImpact XL ist seit Ende Oktober lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 99,95 Euro.

Datenrettungssoftware

Es gibt für den Besitzer einer Digitalkamera nichts schlimmeres als den Verlust seiner Bilder. Dennoch passiert es immer wieder, daß beispielsweise plötzlich die 200 Fotos des letzten Urlaubs nicht mehr angezeigt werden können. Die Ursachen für einen solchen Datenverlust sind vielfältig. So kann beispielsweise das frühzeitige Entfernen der Speicherkarte während der Übertragung der

Nichts ist ärgerlicher als der Verlust von Urlaubsbildern. Bei digitalen Fotos helfen Datenrettungssoftwares.

Bilddaten zum Computer zum Verlust wertvoller Daten führen. Das passiert auch, wenn Anwender während des Schreibvorgangs der digitalen Bilddaten auf die Speicherkarte die Kamera ausschalten. Viele Anwender wählen die Funktion „Alle Bilder löschen", und anschließend fällt ihnen ein, daß sie das eine oder andere Bild doch ganz gern gehabt hätten. Manchmal reicht bereits die unsachgemäße Entnahme der Speicherkarte aus der Kamera, um sie und damit das wertvolle Datenmaterial zu zerstören. Außerdem können äußere Einflüsse wie Wasser-, Staub- oder große Hitzeeinwirkung zum Verschwinden der Daten führen.
Sind die Bilder plötzlich weg, lautet die oberste Verhaltensregel, Ruhe zu bewahren. In den meisten Fällen sind die Bilder nämlich gar nicht wirklich verloren, sondern werden nur nicht mehr angezeigt. Aus diesem Grund darf auch keinesfalls der jetzt scheinbar freigewordene Platz genutzt werden, um ihn mit neu aufgenommenen Bilddaten zu überschreiben. Wenn Daten verschwinden, liegt in den allermeisten Fällen eine Beschädigung

Die Datenrettungssoftware ImageRecal.

des Hauptverzeichnisses vor. Dieses zeigt aber lediglich den Weg zum Unterverzeichnis an, in dem die Kamera die Bilder tatsächlich ablegt. Beim Löschen von Dateien bleibt dieser Bereich der Speicherkarte meistens unangetastet. Das ist der Grund dafür, daß Bilder mit einer Datenrettungssoftware wieder sichtbar gemacht werden können, indem die Verknüpfung wieder hergestellt wird. Damit Fotohändler ihren Kunden beim Verlust ihrer Bilddaten helfen können, bieten sich verschiedene Wege an:
So gibt es verschiedene Softwareprogramme, die Händler ihren Kunden zum Kauf anbieten können. Dazu zählt beispielsweise das in Deutschland von der retec GmbH vertriebene Programm ImageRecal. Es kann Bilder von allen gängigen Flash-Speicherkarten, aber auch von ZIP, Floppy, Jazz oder der Computerfestplatte wieder herstellen. Zu den unterstützten Bildformaten zählen JPEG, BMP, GIFF, TIFF, NEFF, CRW, MOV und AVI. Laut Herstellerangaben liegt die Erfolgsquote bei mindestens 80 Prozent. Weitere im Handel vertriebene Softwareprogramme zur Wiederherstellung von Bilddaten sind zum Beispiel PhotoRecovery und PhotoRescue, ein Programm des belgischen Data Security Spezialisten DataRescue.
Kostenlos aus dem Netz heruntergeladen werden kann die Datenrettungssoftware PC Inspector smart recovery (www.pcinspector.de) des in Pirmasens ansässigen Unternehmens Convar. Sie durchsucht die Datenträger nach Überresten von Digitalfotos und stellt die gefundenen Dateien auf einem anderen Laufwerk wieder her. Neben Bilddateien können mit dem Programm auch beschädigte Video- und Audiodateien von Digitalkameras und Speichermedien wiederhergestellt werden. Ein Nachteil ist, daß das Programm hierfür sehr viel Zeit benötigt.
Es gibt auch Firmen, die sich auf die Wiederherstellung von digitalen Bilddaten spezialisiert haben. So bietet die Kuert Datenrettungs GmbH aus Bochum diesen Service an. Zunächst nimmt das Unternehmen SmartMedia-Karten, CompactFlash-Karten, Memory Sticks, IBM Microdrives oder xD-Picture Cards unter die Lupe und stellt dann ein vorläufiges Attest aus. Sofern dabei kein ernsthafter Hardware- oder Controllerschaden festzustellen ist, sei die Wiederherstellung sämtlicher Bilder laut Aussage des Unternehmens mit über 90 Prozent wahrscheinlich. Für pauschal 150 Euro je Datenträger erfolgt dort die Wiederherstellung der zum Teil riesigen Datenfluten. Weitere Informationen finden sich unter der Internetadresse www. datenambulanz.de. höl

Siemens mobile, Kodak und ifc suchen den „Fotohandy-Verkäufer des Jahres“

Viele Experten der Foto- und Telekommunikationsbranche sind sich einig: Durch Fotohandys werden die Chancen für den Verkauf von Bilddienstleistungen im Fotohandel deutlich steigen (siehe beispielsweise „europa-foto Einkaufsmesse in Wiesbaden auf S. 20 und das Interview mit Kodak Chef Martin Wolgschaft auf Seite 36 in dieser Ausgabe sowie das Interview mit Ulrich Twiehaus, Leiter Mobile Phones Deutschland bei Siemens mobile, in ifc 11/2003).

Denn zum einen erfüllt sich mit dem steigenden Marktanteil von Fotohandys mehr und mehr der Wunsch der Fotobranche, daß jeder Konsument immer und überall eine Kamera dabei hat. Zum anderen werden über die fotofähigen Mobiltelefone auch neue Zielgruppen an das Medium Fotografie herangeführt – potentielle Kunden, die ohne Handy vielleicht niemals auf die Idee gekommen wären, Fotos als Mittel der Kommunikation zu nutzen.
Als Pionier der Telekommunikation, Traditionsmarke mit hohem Bekanntheitsgrad und Unternehmen mit besonderer Affinität zum Fachhandel ist der deutsche Hersteller Siemens einer der Vorreiter in Sachen Fotohandys. Mit einem abgerundeten Produktsortiment aus derzeit sieben Modellen (weitere sind für die kommenden Monate angekündigt) und einem durchdachten Konzept, das neben umfangreicher Handelsunterstützung unter anderem auch Fotoalben im und Printdienstleistungen über das Internet einbezieht, gehört Siemens mobile zu den interessantesten Industriepartnern des Fotohandels.
Die folgenden beiden Seiten und die Broschüre „Mehr Ertrag mit Foto-Handys“, die dort zu finden ist, informieren Sie, liebe Leser, über das aktuelle Fotohandy-Sortiment von Siemens mobile, die technischen Voraussetzungen, die ein Fotohandy mitbringen muß, und die Möglichkeiten, Mobiltelefone mit Fotofunktion zur Erweiterung der eigenen Dienstleistungspalette und zur Steigerung von Umsatz und Ertrag einzusetzen.
Beim Lesen werden Sie erkennen, daß Bilddienstleistungen für Fotohandys keine Zukunftsphantasien sind, sondern handfeste Realität, die schon morgen am Point of Sale umgesetzt werden kann. Denn mit Geräten wie der Kodak Order Station II ist das Drucken eines Handyfotos in Minutenschnelle möglich.

Außerdem informiert die Siemens mobile Broschüre darüber, was Sie tun müssen, um „Fotohandy-Verkäufer des Jahres“ zu werden und eine Kodak Order Station II im Wert von 8.500 Euro (oder eines von zwei Siemens Fotohandys) zu gewinnen.

Echte Fotos von Fotohandys lassen sich mit der entsprechenden Geräteausstattung in Minutenschnelle produzieren.

Der Hauptgewinner erhält eine Kodak Order Station II. Als Trostpreise werden zwei Siemens Fotohandys verlost.

Siemens Handys bringen Tk-Kunden zur Fotografie

Hersteller von Mobiltelefonen wie das deutsche Traditionsunternehmen Siemens nutzen Fotos und die Fotografie, um ihren Geräten einen Mehrwert über die Telefonie hinaus zu geben. Die Mobilfunknetzbetreiber sehen im Versand der Bilddaten eine Möglichkeit, Umsatz und Erträge zu steigern. Die wachsenden Erfolge von MMS, Fotoalben und Postkarten von Handybildern beweisen, daß Tk-Kunden großes Interesse am Bildermachen und -versenden haben. Daraus ergeben sich auch Chancen für den Fotohandel, denn Fotohandys bringen Tk-Kunden zur Fotografie.

Viele Handykäufer, die den Kameraauslöser ihres Mobiltelefons drücken, haben noch nie zuvor eine Fotokamera in der Hand gehabt; dies gilt vor allem für eine junge Zielgruppe. Und diese Handynutzer würden vermutlich auch nicht auf die Idee kommen, ein Fotogeschäft zu betreten, um sich dort über Fotografie im allgemeinen oder (Digital-)Kameras im speziellen zu informieren. Denn vielerorts gilt Fotografie trotz aller technischen Fortschritte der vergangenen Jahre als altbackenes Hobby. Spielekonsolen und Computer haben der Fotografie gerade bei jungen Menschen den Rang als interessante Freizeitbeschäftigung abgelaufen.

Doch mit der Markteinführung als Fotohandys ändert sich die Einstellung. Denn Fotohandys wecken die Lust aufs Fotografieren, zeigen, wieviel Spaß es machen kann, Erinnerungen im Bild festzuhalten und diese schnell und problemlos mit anderen teilen zu können. Fotohandys haben somit das Zeug dazu, neue Zielgruppen zu erreichen und dem Fotohandel neue Kunden zuzuführen. Denn wenn es um Fotos und Fotografie geht, bleibt der Fotohandel Ansprechpartner Nummer eins für den Verbraucher.

Blickt man auf die Funktionen, die beispielsweise Fotohandys aus dem Hause des deutschen Traditionsunternehmens Siemens auszeichnen, so findet man zum einen Features für die Fotografie, zum anderen Ausstattungsmerkmale, die Betrachten, Bearbeiten und Versenden der Bilder ermöglichen. Wichtigstes Kriterium für ein Fotohandy ist, unter fotografischen Aspekten betrachtet, die Kamera. Die gibt es bei Siemens mobile entweder in die Geräte integriert oder in Form der aufsteckbaren QuickPic-Kamera. Diese bietet neben VGA-Auflösung auch noch ein eingebautes Blitzgerät, das den Einsatz der Kamera auch bei schlechten Lichtverhältnissen ermöglicht und dafür sorgt, daß Farben bei Kunstlichtaufnahmen natürlich erscheinen. Ein Plus für die kreative Bildgestaltung ist darüber hinaus die Funktion eines digitalen Zoomobjektivs, wie sie beispielsweise im Siemens ST55 enthalten ist. Diese Funktion ermöglicht eine vierfache Erweiterung des Zoombereichs. Wie bei digitalen Fotokameras auch, vermindert der Einsatz des Digitalzooms allerdings die Bildqualität, weil die Brennweitenänderung berechnet und nicht durch Verschieben der optischen Elemente erreicht wird. Die Folge davon ist häufig das sogenannte Farbrauschen, also die Störung homogener Farbflächen durch Pixel anderer Farben.

Bieten Fotohandys VGA-Auflösung, dann eignen sich die Bildergebnisse nicht nur zum Betrachten auf dem Monitor des Mobiltelefons, sondern auch zum Versand als MMS-Postkarte oder zum Printen auf echtem Fotopapier. Besonders attraktiv für den Fotohandel sind dabei Printoptionen, die beispielsweise über die digitalen Annahmegeräte der verschiedenen Hersteller realisiert werden können. Denn dies geschieht am Point of Sale. Um die Fotos auf einen solchen Fotokiosk zu laden, sind einige Siemens Handys mit den kabellosen Übertragungstechnologien Infrarot und/oder Bluetooth ausgestattet. Wesentlicher Unterschied zwischen beiden ist, daß Infrarot-Verbindungen ausschließlich zwischen Geräten mit Sichtverbindung funktionieren, während Bluetooth die Datenübertragung auch ohne Sichtverbindung in einem Umkreis von mindestens zehn Metern möglich macht.

Fotokioske sind darüber hinaus auch in der Regel in der Lage, sämtliche gängigen Arten von Speichermedien auszulesen. Deshalb bietet sich als Variante für die Datenübertragung ohne Mobilfunk noch das Datenkabel an. Mit

Fast alle Siemens Handys haben Fotofunktion

Fotohandy-Wissen in Kompaktform

Hier sollten Sie den Folder
„Mehr Ertrag mit Foto-Handys“
von Siemens mobile mit der
Teilnahmekarte für das Gewinnspiel
„Fotohandy-Verkäufer des Jahres“ gesucht
finden. Ist Ihnen schon jemand
zuvorgekommen und hat die Broschüre
herausgenommen? Dann sehen Sie doch
einmal im Internet nach. Unter
www.siemens-mobile-partnerinfo.de
steht der Folder als pdf-Datei zur Verfügung.

Werden Sie Fotohandy-Verkäufer des Jahres
und gewinnen Sie eine Kodak Order Station II!

diesem können Bilder von einem Handy aus zunächst auf ein Notebook oder einen stationären Computer überspielt und dann dort auf einer Speicherkarte abgelegt oder auf eine CD gebrannt werden.

Handy-Nutzer, die nicht im Geschäft stehen, haben ebenfalls die Chance, ihre Bilddaten per Mobilfunk zum Printen an einen Händler zu schicken. Dazu besitzen Fotohandys MMS- und/oder E-Mail-Funktionen. Per MMS (Multimedia Nachricht) ist dies ebenso schnell erledigt wie mit einer E-Mail, MMS sind jedoch derzeit von den Netzbetreibern noch von der Größe her beschränkt. E-Mails erlauben dagegen den Versand auch größerer Bilddateien. Sie setzen allerdings voraus, daß sowohl der Absender als auch der Empfänger eine E-Mail-Adresse besitzen und daß die entsprechenden Einstellungen am Handy vorgenommen wurden.

Neben der Möglichkeit, Bilder zu printen, sind Siemens Fotohandys auch mit Funktionen ausgestattet, die einfach nur die Freude am Foto selbst erhöhen. Eine davon sind Calling Images. Bei verschiedenen Modellen lassen sich im Handy gespeicherte Fotos als sogenannte Calling Images mit Einträgen im Telefonbuch verknüpfen. Das können sowohl Porträtaufnahmen als auch beliebige andere Motive sein. Bei einem Anruf erscheint dann das Bild, das der entsprechenden Person zugeordnet wurde, auf dem Display.

Der Photo-Editor ist ein weiteres Ausstattungsmerkmal vieler Fotohandys. Dabei handelt es sich um eine einfache Bildbearbeitungs-Software, mit der Fotos gedreht oder verzerrt werden können. Außerdem lassen sich die Aufnahmen mit bunten Rahmen und Sprechblasen ergänzen, und Porträtaufnahmen von Menschen können mit Sonnenbrillen und Hüten, von denen verschiedene Vorlagen im Handy gespeichert sind, verfremdet werden.

Um Bilder abzulegen, besitzen Siemens Handys Speicher bis zu 1,8 MB. Die Speicher sind flexibel, so daß jeder Nutzer selbst entscheiden kann, wieviel Platz er den verschiedenen Anwendungen wie Kontaktdaten, Spiele oder Fotos gönnt. Da die Bilder als komprimierte jpg-Dateien angelegt werden, können in einigen Handymodellen viele Dutzend eigener Fotos gespeichert werden.

„Fotohandys werden dem Fotohandel neue Kunden bringen"

Kodak hat sich in diesem Jahr verstärkt darauf konzentriert, dem Handel und dessen Kunden die vielfältigen Möglichkeiten aufzuzeigen, mit denen echte Fotos von Digitalbildern produziert werden können. Dabei machte das Unternehmen durch verschiedene Aktivitäten klar, daß als Medium zur Bildaufnahme nicht zwangsläufig eine Digitalkamera dienen muß, sondern daß auch Mobiltelefone mit Fotofunktion als ernstzunehmende Ergänzung betrachtet werden. Für imaging+foto-contact zog Martin Wolgschaft, Geschäftsführer Kodak Consumer Imaging und Geschäftsführer Kodak GmbH, ein Resümee der Aktivitäten.

imaging+foto-contact: Herr Wolgschaft, vor wenigen Wochen ist die große Kodak Truck Roadshow zu Ende gegangen. Haben sich Ihre Erwartungen in diese für Kodak neue Form der Kunden- und Konsumenteninformation erfüllt?

Martin Wolgschaft: Ja, wir sind mit dem Erreichten mehr als zufrieden. Unseren Berechnungen zufolge haben sich rund 50.000 Verbraucher über unser Angebot an digitalen Dienstleistungen informiert. 80 Prozent davon haben ein gezieltes Beratungsgespräch gewünscht und sich die unterschiedlichen Möglichkeiten zeigen und erklären lassen. Und unsere Botschaft fand auch beim Handel Gehör – mit über 1.000 Teilnehmern waren die Händlerveranstaltungen ebenfalls sehr gut besucht.

imaging+foto-contact: Sie haben die Beratungsgespräche mit den Konsumenten sicherlich bereits ausgewertet. Zu welchen Ergebnissen sind Sie dabei gekommen?

Martin Wolgschaft: Eine unserer wichtigsten Erkenntnisse ist es, daß es für den Verbraucher von großem Vorteil ist, die digitalen Services einmal selbst auszuprobieren und sich persönlich von der Einfachheit und den hervorragenden Ergebnissen zu überzeugen. Hier konnten wir eine wirklich gute Aufklärungsarbeit leisten, wenn man berücksichtigt, daß nur jeder vierte Verbraucher, der zu uns an den Truck kam, die Möglichkeiten kannte, wie er auch von digitalen Bilddateien zu echten Papierbildern kommt. Nachdem die Verbraucher die verschiedenen Services kennengelernt und sich von der hervorragenden Qualität überzeugt hatten, waren 90 Prozent von ihnen von den Angeboten voll überzeugt. Diese Zahlen verdeutlichen den Erfolg, den wir mit unserem Truck-Konzept hatten. Unser Fazit lautet: Wenn der Verbraucher die Möglichkeit hat, die Services erklärt zu bekommen und einmal selbst auszuprobieren, dann wird er sie auch in Zukunft nutzen.

imaging+foto-contact: Vertreter unserer Redaktion haben den Kodak Truck auch an verschiedenen Standorten besucht. Uns fiel dabei auf, daß Digitalbilder nicht nur mit Kodak Digitalkameras geschossen wurden, sondern auch mit Fotohandys. Wie wichtig sind diese Geräte Ihrer Ansicht nach für das künftige Bildergeschäft?

Martin Wolgschaft: Ich halte Fotohandys derzeit vor allem aus zwei Gründen für eine wichtige Ergänzung der Digitalkameras. Zum einen deshalb, weil mit diesen Geräten wieder einmal der Spaß an Bildern in den Mittelpunkt gerückt wurde. Wir haben dieses Phänomen schon vor einigen Jahren erlebt, als die ersten, niedrigauflösenden Digitalkameras auf den Markt kamen. Damals stand plötzlich nicht mehr die hohe Qualität der Bilder durch immer bessere Filme, Fotopapiere und Laborverfahren im Vordergrund, sondern schlichtweg die Freude daran, Fotos zu machen und diese schnell ansehen und gegebenenfalls auch mit anderen austauschen zu können. Heute erleben wir eine ähnliche Entwicklung: Durch Fotohandys und die vielfältigen Möglichkeiten, die Aufnahmen nicht nur im

Interview mit Martin Wolgschaft, Geschäftsführer der Kodak GmbH

Gerät zu speichern, sondern auch per MMS, E-Mail oder als Postkarte zu verschicken bzw. printen zu lassen, steigt die Freude an der Kommunikation mit Bildern. Dadurch, und das ist der zweite Grund für meine Begeisterung für Fotohandys, kommen wieder Menschen mit der Fotografie in Berührung, die sich auf andere Weise vielleicht nicht dafür interessiert hätten. Mobilfunk und Handys sind nach wie vor ungemein populär, und es ist derzeit nahezu unmöglich, im Zusammenhang mit Handys dem Thema Fotografie zu entgehen, sei es in der Werbung von Netzbetreibern und Geräteherstellern oder sei es in der Berichterstattung in den Medien. Wenn der Fotohandel es schafft, die allseitige Begeisterung in handfeste Angebote zu verwandeln, dann werden Fotohandys ihm neue Kunden bringen.

imaging+foto-contact: Es sollte für den Fotohandel aber durchaus legitim sein, sich für die Qualität von Fotos einzusetzen. Schließlich darf der Verbraucher hohe Qualität erwarten, wenn er ein Fotofachgeschäft betritt. Sind Fotohandys, die aktuell höchstens VGA-Auflösung bieten, nicht eher kontraproduktiv?

Martin Wolgschaft: Das ist uns natürlich durchaus bewußt. Und es ist ein Grund dafür, warum wir Verbrauchern mit unserer Kodak Order Station II 10 x 15-Kompositionen aus zwei, vier oder neun Bildern auf Fotopapier anbieten. Durch diese Rasterung erreichen wir ein gutes Bildergebnis der einzelnen Bilder. Ich will auch noch einmal betonen, daß bei diesen Anwendungen der Spaßfaktor eindeutig im Vordergrund steht. Einige Handyhersteller haben das erkannt und stellen den Benutzern in ihren Geräten beispielsweise Foto-Editoren zur Verfügung, mit denen die Aufnahmen in irgendeiner Weise bearbeitet werden können, etwa mit einem Rahmen, Sprechblasen und Icons ergänzt. Außerdem sind VGA-Chips in den Fotohandys lediglich der augenblickliche Stand der Technik. Langfristig gesehen werden auch Kamerahandys Megapixel-Auflösung bieten. In Asien sind diese Geräte schon im Einsatz, und in Deutschland sind Megapixel-Fotohandys spätestens dann zu erwarten, wenn ein funktionsfähiges UMTS-Netz bereitsteht. Darüber hinaus statten die Handyhersteller ihre Geräte mit neuen Fotofeatures aus, seien es Blitzgeräte, Digitalzooms oder Software zum Optimieren der aufgenommenen Bilder. In wenigen Jahren werden Fotohandys dementsprechend auch höhere Qualitätsansprüche zufriedenstellen können. Aber ich rate dem Fotohandel, nicht so lange zu warten, um sich mit dem Thema Fotohandys auseinanderzusetzen. Denn das Fundament für digitale Bilddienstleistungen wird jetzt geschaffen, und da sollte der Fotohandel in der ersten Reihe stehen.

Besitzer von Nokia Fotohandys können über die Nokia Homepage kostenlose Kodak Bilder Upload-Software für ihr Handy bekommen.

imaging+foto-contact: Welche Angebote werden für die – zumeist jungen – Nutzer von Fotohandys von Interesse sein?

Martin Wolgschaft: Diese Zielgruppe möchte vor allem Spaß im Umgang mit Bildern haben. Da werden die Freunde in der Disko oder im Freibad fotografiert – die qualitativen Ansprüche an das Bild stehen bei diesen Anwendungen nicht im Vordergrund. Neben dem direkten Versenden von Handy zu Handy via MMS-Nachricht sehe ich vor allem zwei weitere Anwendungen im Umgang mit diesen Bildern: Erstens das schnelle Ausdrucken der Bilder und zweitens das Albuming. Für beide Anwendungsgebiete bieten wir Lösungen an. Mit unserer Kodak Order Station II mit Bluetooth- oder Infrarotübertragungsmöglichkeit ist der Ausdruck auf Fotopapier im Format 10 x 15 cm in Minutenschnelle möglich. Mit der Handy-Applikation des Kodak Picture Center online Services können Verbraucher ihre Handybilder auf ein Webalbum laden und dort verwalten und archivieren. Von dort aus ist zum Beispiel auch jederzeit die Ausbelichtung der Bilder über das Großlabor via Online-Bildbestellung möglich.

imaging+foto-contact: Kodak hat in den vergangenen Monaten immer wieder durch Kooperationen mit Unternehmen der Mobilfunkbranche aufhorchen lassen. Wie ist hier der aktuelle Stand der Zusammenarbeit?

Martin Wolgschaft: Im Juni haben wir die Kooperation mit Nokia bekanntgegeben. Hier ging es darum, verschiedene Telefonmodelle des finnischen Herstellers mit einer Software auszustatten, die es nicht nur erlaubt, aufgenommene Bilder auf einfache und besonders komfortable Weise direkt über das Mobiltelefon zum Kodak Picture Center online Service hochzuladen, sondern die es auch gleichzeitig ermöglicht, Abzüge dieser Aufnahmen zu bestellen. Ende August sind wir mit der Zusammenarbeit mit dem Mobilfunk-Netzbetreiber T-Mobile an die Öffentlichkeit gegangen. Ziel dieser Partnerschaft ist es, T-Mobile-Kunden neue attraktive Angebote im Umgang und für die Weiterverarbeitung ihrer mit dem Fotohandy erstellten Bilder zu machen.

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

Topmodell DSC-F828 brandneu ab Mitte Dezember lieferbar

Neue Sony Cyber-shots mit innovativen Features

Lediglich so groß wie eine Kreditkarte ist Sonys neue Cybershot DSC-T1. Mit der DSC-U40 stellt das Unternehmen ein weiteres Modell der trendigen Cyber-shot U-Familie vor. Ab Mitte Dezember liefert Sony dann brandneu das 8-Megapixel-Topmodell DSC-F828 aus und bietet mit dieser Riege innovative Neuheiten für verschiedene Anwendergruppen.

Auffällig an der Cyber-shot DSC-T1 ist bereits ihr kompaktes und schmales Gehäuse. Es mißt gerade mal 91 x 60 x 17,3 Millimeter (B x H x T) und hat so in jeder Hosen- oder Jackentasche Platz. Trotz der geringen Ausmaße ist es den Sony-Ingenieuren gelungen, 5 Millionen Pixel auf dem neuen, ultrakompakten CCD unterzubringen. Und auch das Display läßt mit einem Durchmesser von 6,35 Zentimetern keine Kundenwünsche offen. 211.000 Pixel sorgen bei der Aufnahme und der Wiedergabe für den optimalen Durchblick. Die Aufnahmen werden auch bei direkter Sonneneinstrahlung deutlich wiedergegeben. Zudem kann das Display in den Energiespar-Modus umgeschaltet werden, um die Akku-Restlaufzeit zu verlängern.

Obwohl die DSC-T1 eine Tiefe von gerade mal 17,3 Millimetern hat, ist es den Sony-Ingenieuren gelungen, einen 5-Megaixel-CCD und ein Dreifach-Zoomobjektiv zu integrieren.

Adlerauge

Die DSC-T1 ist mit einem Vario-Tessar Objektiv aus dem Hause Carl Zeiss ausgestattet. Diese Objektivart wird, eingesetzt bei analogen Kameras, als „Adlerauge der Kamera“ bezeichnet und wurde bei der DSC-T1 erstmals in eine Digitalkamera eingebaut. Die sehr kleinen Aufbaumaße machen das Vario Tessar zum idealen Objektiv für kompakte und extrem schlanke Kameras. Das Dreifach-Zoom der Cyber-shot ist vertikal in das Gehäuse eingebaut. Der Blick durch das letzte Linsenelement erfolgt über ein 90 Grad Prisma. Das Dreifach-Zoomobjektiv hat eine Brennweite von 38 bis 114 mm (im Vergleich zum Kleinbildformat).

Ausdauernd und schnell

Der Real Imaging Prozessor der DSC-T1 sorgt für Ausdauer und Schnelligkeit. So ist die Kamera innerhalb von 1,3 Sekunden nach Herunterschieben der Objektivklappe startklar. Nach Angaben von Sony ist die neue Cyber-shot eine der schnellsten 5-Megapixel-Digitalkameras sowohl bei der Verschlußverzögerung (0,24 Sekunden) als auch bei der reinen Auslöseverzögerung von lediglich 0,009 Sekunden. In der Serienbildfunktion können mit der Kamera bis zu vier Bilder mit bis zu drei Bildern pro Sekunde aufgenommen werden.

Die Rückseite der DSC-T1 zeigt das große Display und die übersichtliche Anordnung der Bedienelemente.

Für die Speicherung der Aufnahmen können der Memory Stick Duo oder der Memory Stick Pro Duo eingesetzt werden.

Docking-Station

Zum Lieferumfang der Kamera zählt eine Docking-Station mit einem einzigen Anschluß. Dieser dient sowohl als USB 2.0 High-Speed-Schnittstelle als auch als AV Aus- und Eingang.
MPEG-Kurzfilme nimmt die DSC-T1 im neuen Movie VX Fine-Modus (mit 640 x 480 Pixeln) mit 30 Bildern pro Sekunde ruckelfrei auf.
Neu ist die Funktion „Magnifying" (Lupenfunktion). Mit ihr sind bis zu einer Annäherung von einem Zentimeter Aufnahmen im Super-Makrobereich möglich. Auf dem LCD erscheint das fotografierte Objekt dann 3,3mal größer. Motivprogramme erleichtern die Aufnahme in vielen alltäglichen Motivsituationen. So gelingen mit „Twilight" und „Twilight Portrait" Aufnahmen unter schwierigen Lichtverhältnissen. Für Landschaftsaufnahmen steht die „Landscape-Funktion" zur Verfügung, für Aufnahmen am Strand oder im Schnee bietet sich die „Snow/Beech-Funktion" an, und sich schnell bewegende Motive können mit der „High Speed Shutter-Funktion" abgelichtet werden. Die neu gestaltete Menüführung ist auch in deutsch verfügbar. Aufgrund großer, leicht abzulesender Menü-Symbole ist die Kamera leicht zu bedienen.
Zum Lieferumfang der Kamera zählt ein Infolithium-Akku, Ladegerät, ein 32 MB Memory Stick Duo, ein Trageband, Memory Stick Duo Adapter, das USB- und das AV-Kabel, die USB-Dockingstation sowie ein umfangreiches Softwarepaket. Die DSC-T1 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 629,- Euro.

Cyber-shot DSC-U40

Das neueste Mitglied der stylischen Cyber-shot U-Serie von Sony ist die DSC-U40 im silberfarbenen Gehäuse. Die Kamera ist mit einem 2 Megapixel Super HAD CCD ausgestattet. Als Speicher verwendet sie den Memory Stick Duo oder den neuen Memory Stick Pro Duo. Dadurch konnte die Kamera mit den Maßen 82,8 x 39 x 26 mm (B x H x T) besonders klein und flach gebaut werden. Aufnahmen im Nahbereich realisiert die Kamera stufenlos bis zu einer Annäherung von 10 Zentimetern. Das Objektiv hat, verglichen mit dem Kleinbildformat, eine Brennweite von 35 mm.
Mit einer geringen Verschlußverzögerung von 0,75 Sekunden lassen sich bequem auch Schnappschüsse realisieren. Bereits eine Sekunde nach dem Einschalten ist die Kamera betriebsbereit. Dank der Ausstattung mit dem herstellerübergreifenden Direktdruckstandard PictBridge kann die Kamera ohne Umweg über den Computer an einen Drucker angeschlossen werden.
Für die Bildkontrolle und die Bildansicht wurde die DSC-U40 mit einem 1 Zoll großen LCD mit 64.000 Pixeln ausgestattet. Neben der Aufnahme von Fotos können mit der Kamera bis zu 15 Sekunden lange Videosequenzen im MPEG Movie EX (320 x 240 Pixel mit 16 Bildern pro Sekunde) aufgezeichnet werden. Details von Videosequenzen und Fotos lassen sich über den Enlarged Playback-Modus vergrößern. Dafür wird der gewünschte Bildausschnitt einfach über ein Fenster ausgewählt und schon sieht man ihn 2,5- oder fünfmal vergrößert.

Im eleganten silberfarbenen Gehäuse wurde die DSC-U40, Sonys neuestes Modell der stylischen U-Serie, gestaltet.

Für die Bildkontrolle steht ein Display mit einer Auflösung von 64.000 Pixeln zur Verfügung.

Im Burstmodus können Serienaufnahmen realisiert werden. Bei einer Auflösung von zwei Megapixeln lassen sich Bewegungsabläufe mit zwei Serienbildern, bei einer VGA-Auflösung mit zehn Serienbildern festhalten.
Die DSC-U40 verfügt über fünf Motivprogramme, die für optimale Bildergebnisse unter verschiedenen Aufnahmeverhältnissen sorgen. Je nach vorherrschenden Lichtverhältnissen kann neben dem automatischen Weißabgleich aus vier Einstellungen (Tageslicht, bewölkt, Neonlicht, Kerzenlicht) die passende Funktion ausgewählt werden. Zum Lieferumfang der DSC-U40 zählen zwei Nickel-Metallhydrid-Akkus, ein 8 MB Memory Stick, ein Neckstrap, USB-Kabel, ein Batterienladegerät und ein umfangreiches Softwarepaket. Die DSC-U40 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 250,- Euro.

Brandneu lieferbar: Das Topmodell Cyber-shot DSC-F828

Das 8-Megapixel-Digitalkameramodell DSC-F828 wird Mitte dieses Monats ausgeliefert. Dem neuen Sony-Topmodell liegt ein besonderes Kamerakonzept zugrunde. „Bei der DSC-F828 ist es uns gelungen, eine Kamera mit einer außergewöhnlichen Ausstattung zu konzipieren. Alle Komponenten wie der neue Vierfarbfilter, der ebenfalls neue Bildprozessor oder das hochwertige Spitzenobjektiv von Carl Zeiss sind darauf ausgerichtet, dem Anwender die größtmögliche Bildqualität zu bieten", erklärt Dirk Schwarz, Produktmanager Digitalkameras der Sony Deutschland GmbH. Eine hohe Bildqualität verspricht auch der neuentwickelte Super HAD CCD, der nach dem Interlace-Prinzip gestaltet wurde und eine Auflösung von 8 Megapixeln zu bieten hat. „Zu diesem CCD-Element paßt optimal der neue Farbfilter. Statt den drei Primärfarben Rot, Grün und Blau (RGB) haben wir hier zum ersten Mal zusätzlich einen smaragdgrünen Filter eingesetzt – mit dem Ergebnis einer deutlich besseren Farbwiedergabe in den blauen, blau-grünen und roten Bildbereichen. Mit dem neuen Filter

Innovative Features wie ein neuer Farbfilter oder ein 8-Megapixel-CCD zeichnen Sonys digitales Flaggschiff, die DSC-F828, aus.

konnte die durchschnittliche Farbabweichung zum Originalmotiv im Vergleich mit einem herkömmlichen RGB-Filter nahezu um die Hälfte reduziert werden", wie Schwarz betont.

Hochwertiges Objektiv

Ein weiteres Argument, das für die Kamera spricht, ist ihre Ausstattung mit einem hochwertigen Objektiv von Carl Zeiss. „Das Vario Sonnar mit siebenfach optischem Zoom hat eine Brennweite von 28 bis 200 mm umgerechnet aufs Kleinbildformat. Es besteht aus zwölf Linsen in neun Gruppen und ist T*-vergütet. Drei

Aufgrund ihrer Ausstattungsvielfalt und dem hohen kreativen Spielraum hält Dirk Schwarz die DSC-F828 für die ideale Kamera für ambitionierte Fotografen.

asphärische Linsen sorgen zusätzlich für Präzision. Ein solch hochwertiges Objektiv wäre als Zubehör zu einer Spiegelreflexkamera weitaus teurer, als es der Preis für die DSC-F828 vermuten läßt. Hinzu kommt, daß es optimal auf die Einheit Chip, Farbfilter und Prozessor zugeschnitten wurde und so entscheidend zur hervorragenden Bildqualität beiträgt", so der Produktmanager. Ins anspruchsvolle Sony-Konzept paßt auch die Makrofunktion, die Aufnahmen ab einem Abstand von 2 Zentimetern erlaubt, und die Möglichkeit der manuellen Fokussierung und Justierung der Brennweite über getrennte Fokus- und Zoomringe.

Die DSC-F828 ist mit einer Reihe sonytypischer Features ausgestattet, die die fotografische Gestaltung vereinfachen. „Die Kamera wurde mit einem flexiblen Spot-Autofokus ausgestattet. Dieser gibt dem Fotografen die Möglichkeit, per Joystick das Autofokus-Meßfeld genau an der Stelle zu positionieren, die ihm für die Bildgestaltung wichtig ist. Natürlich wurde die Kamera auch mit den Features ausgestattet, die sich bereits bei der DSC-F717 bewährt haben. Dazu zählen das Night Framing, das die Kamera in ein Nachtsichtgerät verwandelt und selbst bei absoluter Dunkelheit den Laserfokus dabei unterstützt, das Motiv anzuvisieren, der permanente Autofokus für ein noch schnelleres Auslösen oder der Slow Sync Blitz, der für gut beleuchtete Bilder auch bei schwierigen Lichtverhältnissen sorgt", faßt Schwarz die weiteren Vorzüge der Kamera zusammen. Zudem verfügt die DSC-F828 über ein Programm zur Bildrauschunterdrückung, Mehrzonenmessung mit 49 Feldern, Spotmessung, verschiedene Motivprogramme und mehrere Weißabgleichsmodi.

Neuer Prozessor

Daß Sony mit der DSC-F828 in neue Qualitätsklassen vorstößt, zeigen nach Ansicht von Dirk Schwarz nicht nur das Zeiss Objektiv und der 4-Farbfilter Super HAD-CCD, sondern auch der neue Real Imaging Prozessor: „Der neue Real Imaging Prozessor sorgt für eine schnellere Datenverarbeitung. So speichert die DSC-F828 TIFF-Dateien 22mal schneller ab, als die DSC-F717. Videosequenzen können jetzt im neuen MPEG Movie VX Fine-Modus mit 640 x

Das hochwertige schwenkbare Vario Sonnar Objektiv bürgt für eine hohe Abbildungsleistung der Kamera. Dank der Lichtstärke von F2.0 bis F2.8 ermöglicht es auch Aufnahmen bei schwierigen Lichtbedingungen.

480 Pixeln mit 30 Bildern pro Sekunde ruckelfrei aufgenommen werden. Für die Aufnahme beispielsweise von Sportbildern ist die Kamera mit einer 7fach-Serienbildfunktion mit drei Bildern pro Sekunde ausgestattet. Startklar ist die Kamera in einer Sekunde. Und mit einer Auslöseverzögerung von weniger als einer halben Sekunde ist auch die Aufnahme von Schnappschüssen kein Problem mehr." Gespeichert werden

„Ab Mitte Dezember bietet Sony auf der eigenen Internet-Seite ein spezielles Training zur DSC-F828 an. Unter www.sony.de/academy gibt es dann detaillierte Tips und Tricks zum Fotografieren mit der neuen Cyber-shot", kündigt Dirk Schwarz an.

können die Bilder als JPEG, TIFF oder neuerdings auch im RAW-Format. Verbessert wurde dank des neuen Real Imaging Prozessors auch die Energieversorgung. So reicht jetzt eine Akkuladung für bis zu 480 Bilder.
Die Kamera besitzt zwei Slots für den Memory Stick und den Microdrive (CompactFlash). Für die Bildübertragung zum Computer steht eine schnelle USB 2.0 Schnittstelle zur Verfügung. Dank PictBridge-Funktionalität kann die Kamera aber auch direkt an einen Drucker angeschlossen werden.
Zur professionellen Ausstattung der Kamera zählt selbstverständlich auch ein Mittenkontakt-Blitzschuh, über den ein externes Blitzgerät angeschlossen werden kann und der maßgebliche Kameradaten wie die Vorblitzdaten oder die Entfernungswerte übermittelt, ohne daß ein zusätzlicher Stecker notwendig wäre. Optimal paßt dazu der von Sony angebotene Blitz HVL-F32X. Dieser hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 300,- Euro und verfügt über eine maximale Leitzahl 32 (ISO 100), eine manuelle Einstellungsmöglichkeit der Leitzahl, Modellight (2 Sekunden), Testblitzfunktion, TTL-Entfernungsmessung und ein zusätzlich integriertes Blitzlicht. Sony bietet exklusiv für Kunden, die das neue Topmodell besser kennenlernen möchten, ab Mitte Dezember unter www.sony.de/academy ein spezielles Online-Training zur DSC-F828 an.

Sony bietet optional zur DSC-F828 ein umfangreiches Zubehörprogramm an, zu dem neben Taschen verschiedene Filter und Objektivaufsätze, verschiedene Blitzgeräte und ein Zubehör-Kit gehören.

Weiteres Zubehör

Zum Lieferumfang der DSC-F828 zählen ein leistungsstarker InfoLithium Akku, ein Ladegerät, ein Schultertragegurt, eine Sonnenblende, USB- und AV-Kabel sowie ein umfangreiches Softwarepaket mit ImageMixer, Image Transfer und USB-Treiber. Die DSC-F828 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 1.150,- Euro.
Optional wird eine Reihe weiteres Zubehör zum neuen Sony-Topmodell angeboten. Dazu zählt die paßgenaue Ledertasche LCJ-FHB (70,- Euro), der elegante gepolsterte Schultergurt STP-SA (40,- Euro) und die Makrolinse VCL-M3358 (85,- Euro). höl

Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

Bremaphot
Biedebach & Co. (GmbH & Co.)
28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51
04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55
e-mail: info@bremaphot.de • www.bremaphot.de

Dinkel KG
80336 München • Landwehrstr. 6
0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59
e-mail: info@dinkel-foto.de • www.dinkel-foto.de

Hansephot GmbH
18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5
03 82 04 / 686 - 0 • Fax 03 82 04 / 686 - 90
e-mail: info@hansephot.de • www.hansephot.de

Kleffel + Aye
(GmbH & Co.)
28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51
04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55
e-mail: info@kleffel-aye.de • www.kleffel-aye.de

Photo Universal
Kleiber GmbH & Co. KG
70736 Fellbach, Max-Planck-Str. 28 • 70708 Fellbach, Postf. 18 04
07 11 / 9 57 60 - 0 • Fax 07 11 / 9 57 60 - 40
e-mail: info@photouniversal.de • www.photouniversal.de

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

Ihre Fachberater für den Einkauf in 2003

Neue leistungsfähige Scanner von Nikon

Drei für alle (Film-)Fälle

Nikon präsentiert mit dem Nikon Coolscan V ED, dem Nikon Super Coolscan 5000 ED und dem Nikon Super Coolscan 9000 ED drei neue Filmscanner, die von der privaten Verwendung bis zum Einsatz in professionellen Fotostudios ein breites Spektrum abdecken.

Die Bedienung des Coolscan V ED erschließt sich auch unerfahrenen Erstbenutzern. Er bietet eine echte optische Auflösung von 4.000 ppi und eine Farbtiefe von 14 Bit. Für das Scannen eines Fotos benötigt das Gerät lediglich 38 Sekunden. Der Coolscan V ED ist der ideale Scanner, wenn gescannte Fotos ausgedruckt, per E-Mail verschickt oder auf einer Webseite präsentiert werden sollen. Der mit einer USB-2.0-Schnittstelle ausgestattete Scanner wird mit einem Filmstreifeneinzug und einem Diarahmenadapter ausgeliefert. Optional sind weitere Halter und Adapter erhältlich. Der Nikon Coolscan hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 749,- Euro.

Eine Lösung für Profifotografen bietet Nikon mit dem Super Coolscan 5000 ED an. Mit dem Gerät werden Kleinbild- und APS-Filme mit einer verblüffend kurzen Scanzeit von 20 Sekunden pro Bild digitalisiert – und das bei einer echten optischen Auflösung von maximal 4.000 ppi. Der 16-Bit-A/D-Wandler ermöglicht Scans mit einer Ausgabefarbtiefe von 16 Bit.

Durch die Mehrfachabtastung werden kaum wahrnehmbare Farb- und Helligkeitsunterschiede in den kritischen Lichter- und Schattenpartien erfaßt und das Bildrauschen auf ein Minimum reduziert. Im Lieferumfang enthalten sind ein Filmstreifeneinzug und ein Diarahmenadapter, optional sind weitere Halter und Adapter erhältlich. Der Super Coolscan 5000 ED hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 1.399,- Euro.

Der Super Coolscan 9000 ED ist ein vielseitiger Multiformat-Scanner, der sich für den Einsatz in der Werbe- und Studiofotografie anbietet. Das Gerät kann zahlreiche Vorlagenformate wie Kleinbildfilm, 120er und 220er Rollfilm, 16-mm-Film, Diapositive und Negative in Mittelformaten wie 6 x 7 cm und 6 x 9 cm sowie Elektronenmikroskopfilm verarbeiten. Das Gerät scannt Bildvorlagen mit einer optischen Auflösung von 4.000 ppi und einer Eingabefarbtiefe von 16 Bit. Der neue, hochwertige CCD-Sensor mit drei Scanzeilen erhöht die Bildqualität zusätzlich und trägt zu kürzeren Scanzeiten (z. B. 40 Sekunden bei KB-Vorlagen) bei. Der Super Coolscan 9000 ED ist wie die beiden anderen Scannner mit der neuesten Version von Digital ICE4 Advanced ausgestattet. Als einziger Nikon-Scanner verfügt er außerdem über die Optimierungsfunktion Digital ICE Professionell, die nun auf die besondere Farbcharakteristik von Kodachrome-Film abgestimmt ist. Der Preis für den Coolscan 9000 ED steht noch nicht fest. höl

Nikon Coolpix 3700

Nikon stellt mit der Coolpix 3700 eine neue Digitalkamera in der Kompaktklasse vor, die sich durch einfache Bedienung und ausgeklügelte Funktionen auszeichnet. Sie ist mit einem 3-fach-Zoom-Nikkor-Objektiv und einem Bildsensor mit einer Auflösung von 3,2 Millionen Pixeln ausgestattet. Das elegante und stabile Gehäuse aus gebürstetem Aluminium wiegt 130 g und mißt 50 x 95,5 x 31 mm (H x B x T). Nach dem Einschalten ist die Kamera sofort aufnahmebereit und die Verschlußauslösung erfolgt unmittelbar nach dem Drücken des Auslösers. Die Coolpix 3700 verfügt über 15 Motivprogramme, unter anderem „Porträt“, „Innenaufnahme“, „Sonnenuntergang“ und „Panorama-Assistent“. Im Highspeed-Modus werden Serienaufnahmen mit 2,5 Bildern pro Sekunde belichtet. Die Makrofunktion erlaubt es, sich dem Motiv bis auf 4 cm zu nähern. Mit der Coolpix 3700 ist die Aufzeichnung von acht unterschiedlichen Typen von Filmsequenzen möglich, unter anderem Videoclips in TV-Größe (640 x 480 Pixel) inklusive Ton. Besonders praktisch ist der neue Akustikauslöser. Er löst die Kamera auf Sprachkommando oder andere akustische Signale hin aus. Die Kamera ist voraussichtlich ab diesem Monat lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 419 Euro.

Ihr Drucker will doch nur das Beste

Die Konica Digital Revio-Reihe

Klein, schlank und schnell.

Schon gesehen? Die neue Konica Digitalkamera KD-420Z. In ultra-schlankem Gehäuse (23mm), die Schnellste Ihrer Klasse, Warmlaufzeit nur 0,7 Sekunden, extra-lange Aufnahmezeit für Videosequenzen, Fix-Fokus, Serienbildfunktion, Optischer 3-fach Zoom, 4,0 Megapixel mit digitaler Programmfunktion für optimale Einstellungen sind die besten Voraussetzungen für schnelles Fotografieren in hoher Qualität. Von unvergesslichen Bildern zum brillanten Ausdruck - Konica ist immer dabei!

Konica als kompetenter, innovativer Hersteller hochwertiger Photopapiere im Analogbereich hat nun für das digitale Zeitalter nicht nur in Sachen Digitalkameras Zeichen gesetzt, sondern auch ein konkurrenzlos perfektes Inkjet-Paper entwickelt, mit dem Sie auf allen modernen Tintenstrahl-Druckern Photoprints von bisher unerreichter Brillanz erzeugen können. Begeisterung für Profis und Freude bei allen, die einfach schöne Drucke wollen.

Erhältlich als Brand-Packs, Heavy-User-Packs oder als Wide-Roll-Format.
Wenn Sie noch mehr wissen wollen:

www. konica-europe.de - inkjet media

Konica *Inkjet Paper QP*

Zuwachs in der 4-Megapixel-Klasse

Rollei stellt mit der dt4000 und der dt4200 gleich zwei neue Modelle in der bei den Verbrauchern so beliebten 4-Megapixel-Klasse vor.

Mit einem edlen Metallgehäuse ausgestattet wurde auch die Rollei dt4200.

Rollei dt4000 und Rollei dt4200

Bei der neuen Rollei dt4000 handelt es sich um ein leistungsstarkes und kompaktes 4-Megapixel-Modell mit den Maßen 97 x 58 x 31 mm bei einem Gewicht von 196 g. Die Kamera ist mit einem Dreifach-Zoomobjektiv ausgestattet, das umgerechnet aufs Kleinbildformat eine Brennweite von etwa 38 bis 115 mm bietet. Der Schärfebereich des Autofokus liegt zwischen 0,5 m bis unendlich, der Makrobereich liegt zwischen 15 und 50 cm. Die Verschlußzeit beträgt 4 bis 1/2.000 Sek.. Mit Hilfe des optischen Realbild-Zoomsuchers läßt sich der Bildausschnitt optimal bestimmen.

Für die Aufnahme und die Bildkontrolle verfügt die Kamera über einen 1,6“ großen TFT-Farbmonitor. Er zeigt zudem alle aufnahmerelevanten Daten an. Sowohl die Belichtungskorrektur als auch der Weißabgleich können entweder automatisch oder manuell eingestellt werden. Bei schwachem Umgebungslicht kann auf den eingebauten Blitz mit den Funktionen Auto, Forced, Off, Red-eye-Reduction und Nachtmodus zurückgegriffen werden.

Neben der Aufnahme von Fotos läßt sich die Rollei dt4000 auch zur Video- und Sprachaufzeichnung nutzen. Dafür verfügt sie über ein eingebautes Mikrofon und einen Lautsprecher. Die Videoaufzeichnung erfolgt in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln und mit 20 fps. Gespeichert werden können die Daten wahlweise im 16 MB fassenden internen Speicher oder auf Secure Digital- bzw. MultiMedia-Karten. Zur Übertragung der Bild- oder Videodaten auf den PC oder Fernseher verfügt die Rollei dt4000 über eine USB-Schnittstelle und einen Video-Ausgang (NTSC, PAL).

Zum Lieferumfang der Kamera zählt ein USB- und Videokabel, Ladegerät, Lithium-Ionen-Akku, Trageriemen, Tasche, Gebrauchsanleitung auf CD und die Software ArcSoft Photoimpression. Die Rollei dt4000 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 329 Euro.

Rollei dt4200

Über eine Auflösung von 4,23 Megapixeln verfügt die ebenfalls neu vorgestellte Rollei dt4200. Die Digitalkamera kommt samt Dockingstation auf den Markt. Sie verfügt über ein edles Metallgehäuse und arbeitet mit einem 1/2,5” CCD-Sensor, der eine maximale Auflösung von 2.720 x 2.040 Pixeln erreicht. Ihr dreifaches AF-Zoom-Objektiv verfügt über eine Brennweite von 35 bis 104 mm entsprechend dem Kleinbildformat. Makroaufnahmen können bei Motiventfernungen von 15 bis 50 cm aufgenommen werden. Als niedrigste Verschlußzeit stellt die Rollei dt42000 1/1.000 Sekunde zur Verfügung.

Über den 1,6” großen TFT-Farbmonitor können zahlreiche Kamerafunktionen eingesehen und kontrolliert werden. Dazu gehören Einstelloptionen zum Aufnahmemodus (Einzelbild oder Serie), Belichtungskorrektur (automatisch, manuell, max. +/- 2.0 EV in 0,5er Schritten) und Blitz (Auto, Forced, Off, Red-Eye-Reduction, Nachtmodus). Der Weißabgleich kann automatisch gewählt, manuell beeinflußt oder aus einer der Voreinstellungen Schatten, Sonne, Kunstlicht oder Leuchtstoffröhrenlicht ausgesucht werden.

Für Selbstportraits steht eine Selbstauslöserfunktion mit 10 Sekunden Auslöseverzögerung zur Verfügung.

Auch die dt4200 verfügt über einen 16 MB fassenden internen Speicher, der um SD- oder MultiMedia-Karten ergänzt werden kann.

Die mitgelieferte Dockingstation dient zum einen der Übertragung der Bilddaten zum Computer per USB-Schnittstelle und zum anderen dem Aufladen der Lithium Ionen Akkus. Im Videomodus können kurze Sequenzen mit einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln aufgenommen werden. Die Rollei dt4200 hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 299,- Euro. höl

Digital Q1 von Fujifilm

Die Q-Familie bekommt Zuwachs durch eine digitale Variante, eine konsequente Weiterentwicklung der analogen Q1. Laut Aussage von Fujifilm ist die analoge Q1 eine der erfolgreichsten Kameras überhaupt. Weltweit hat sich die Filmvariante bisher mehr als eine Million mal verkauft, allein in Deutschland wurden rund 130.000 Exemplare abgesetzt. Bisweilen ist sogar eine regelrechte Sammelleidenschaft bei den Q1-Besitzern ausgebrochen. Jetzt gibt es die Kultkamera von Fujifilm auch als Digitalkamera. Das runde Design der Digital Q1 fällt auf. Erhältlich in edlem Schwarz oder Silber, liegt die 2-Megapixel-Digitalkamera mit Fixfokusobjektiv voll im Trend – sie ist klein und unkompliziert in der Bedienung. Im Modus 1.600 x 1.200 Pixel faßt der interne 8 MB-Speicher etwa zehn Bilder. Optional läßt sich auch eine xD-Picture Card einsetzen. Auch kleine Videos sind möglich. Anwender können sich die Digital Q1 sogar um den Hals hängen. Das Menü der Kamera umfaßt gleich sieben Sprachen.

Die Digital Q1 ist ab November erhältlich und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von etwa 120,- Euro.

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

ICE-Filmscanner von reflecta

reflecta präsentiert mit dem ProScan 4000 einen einfach zu bedienenden Filmscanner. Erstmals wurde ein reflecta Scanner mit Digital ICE ausgestattet, einer hardwarebasierenden Funktion, die automatisch Staubpartikel und Kratzer entfernt. Bei aktiviertem ICE tastet ein zusätzlicher Infrarot-Scan das Negativ bzw. Dia ab. Werden bei diesem zweiten Scanvorgang Staub oder Kratzer entdeckt, bessert ICE die entsprechenden Stellen mit Pixeln aus dem unmittelbaren Umfeld der Störung aus.

Die technischen Daten und Ausstattungsmerkmale des ProScan 4000 entsprechen denen des bewährten ProScan 3600. Dazu gehört unter anderem die Auflösung von 3.600 x 3.600 dpi, eine Farbtiefe von 48 Bit, eine hohe Scangeschwindigkeit (ca. 50 Sekunden für ein 35 mm-Dia bei 1.800 dpi und 48 Bit Farbtiefe ohne ICE-Funktion) und die komfortable Stapelverarbeitung für bis zu 40 Bilder auf einem Dia- oder Negativfilmstreifen. Der Scanner ist kompatibel mit PC und Macintosh. Mit einer Größe von 103 x 177 x 238 mm (B x H x T) und einem Gewicht von 2.200 Gramm findet das kompakte Gerät auf jedem Schreibtisch Platz. Der Scanner ist ab sofort erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 599,- Euro.

µ[mju:] Digital bekennt Farbe

Die erfolgreich in den Markt eingeführten Digitalkameras µ[mju:] 300 Digital und µ[mju:] 400 Digital von Olympus erhalten zu Weihnachten neue Farbtupfer. Die µ[mju:] 300 Digital wird pünktlich zum Weihnachtsgeschäft mit blauem Objektivschutzschieber erhältlich sein, das Olympus-Logo der µ[mju:] 400 Digital wird von einer grauen Fläche umgeben. Die mit 3,2 Megapixeln bzw. 4 Megapixeln ausgestatteten Kameras verfügen über ein wetterfestes Gehäuse und ein dreifach optisches Zoomobjektiv. Die Vollautomatik, verschiedene Aufnahmemodi, Panorama und der Videomode sorgen für unbegrenzten Bilderspaß.

Neue Kyocera Finecams

Kyocera präsentiert mit der Finecam S3R nach der S5R und der Finecam SL300R eine weitere Digitalkamera, die mit der R-Tune-Technologie ausgestattet ist. Sie kann bei Verwendung einer High-Speed-SD-Karte unbegrenzte Fotoserien auch bei höchster Auflösung mit 2.048 x 1.536 Pixeln und mit bis zu 3,1 Bildern pro Sekunde realisieren. Zudem bietet die Kamera mit 0,07 Sekunden eine rasante Auslösegeschwindigkeit. Zu den weiteren Highlights der Kamera zählen eine 3,2-Megapixel-Auflösung, ein optisches Dreifach-Zoom, ein kontinuierlicher Autofokus und eine Videofunktion, die Sequenzen in ruckelfreier VGA-Bildqualität von 30 Bildern pro Sekunde aufnimmt. Anwender können zwischen sechs Programmautomatiken wählen und haben die Möglichkeit, mit Aufnahme-Modi wie Sepia oder Schwarzweiß ihre Bilder kreativ zu verändern. Die Finecam S3R ist seit Ende November lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 399,- Euro. Mit der Finecam L30 präsentiert Kyocera eine 3,2-Megapixel-Digitalkamera, die dank MPEG-4 Technologie Videosequenzen in einer nur von der jeweils verwendeten Speicherkarte begrenzten Länge aufzeichnen kann. Ein dreifach optisches Zoomobjektiv, ein integrierter Blitz und ein 1,5 Zoll großes LC-Display runden die Ausstattung der Kamera ab. Sie hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 279,- Euro.

Kyocera Finecam S3R

SD10 von Sigma mit Foveon X3-Sensor

10,2 Millionen Pixel in 3 Schichten

Mit der SD10 Digital-Spiegelreflexkamera präsentiert Sigma das Nachfolgemodell der im letzten Jahr vorgestellten SD9. Wie diese ist auch das aktuelle Modell mit dem Foveon X3 Bildsensor ausgestattet, der an jedem Pixel die volle Farbinformation aufzeichnet.

Das ungewöhnliche Design des Foveon X3 Direkt-Bildsensors in der neuen SD10 Digital-SLR erkennt an jedem einzelnen Pixel alle RGB-Farben. Er verwendet drei in Silikon gebettete, aufeinanderliegende Schichten von Pixelsensoren, die sich die Eigenschaften des Silikons zunutze machen, Licht unterschiedlicher Wellenlängen (blau, grün, rot) in jeweils unterschiedlicher Tiefe zu absorbieren. Dadurch kann der Foveon X3 Direkt-Bildsensor an jeder einzelnen Pixelposition die vollständige, natürliche Farbinformation aufzeichnen und muß nicht auf Rechenoperationen zurückgreifen, wie es bei herkömmlichen Sensoren in Digitalkameras erforderlich ist. Diese besitzen in der Regel lediglich eine Schicht von Pixelsensoren, die in einem Schachbrettmuster angeordnet sind. Auf diesem Schachbrett ist ein Mosaik aus Filtern in den RGB-Farben angeordnet. Jedes Pixel erkennt nur die Farbe, des darauf aufgebrachten einzelnen Filters in Rot, Grün oder Blau. Infolgedessen sind bei Mosaiksensoren grundsätzlich zwei Drittel der Farbinformationen ausgeschlossen. Die fehlenden Farben werden in komplizierten Rechenprozessen geschätzt. Da der Foveon X3 dagegen an jedem einzelnen Pixel alle drei Farben erkennt, zeichnet er auch die vollständige und korrekte Farbinformation auf. Dies führt laut Aussage von Sigma zu einer wesentlich realistischeren Farbaufzeichnung und zu größerer Schärfe.

Auflösung

Die SD10 speichert die Aufnahmen im unkomprimierten RAW-Format und stellt drei Auflösungen zur Auswahl. Der HI-Modus liefert mit einer Auflösung von 2.268 x 1.512 Pixeln x 3 Schichten mit insgesamt 10,2 Millionen Pixeln die höchste Bildqualität. Der MED Modus liefert mit 1.512 x 1.008 Pixeln x 3 Schichten eine hohe Auflösung und eine ebenfalls hohe Aufnahmekapazität. Im Low Modus können mit 1.134 x 756 Pixeln x 3 Schichten fortlaufende Aufnahmesequenzen aufgezeichnet werden.

Photo Pro 2.0

Die SD10 wird zusammen mit der Sigma Photo Pro 2.0 Software ausgeliefert, die für die Konvertierung der aufgezeichneten RAW-Daten notwendig ist. Mit ihr ist es sehr einfach, zum Beispiel den Weißabgleich, die Belichtung, Schärfe, Farbsättigung oder den Kontrast in drei verschiedenen Modi anzupassen, ohne die Auflösung des Bildes zu verändern. Während der X3F-Modus die Originaleinstellungen zum Zeitpunkt der Aufnahme speichert, analysiert die Software im Auto-Modus das Bild und nimmt automatische Anpassungen vor. Im Manuell-Modus kann der Fotograf individuelle Anpassungen an seinem Bild ausführen. Neu ist die Zusatzfunktion X3 Fill Light Anpassung. Diese einfach zu bedienende Funktion nimmt eine Tonwertkorrektur in kontrastreichen Bildern oder bei Gegenlichtaufnahmen vor.
Sigma Photo Pro unterstützt 8-Bit TIFF, 16-Bit TIFF und JPEG-Dateiformate und gibt Bilder in Vier-Farbräumen aus (sRGB und AppleRGB).
Aber nicht nur die im Lieferumfang enthaltene Software, auch die Kamera selbst ist durch übersichtliche Bedienelemente einfach zu handhaben. Hinzu kommt, daß sie jederzeit aufnahmebereit ist, selbst während des Betrachtens aufgezeichneter Bilder.

Ein ideales Standardobjektiv für digitale Spiegelreflexkameras ist das 18–50 mm F3.5–5,6 DC.

»Ich glaube, wir werden beobachtet…«

NEU! DiMAGE Z1

40x näher dran! Vergessen Sie zu kleine Abbildungen von weit entfernten Motiven. Der Zoombereich der DiMAGE Z1 umfasst sensationelle 38 – 1520 mm (10fach optisch, 4fach digital)!
Verpassen Sie nichts! Der superschnelle Autofokus und die ultraschnelle Bildfolge (bis 10 Bilder/Sek.) sichert Ihnen jeden Schnappschuss.
Film ab! Auch Videoclips in überragender Qualität (30 Bilder/Sek. in VGA-Auflösung) sind möglich.

Endlich eine kleine Digitalkamera mit 3,2 Megapixeln für große Entdeckungen. Einfach in der Handhabung, attraktiv im Design und super im Preis: UVP € 479,-

MINOLTA
The essentials of imaging
www.minolta.de

Eine prima Ergänzung zum 18–50 mm-Objektiv ist das 55–200 mm. Es eignet sich für den Einsatz in der Portrait-, Natur- und Sportfotografie.

Durch eine spezielle Spiegelvorauslösung wird der Spiegel der SD10 nach oben geklappt. Dadurch kann der Verschluß ohne die Vibrationen, die der Spiegelschlag verursacht, ausgelöst werden, was Verwacklungsunschärfen besonders bei Makro- und Teleaufnahmen verhindert. Für die Bildkontrolle ist die SD10 mit einem Sportsucher ausgestattet. Dieser gestattet die Beobachtung des Motivs auch außerhalb des eigentlichen Aufzeichnungsbereichs.

Zur besseren Unterscheidung wurde der nicht aktive Bildbereich grau schattiert. Auf diese Weise verschafft der Sportsucher dem Fotografen die Möglichkeit, auch das Geschehen rund um sein Motiv im Auge zu behalten und gegebenenfalls zu reagieren.

TFT-LCD

Für die Bildkontrolle ist die SD10 mit einem 1,8" großen TFT-LCD mit zirka 130.000 Pixeln ausgestattet, der die Bilder, Menüs und Histogramme anzeigt und 100 Prozent des aufgezeichneten Bildes wiedergibt.

Die Bildwiedergabe kann als Kontaktbogen (9 Vorschaubilder gleichzeitig) oder als Einzel- und Ausschnittansicht (frei wählbare Vergrößerung) erfolgen. Über eine Info-Taste können detaillierte Bildinformationen wie Verschlußzeit, Blende usw. anzeigt werden.

Belichtung

Die Belichtungskorrektur läßt Korrekturfaktoren in 1/3 EV-Schritten im Bereich von ±3 EV vom gemessenen Wert der Automatik zu. Auch die Aufnahme von Belichtungsreihen ist möglich. Für die Belichtungsmessung stehen mit der Mehrfeldmessung in acht Segmenten, der mittenbetonten Messung und der mittenbetonten Integralmessung drei verschiedene Meßarten zur Verfügung.

Für den Weißabgleich bietet die Kamera acht Voreinstellungen. In der Grundeinstellung im normalen Modus kann die ISO-Empfindlichkeit auf Werte zwischen 100, 200, 400 und 800 eingestellt werden. Im erweiterten Modus ist es möglich, ISO 1600 zu wählen. In jeder Empfindlichkeitseinstellung können Verschlußzeiten zwischen 1/6.000 Sek. und 30 Sekunden gewählt werden. Eine Hochgeschwindigkeits-CPU (Computer Processing Unit) und ein Zwischenspeicher mit großer Kapazität sorgen dafür, daß die SD10 Serienbilder von bis zu 30 Bildern (bei 2,5 Bildern pro Sekunde) im Low-Modus, bis zu 14 Bilder im MED Modus und bis zu sechs Bilder im HI Qualitäts-Modus aufnehmen kann.

Gespeichert werden die Aufnahmen auf Compact-Flashkarten Typ I und II. Auch der Microdrive ist einsetzbar. Für die Übertragung der Bilder zum Computer kann sowohl eine USB-Schnittstelle als auch die schnellere IEEE1394- (Firewire) Schnittstelle genutzt werden.

Energieversorgung

Für die Energieversorgung der SD10 bieten sich verschiedene Möglichkeiten an. So können zwei CR-V3 Lithium Batterien oder vier AA Ni-Mh Akkus oder vier Nickel Zink Primär Batterien eingesetzt werden. Außerdem ist die Stromversorgung über den im Lieferumfang enthaltenen Netzadapter möglich.

Optional ist ein PowerPack erhältlich, das vier CR-V3 Batterien oder acht AA-Batterien aufnimmt.

Objektive

Passend zur neuen digitalen SLR stellt Sigma zwei Objektive vor. Das 18–50 mm F3.5-5.6 DC ist ein leichtgewichtiges Zoomobjektiv, das entwickelt wurde, um den Anforderungen digitaler Spiegelreflexkameras gerecht zu werden. Sein Bildkreis wurde speziell für die Aufnahmesensoren dieser Produkte berechnet, so daß die leichte und kompakte Bauweise möglich wurde. Der variable Bildwinkel reicht von 76,5 ° bis 31,7°. Beim Einsatz an der SD10 ist der Bildwinkel äquivalent dem eines 30 bis 85 mm-Objektives. Nicht zuletzt dank einer Naheinstellgrenze von 25 cm ist das 18–50 mm das ideale Standardobjektiv für eine Digitalkamera. Das Objektiv hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 149,- Euro.

Das 55–200 mm F4–5.6 DC stellt das ideale Anschlußobjektiv für das Sigma 18–50 mm dar und deckt den Brennweitenbereich vom mittleren bis starken Teleobjektiv ab. Sein vielfältiger Einsatzbereich liegt daher unter anderem in der Portrait-, Natur- und Sportfotografie. Der variable Blickwinkel des Objektivs reicht von 29,0° bis 8,1°. Beim Einsatz an der SD10 ist der Bildwinkel äquivalent zu dem eines 93–340 mm Objektives. Es hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 199,- Euro. Der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis für den Body der SD10 beträgt 1.599,- Euro, zusammen im Bundle mit dem 18–50 mm-Objektiv 1.699,- Euro. höl

Der optional erhältliche lichtstarke EF-500 DG Super Blitz gestattet die automatische Belichtungskontrolle durch die S-TTL Steuerung.

Digitalkamera mit Diamanten

Mit der Minox DD1 Diamant präsentiert Minox eine weitere runde Digitalkamera. Allerdings wurde das neueste Modell mit funkelnden Diamanten (synthetisch) verziert. Laut Minox macht die Reduktion auf eine klare, grafische Form die Minox DD1 Diamant zum begehrenswerten Designobjekt, bei dem Funktion und Form eine perfekte Verbindung eingehen.

Stilistisch markant sind Auslöser, Batteriefach und USB-Anschluß rund um den äußeren Rand des Kamerakörpers angeordnet. Das zentrale Element der Kamera ist das Objektiv. Bei ihm handelt es sich um ein 5-linsiges, vollvergütetes Glasobjektiv, das einen wesentlichen Baustein der Qualitätskette bildet. In Kombination mit dem 2,1-Megapixel-Sensor (Auflösung interpolierbar auf 3 Millionen Pixel), der ausgefeilten Technik und der speziell entwickelten Software sorgt es für brillante Aufnahmen.

Die Minox DD1 Diamant wird ab Dezember im Fachhandel erhältlich sein.

Take-it S3 von Microtek

Mit der neuen Take-it S3 präsentiert Microtek eine Digitalkamera mit einem ausgewogenen Preis-/Leistungsverhältnis. Eine hohe Bildqualität bei einer Auflösung von bis zu 5,1 Megapixeln (interpoliert), 4facher Digitalzoom, Videoclips mit Ton, ein integrierter Blitz mit Red Eye Reduction, ein schickes Design und eine einfache Bedienbarkeit zeichnen das neue Einsteigermodell Take-it S3 von Microtek aus. Die Standardauflösung beträgt 3,21 Megapixel. Damit komplettiert das Unternehmen das mit den erfolgreichen 2-Megapixel-Modellen Take-it S1 und D1 eingeführte Kameraangebot für den deutschen Markt. Die Take-it S3 ist ab sofort lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 149,- Euro.

Neue Ricoh Caplio RR211

Mit der Caplio RR211 präsentiert Ricoh eine äußerst kompakte Kamera, die gerade mal 110 Gramm auf die Waage bringt und die mit einem CMOS-Sensor ausgestattet ist, der eine Auflösung von effektiven 1,92 Megapixeln bietet. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen zählt ein Fixfokus-Objektiv, ein vierfacher Digitalzoom und die zeitsparende Quick View-Funktion. Für die Bildaufnahme und die Bildkontrolle steht ein 1,5 Zoll TFT-LCD zur Verfügung. Mit der Caplio RR211 möchte Ricoh die große Zahl von Kunden ansprechen, die eine kompakte, unkomplizierte und dennoch wertige Kamera im 2-Megapixel-Segment suchen. Neben Fotos können mit der Kamera bis zu 46 Sekunden lange Videoclips im internen Speicher aufgezeichnet werden.

Zusätzlich können Bilder auf SD- oder MultiMedia-Cards gespeichert werden.

Die durch eine benutzerfreundliche Menüsteuerung einfach zu bedienende Caplio RR211 ist ab sofort lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 129,- Euro.

Leica Digilux 2

Leica präsentiert mit der Leica Digilux 2 eine digitale Reportagekamera mit einer Auflösung von 5,24 Millionen Pixeln. Als erste Leica Digitalkamera läßt sie sich wie eine professionelle Digitalkamera bedienen: Die entscheidenden fotografischen Parameter Schärfe, Blende, Brennweite und Belichtungszeit können wie bei einer klassischen SLR-Kamera mit Einstellring am Objektiv und einem Zeitenwählrad angepaßt werden. Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen zählen ein lichtstarkes Zoomobjektiv Leica DC Vario-Summicron 1:2,0-2,4/7-22,5 mm Asph., das einen Brennweitenbereich von 28 bis 90 mm im Kleinbildsystem abdeckt, ein 2,5" transreflexives LC-Display und ein elektronischer Sucher mit der derzeit höchstmöglichen Auflösung von 235.000 Pixeln. Der Bildsensor der Leica Digilux 2 ist mit 2/3 Zoll für eine Auflösung von 5 Millionen Pixeln ungewöhnlich groß. Jeder Bildpunkt hat mit einer Größe von 3,4 µ deshalb mehr Platz, kann damit mehr Licht aufnehmen und sorgt so für weniger Bildrauschen. Ab Februar 2004 ist die Leica Digilux 2 im Leica Fotofachhandel erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 1.800,- Euro.

Neue Handys mit Fotofunktion

Wie bereits im Editorial der vorigen Ausgabe vorhergesagt, war die Marktübersicht mit 54 Fotohandys, die wir in ifc 11/2003 veröffentlicht hatten, nur wenige Tage lang aktuell. In den vergangenen Wochen sind schon wieder verschiedene Fotohandy-Neuheiten auf dem Markt erschienen. Wir zeigen hier nur einige davon.

Im Rahmen ihrer erfolgreichen Zusammenarbeit mit Vodafone Live! haben Vodafone und Sagem das Kamerahandy Sagem myV-65 vorgestellt. Beim myV-65, das mit einem CCD-Fotochip ausgestattet ist, handelt es sich um ein optisch und technisch überarbeitetes Sagem myX-6-Modell. Das Design wurde nach den Wünschen von Vodafone exklusiv von Sagem angefertigt.

Sony Ericsson hat mit dem P900 einen nach eigenen Angaben noch kleineren, schnelleren, einfacheren und flexibleren Nachfolger des P800 eingeführt. Zu den wichtigsten Verbesserungen gehören die Videoaufnahme-Funktion, der 208 x 320 Pixel große TFT-Touch-Screen mit 65.536 Farben und der größere interne Speicher mit 16 MB. Die Integration der Videoaufnahme – aus der CommuniCam des P800 ist im P900 ein CommuniCorder geworden – verdeutlicht die Multimedia-Fähigkeiten des P900. Die Länge der Video-Clips ist nur vom verfügbaren freien Speicher begrenzt und belegt etwa ein MB pro Minute. Die Videos im QCIF-Format werden mit Ton in MPEG4-Kompression gespeichert. Neben Streaming Video können auch Video-Clips in MMS-Nachrichten eingebunden werden. Zusätzlich ist das neue Handy auch mit einer VGA-Digitalkamera ausgestattet. Der Datenversand erfolgt über MMS, E-Mail oder per Bluetooth, Infrarot oder Kabel. Der Arbeitsspeicher des P900 ist mit 48 MB RAM ausgestattet, etwa 16 MB davon sind frei verfügbar. Zusätzlichen Speicherplatz bietet der mitgelieferte Memory Stick Duo mit 32 MB, auf dem sich Musikclips oder Videos speichern lassen.

Das neue Sony Ericsson T630 hat zwei Vorderseiten: eine Schauseite für die Kamera mit einem kleinen Spiegel für Selbstporträts, die andere für die Tastatur und den schnellen Zugriff auf die verschiedenen Imaging- und Entertainment-Funktionen. Zu den Ausstattungsmerkmalen des Triband/GPRS-Mobiltelefons, das im ersten Quartal 2004 in der Farbe „Frosty Silver“ zu haben sein soll, gehören eine Kamera und ein 128 x 160 Pixel großes TFT-Display mit 65.536 Farben. Auch das T630 funktioniert nach dem von Sony Ericsson entwickelten QuickShare-Prinzip: Fotos sind mit nur zwei Tasten-Clicks gemacht, der Austausch von Bildern zwischen dem Handy, dem PC oder anderen Endgeräten klappt sehr einfach und intuitiv – entweder lokal über Bluetooth, Infrarot oder Kabel oder über das Netz via MMS oder E-Mail.

Eingefaßt in harmonisch abgestimmte und verzierte textile Cover soll das aufklappbare Nokia 7200 moderne Mobilfunktechnik mit aktuellen Design-

trends vereinen. Das neue Mobiltelefon, das voraussichtlich im ersten Halbjahr 2004 ausgeliefert wird, verfügt über ein Farbdisplay mit bis zu 65.536 Farbabstufungen und ein Schwarzweiß-Außendisplay, eine integrierte VGA-Kamera und ein UKW-Radio. Es bietet schnelle Datenübertragungen über GPRS und EDGE und arbeitet als Dualband-Mobiltelefon in (E)GSM 900- und GSM 1800-Netzen. Das Nokia 7200 unterstützt Chat mit persönlichem Erreichbarkeitsinformationsdienst (Presence, IMPS) und MMS (Multimedia Messaging Service).

Motorola ergänzt das Produktportfolio um ein weiteres High-End-Gerät: das V525. Ausgestattet mit integrierter VGA-Digitalkamera, hochauflösendem TFT-Farbdisplay, MMS, MP3-Klingeltönen, Bluetooth und Quad-Band-Technologie, soll das Handy vor allem die Kunden überzeugen, die mehr wollen, als nur mobil zu telefonieren. Das Motorola V525 bietet direkten Zugriff auf das Vodafone live! Portal und damit auf ein umfassendes mobiles Informations- und Entertainmentangebot.

DPS Click

Mehr als nur ein Ausschnitt:

ein kompletter digitaler Foto-Service.

Bitte lächeln – heißt es ab sofort nicht nur vor der Kamera, sondern auch hinterm PC in Fotostudios und Labors. Denn DPS Click, der umfangreiche „Digitale Photo Service“, erschließt Ihnen die digitale Fotovielfalt – so einfach wie nie. Per leistungsstarken Rechner mit beweglichem 15"-TFT-Touchscreen erstellen Sie Index- und Digitalprints in Top-Qualität. Brennen Foto-CDs. Oder vervielfältigen Bilder, Negative und Dias mühelos – in 4 Bildgrößen Ihrer Wahl.

Bei Anschluss einer Digitalkamera können Sie sogar einen Passfoto-Service einrichten. Und dank zahlreicher Bildbearbeitungstools Fotomaterial korrigieren und verzieren. Von so viel Qualität und Effizienz müssen Sie sich einfach ein Bild machen. Ein Anruf genügt – wir vermitteln Sie unverzüglich an einen kompetenten Fachhändler in Ihrer Nähe weiter. Die ersten 20 Interessenten erleben vor Ort eine kostenlose Vorführung von DPS Click.

Jetzt anrufen und DPS Click kostenlos kennen lernen.
Tel.: 0 21 02/4 86 92 50 • www.mitsubishi-evs.de

MITSUBISHI ELECTRIC
Changes for the Better
Electronic Visual Systems

Tura setzt auf eigene Kompetenz

IMMER NEUESTE TECHNOLOGIE

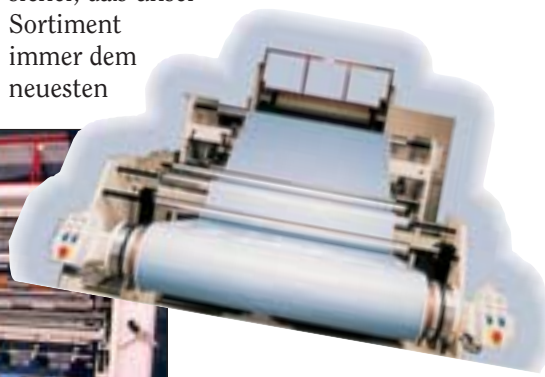
Die gekonnte Verbindung von eigener Herstellung mit dem direkten Einkauf bei erstklassigen Fotounternehmen ist die besondere Stärke des über 100 Jahre alten Unternehmens Tura. Das umfangreiche Produktsortiment von Filmen, Fotopapieren, Inkjet-Medien, Kameras und weiteren Fotoprodukten wird weltweit geschätzt. Es steht den Kunden wahlweise unter der Marke Tura oder als Handelsmarke zur Verfügung.

Das im Jahre 1901 unter dem Namen Bergmann & Co. in Wernigerode im Mittelgebirge Harz gegründete Unternehmen änderte seinen Namen 1944 in „Turaphot – Fabrik fotografischer Filme und Papiere“ und ist seit 1948 in Düren im Westen Deutschlands zu Hause. Mit der Umstrukturierung in die Tura AG im Jahre 2000 war eine Reihe zukunftsträchtiger Investitionen verbunden, die die Leistungsfähigkeit von Tura als Film- und Papierlieferant weiter erhöhten.

Zuverlässigkeit und Kompetenz

Mit einem konsequenten Konzept ist es Tura in den letzten Jahren gelungen, sich als Alternative zu den großen Weltmarken zu positionieren. Dabei spielt der gute Ruf der deutschen Traditionsmarke Tura eine ebenso große Rolle wie die Flexibilität und Zuverlässigkeit des Unternehmens im Private Label Geschäft. „Unser Ehrgeiz besteht nicht darin, immer der Billigste zu sein, sondern unseren Kunden ein komplettes Sortiment aus einer Hand zu konkurrenzfähigen Preisen zu bieten“, erläutert Vorstandsvorsitzender Dr. Thilo Senst seine Unternehmensphilosophie. „Dabei ist Qualität durch nichts zu ersetzen. Deshalb legen wir großen Wert darauf, daß unsere Produkte mit denen der großen Weltmarken vergleichbar sind.“

Um das sicherzustellen, unterhält das Tura Management weltweite Kontakte zu erstklassigen Lieferanten und überprüft die Qualität durch umfangreiche Tests. „Auf diese Weise stellen wir sicher, daß unser Sortiment immer dem neuesten



Mit vier vollautomatischen Rollenschneid- und Wickelmaschinen für Fotopapiere kann Tura schnell und flexibel auf Kundenwünsche reagieren.

Zwischen Tradition und Moderne präsentiert sich das Tura Werk in Düren. Links das 1948 bezogene ursprüngliche Firmengebäude, das auf dem Gelände inzwischen mehrere Erweiterungen erfahren hat und zuletzt im Jahre 2001 durch eine moderne Fertigungs- und Lagerhalle (rechts) mit einer neuen Produktionsstraße für Kleinbildfilme ergänzt wurde.

Stand der Technologie entspricht“, betont Senst.

Filme und Papiere

Die klassische Domäne des Fotounternehmens Tura ist auch heute noch ein Bereich, in dem eigene Fertigungstechnologie einen großen Teil zur Wertschöpfung beiträgt. Bei Filmen und Papieren beherrscht Tura alle Produktionsschritte außer dem Gießen der Emulsion im eigenen Hause. Vier vollautomatische Rollenschneid- und Wickelmaschinen für Fotopapiere und eine moderne Filmproduktionsstraße im Dürener Werk sind die Voraussetzungen dafür, auf die Ansprüche der Kunden im Private Label Geschäft schnell und flexibel reagieren zu können.

Im Papier-Segment bietet Tura drei verschiedene Qualitätslinien von Colornegativpapieren mit unterschiedlichen Oberflächen an, darunter auch das Premiumprodukt Tura „life Premium“ mit Rückseitendruck. Tura Papiere sind als Rollenware in unterschiedlichen Breiten bis zum Fachlaborformat mit 107 oder 127 cm und als Blattware zwischen 8,9 x 12,7 cm und 61 x 90 cm erhältlich. Dazu kommen die beiden Schwarzweiß-Qualitäten Tura „High Speed“ VC und Tura „High Speed“ PE als Blattware in verschiedenen Formaten und als Rollen. Auch die Herstellung von Sonderformaten, die bei Bedarf manuell geschnitten werden, ist bei Tura kein Problem. Die gleiche Flexibilität wie bei den Fotopapieren bietet Tura übrigens auch bei Inkjet-Medien an. Dabei hat das Unternehmen die wichtigen Papierqualitäten für Imaging-Anwendungen im Programm und

Dr. Thilo Senst vor dem Eingang des noch im Bau befindlichen neuen Verwaltungsgebäudes: „Das hervorragende Preis-/Leistungsverhältnis unserer Produkte und unsere Kompetenz in Herstellung und Einkauf bieten die Basis für weitere Wachstumspotentiale.“

kann sich auf einen kompetenten Lieferanten verlassen. „Diese Produkte gibt es für Fotoanwendungen ausschließlich bei Tura, denn wir haben mit diesem Papierhersteller einen Exklusiv-Vertrag abgeschlossen“, betont Senst.

Das Filmsortiment umfaßt Colornegativfilme im Kleinbild (ISO 100, 200 und 400) und APS (ISO 200), Kleinbild-Diafilme (ISO 100 und 200) und Schwarzweiß-Filme in den Empfindlichkeiten ISO 100 und 400. Letztere gibt es auch mit C41-kompatibler Emulsion und als Meterware.

Der Private Label Partner

Die eigene Fertigungstechnologie erlaubt es Tura, auf Wunsch alle Filme in Sonderlängen anzubieten. „Ob es um einen Film mit sechs Aufnahmen für Sachverständige geht, um 25 Aufnahmen für ein Jubiläum, um 24+6 für eine Bilderpromotion – jede Länge, die in eine handelsübliche Filmpatrone hineinpaßt, ist möglich“, erklärt Dr. Thilo Senst. „Dabei kann der Name des Kunden oder seine Marke auch auf den Rand des Filmes vorbelichtet werden.“

Für Private Label Kunden bietet Tura zudem einen kompletten Service an. Die eigene Design-Abteilung begleitet den Kunden von der Idee bis zur Umsetzung – und das ausgesprochen schnell. „Wenn Sie mit uns heute über einen Private Label Film sprechen, haben Sie die gewünschte Stückzahl nach fünf Wochen in Ihrem Geschäft“, betont Senst. Das gilt übrigens auch für Einweg-Kameras, die in unterschiedlichen Ausführungen und allen denkbaren Verpackungsdesigns lieferbar sind – mit und ohne Blitz oder als Unterwasserversion. „Auch hier – wie bei unseren preisgünstigen Kompaktkameras – gewährleisten wir eine Qualität, die keinen Vergleich mit den Produkten großer Marken zu scheuen braucht. Denn entweder kaufen wir bei diesen Herstellern selbst oder bei den Quellen, aus denen diese sich auch bedienen“, erklärt Senst.

Fortsetzung auf Seite 54

Rechts: Das zur Zeit im Bau befindliche neue Verwaltungsgebäude der Tura AG wird in wenigen Wochen bezugsfertig sein.

Fortsetzung von Seite 53

Umfassendes Sortiment aus einer Hand

Zu den Filmen und Fotopapieren hat Tura selbstverständlich auch die passende Fotochemie. Auch hier können sich die Kunden auf erstklassige Weltmarktqualität verlassen. „Durch die enge Zusammenarbeit mit dem Unternehmen, das die geruchlosen Fotochemikalien oder die einteilige Chemie erfunden hat, können wir unseren Kunden die neuesten Technologien anbieten“, erläutert Senst. „Wer mit Tura zusammenarbeitet, ist bei Innovationen immer vorne mit dabei.“

Seit einigen Monaten hat Tura auch Batterien im Programm, die als Markenprodukt Tura Alkaline erhältlich sind. „Damit folgen wir weiter unserer Strategie, dem Kunden ein umfassendes Sortiment aus einer Hand anzubieten und ihm damit den Einkauf so einfach und bequem wie möglich zu machen“, sagt Senst. Ein Minilab-Betreiber, so der Tura Vorstandsvorsitzende, könne neben Papier und Chemie für seine Maschine bei Tura mit Filmen, Einweg- und Kompaktkameras und jetzt auch Batterien die wichtigsten schnelldrehenden Produkte erhalten. „Dabei muß der Kunde entscheiden, ob er unsere Produkte als Private Label oder unter der Marke Tura einsetzen will“, erklärt Senst. „Beide Alternativen bieten eine hervorragende Möglichkeit, dem direkten Vergleich mit oftmals aggressiv angebotenen A-Marken auszuweichen.“

Auch im Digitalzeitalter sehen die Verantwortlichen von Tura für das Unternehmen deutliches Wachstumspotential auch im Filmsegment. „Die sinkende Nachfrage hat einen verstärkten Preisdruck zur Folge, auf den man mit Private Label Filmen hervorragend antworten kann“, betont Senst. „Dabei sollte auch der berühmte ‘Bumerang-Effekt’ nicht vergessen werden: Ein Film, der den Namen des Fotohändlers trägt, hat eine sehr viel höhere Chance, auch zur Entwicklung wieder in das entsprechende Geschäft zurückzukommen.“ Auf die Frage, ob nicht in Zukunft der Verkauf von Digitalkameras eine Wachstumsmöglichkeit für Tura sei, gibt Senst eine klare Antwort: „Wir glauben nicht, daß Digitalkameras unter Handelsmarken eine Zukunft haben. Hier wird sich der Markt im Zuge der weiteren Entwicklung deutlich bereinigen und von den A-Marken dominiert werden.“ Anders sei die Lage bei originellen Nischenprodukten, die den Kunden einen sichtbaren Zusatznutzen bieten. So hat Tura soeben ein Fernglas mit eingebauter Digitalkamera ins Programm genommen.

Der enge Kontakt zu den Kunden und die direkte Zusammenarbeit mit führenden Lieferanten stellen bei Tura jederzeit sicher, daß die aktuellen Trends im Markt schnell erkannt und umgesetzt werden. Auf dieser Basis, so ist sich Dr. Thilo Senst sicher, wird sich die Tura AG auch in Zukunft als zuverlässiger Partner weltweit präsentieren.

Auch Einweg-Kameras sind wahlweise unter der Marke Tura oder als Private Label Produkt erhältlich.

Neue Produktbereiche

Seit einigen Jahren arbeitet Tura systematisch daran, die Kompetenz bei der Herstellung fotografischer Präzisionsprodukte auch für andere Marktsegmente nutzen zu können. Ein eindrucksvolles Beispiel dafür sind die leuchtenden luminis Folien, die zum Beispiel für den Einsatz in der Licht- und Leuchtwerbung geeignet sind – übrigens auch auf den Verkaufstheken der von Tura belieferten Fotogeschäfte. luminis Folien sind hauchdünne, auf dem Rohstoff Zinksulfid basierende Leuchtkörper, die unter dem Einfluß elektrischer Spannung ein homogenes, elegantes Licht projizieren und überall dort zum Einsatz kommen, wo andere Leuchtkörper keinen Platz finden können. Wegen ihrer äußerst flachen Bauweise – luminis Folien sind dünner als 1 mm – können sie zum Beispiel im Bereich der Fußbodenwerbung, etwa auf Messeständen, hervorragend eingesetzt werden, ohne daß eine gefährliche Stolperfalle entsteht. Das Werbemotiv wird dabei am besten auf Inkjet Backlit Film ausgedruckt und so mit der Folie verbunden, daß es einfach ausgewechselt werden kann. In ähnlicher Weise bietet die Tura AG den vielleicht dünnsten Leuchtkasten der Welt an, der aus einer Art Bilderrahmen, der luminis Leuchtfolie und einer Glasplatte besteht. Die Werbebotschaft auf dem Inkjet Backlit Film wird einfach zwischen die Folie und die Glasplatte geschoben und kann innerhalb von Sekunden ausgewechselt werden. Die Möglichkeiten dieses Produktes sind nach Ansicht von Dr. Thilo Senst noch lange nicht ausgereizt. „Ein solches, einzigartiges Material, das elegantes Licht nahezu ohne Wärmeentwicklung abgibt, dünner als 1 mm ist und weniger als 1 kg pro Quadratmeter wiegt, kann für eine Vielzahl interessanter Anwendungen eingesetzt werden.“

PMA 2004

Gestalten Sie
die Zukunft Ihres Geschäftes

Kommen Sie zur
PMA Annual Convention
and Trade Show

12.-15. Februar 2004
Las Vegas Convention Center
Las Vegas, Nevada, USA

DIMA Annual Convention
10.-11. Februar 2004

PSPA Annual Convention
9.-11. Februar 2004

Hier trifft sich die
Foto/Imaging Welt

PMA INTERNATIONAL CONVENTION & TRADE SHOW LAS VEGAS

Unter pma2004.pmai.org können Sie sich online anmelden

Photo Marketing Association International
European Office, Leopoldstraße 236, 80807 München, Germany,
Telefon: ++49-(0) 89-39 96 86, Fax: ++49-(0) 89-2 73 02 91, PMA home page: www.pmai.org

Ulrich Vielmuth

Zukunft des Videofilmens (I)

Eine Serie über Camcorder der Zukunft

Die analogen Zeiten gehen mit Riesenschritten dem Ende zu. Zumindest was das Videofilmen mit Hi8 und VHS betrifft. Die aktuellen Absatzzahlen machen es deutlich. Lag das Verhältnis der verkauften analogen zu den digitalen Camcordern im vergangenen Jahr noch bei 1/4 zu 3/4, so hat es sich in diesem Jahr noch mehr zu den digitalen Camcordern verschoben. So geht Ende 2003 nur noch jeder fünfte Camcorder als analoge Ausführung über den Ladentisch. Dieser Trend wird sich noch beschleunigen, wenn die Preise der kleinen Digis weiter nachgeben werden. Sie sind ja schon teilweise im Keller angekommen und 399,- Euro keine Seltenheit.

Die IFA in Berlin hat es jüngst deutlich gemacht: Es wird zukünftig ziemlich unübersichtlich beim Filmen mit den unterschiedlichsten digitalen Aufnahmeformaten. Das muß uns zwar nicht ängstigen, doch fachliche Aufklärung tut Not, soll der Durchblick auch weiterhin einigermaßen gewahrt bleiben.

Beim Blick in die Zukunft sollte noch ein kurzer Rückblick in die Vergangenheit gestattet sein. Denn schon vor gut zehn Jahren hat man sich nicht nur in Hobbyfilmerkreisen gefragt, ob das Magnetband die Jahrtausendwende überleben wird. Die Antwort ist mittlerweile längst gegeben, das Videoband ist auch zu Anfang des neuen Jahrtausends immer noch ein gern benutzter, preiswerter und zuverlässiger Datenträger mit hoher Speicherkapazität. Mit einer Bild- und Tonqualität, von der Videofilmer in den 80ern nur träumen konnten.

Als ich im März des Jahres 1984 meine monatliche Videokolumne in dieser Zeitschrift startete, waren VHS und Betamax die vorherrschenden Videosysteme, Video 2000 von Grundig und Philips fristete ein Schattendasein und wurde bald darauf wegen Erfolglosigkeit eingestellt. Videokameras hatten noch Aufnahmeröhren; die Videokopftrommel als Herzstück des Recorders sowie die Videokassetten waren im Gegensatz zu heute noch verhältnismäßig groß. Eastman Kodak stellte sein 8 mm-Camcordersystem vor, dem jedoch kein Erfolg beschieden war. Bosch/Bauer, heute fast vergessen, war auf der photokina 84 mit einer neuen Farb-Videokamera präsent. Wenig später boomte Video besonders mit kleinen 8 mm-Camcordern. Anfang der 90er steigerten sich die Verkäufe bis zu Spitzenwerten von über einer Million pro Anno, alle Camcorder-Aufnahmeformate zusammengerechnet. Erst das Mini-DV-System zur IFA 95 brachte für den Hobbyfilmer ein professionell geprägtes Qualitätslevel. Folge: Die analogen Formate Hi8 und S-VHS verloren stetig an Boden.

Jetzt könnte man sagen: Wie schön, daß es im Prinzip nur noch ein dominierendes Aufnahmeformat gibt, an das man sich gewöhnt hat und mit dem man gut arbeiten kann. Eine breite Palette hochwertiger Camcorder aller nur erdenklichen Varianten steht zur Verfügung. Selbst die Fernsehanstalten setzen DV-Camcorder ein, vom 3 CCD-Mini-DV-Camcorder bis hin zu DVCAM von Sony oder DVCPRO von Panasonic. Außerdem: Die großen Camcorder-Hersteller arbeiten an einem hochauflösenden DV-Aufnahmeformat, kurz HDV genannt (siehe auch i+fc 9/03).

Doch seit der vergangenen IFA in Berlin ist nichts mehr so, wie es war. Zwar heißt seit der Messe die Parole „Bandlos in die Zukunft“, doch kann bei aller Euphorie selbst von einer mittelfristigen Ablösung noch keine Rede sein. Gleichzeitig wurden nämlich in Berlin auch weitere hochwertige High-End-Camcorder für den Prosumermarkt vorgestellt, die sämtlich bandgestützt arbeiten.

Der Trend zu immer kleineren Camcordern hatte ja ursprünglich schon Mitte der 1980er Jahre mit dem 8-mm-Format begonnen. Mit der späteren Mini-DV-Kassette wurde es noch einmal kompakter. Der Camcorder erreichte nun Taschenbuchgröße im Hochkantformat, er wurde sozusagen um die Kassette gebaut. Mit Micro-MV von Sony zur IFA 2001 wurde es noch eine Nummer kleiner, der neue Begriff „Lifestyle-Camcorder“ für die Hand- oder Jackentasche als Verkaufsargument geprägt – silbern glänzend und mit edler Anmutung.

Kleine Revolution

Doch seit der vergangenen IFA ist abzusehen, daß mittelfristig die Weichen in die Camcorder-Zukunft umgestellt werden. Zum Band gesellen sich nun Speicherkarte, Festplatte und DVD als Aufzeichnungsmedium und Datenträger. Panasonic als traditioneller Sony-Rivale, aber auch Samsung nutzten in Berlin die Aufmerksamkeit der weltweit größten Messe für Consumer Electronic, um ihre beiden in die Zukunft weisenden neuen Speichertechnologien selbstbewußt der staunenden Fachwelt zu präsentieren: die SD-Speicherkarte und die Mini-Festplatte.

Angeborene Skepsis ist aber auch hier angebracht, denn nach meiner Erfahrung ist nicht alles Neue auch automatisch besser. Denn die neuen, zigarettenschachtel-kleinen Camcorder von Panasonic (D-snap/SV-AV100) und Samsung (ITCAM) sind zwar aufgrund von Konzeption und Technologie ziemlich spektakulär, dem ambitionierten und nachbearbeitenden Hobbyfilmer werden die beiden jedoch nur ein Gähnen abringen: „Uninteressant, da bleibe ich lieber beim Band.“ Zumal die Auswahl an verbesserten Mini-DV-Camcordern seit Anfang des Jahres ziemlich weit gefächert ist, deren Videokassetten doch recht komfortabel am PC oder mit Casablanca nachbearbeitet werden können.

Doch wo liegen die Vorteile der neuen Aufzeichnungstechnologien, und für welche Zielgruppe können sie wirklich von Interesse sein? Mehr darüber in der nächsten Folge.

PoS-Aktion von Fujifilm

Traumwelten für den Fotohandel

Seit November und noch bis zum Februar 2004 läuft die aktuelle Winterkampagne von Fujifilm für den Point of Sale. Im Mittelpunkt steht erneut die Entdeckung neuer, aufregender Welten.

Echte Hingucker sind die Motive der von Fujifilm gestarteten Aktion mit dem Titel „Discover New World!“ Bei den Bildmotiven hat das Unternehmen diesmal regelrechte Traumwelten im Programm. So wandert beispielsweise ein Wüstenkamel am Fußes ein Eisberges entlang.
Für den Fotohandel gibt es das Dekopaket für die Wintersaison gleich in zwei Versionen. Mit ihnen wird die attraktive Gestaltung des Vekaufraums zum Kinderspiel. Fujifilm liefert dabei zwei Dekoprogramme in einem Dekopaket aus.

Allgemeines Dekopaket

Das allgemeine Dekopaket im Design der Kampagne ist für die Präsentation diverser Fujifilm-Produkte vorgesehen. Zur Verfügung stehen beispielsweise Deko-Würfel (15 x 15 x 15 cm) oder etwas höhere Dekopodeste (15 x 15 x 28 cm), auf die ganz nach Wunsch unterschiedliche Produkte als Blickfang plaziert werden können.
Eine dreiteilige Dekowand mit Elementen im Format 84 x 54 cm bietet den passenden Hintergrund für die Promotion. Ein Topper mit dem aktuellen Kampagnenmotiv für die Fujifilm Standardschütte gehört ebenfalls ins Paket. Ergänzt wird es durch zwei Drahtschüttentopper im Format A4 und 2 Topper im Format A3.

Deko für Digitalkameras

Neben dem allgemeinen Dekopaket zählt auch ein Dekopaket für Digitalkameras zum Point of Sale-Angebot. Mit ihm lassen sich die aktuellen FinePix-Modelle Fujifilms besonders gut zur Geltung bringen. Das Paket enthält DIN A1-Angebotsplakate aktueller FinePix-Modelle, zwei Tür- oder Fensterkleber im Format DIN A5 sowie einen DIN A4-Block mit einem Überblick über die digitale Produktpalette. Praktisch sind die Infokarten zum Mitnehmen für die Kunden. Sie bieten alle wichtigen Informationen zum gewünschten Modell auf einen Blick.

Außerdem gehört zum Dekopaket eine spezielle Informationsbroschüre zum Super CCD der vierten Generation. Diese geht detailliert auf die Sensoren vom Typ „Sensivity Range“ sowie „High Resolution“ ein. Exemplarisch für diese beiden Sensorarten werden die Modelle FinePix F700 (SR) und FinePix S7000 (HR) vorgestellt. Anhand von Beispielbildern wird in der Broschüre verdeutlicht, wie der Super CCD SR für natürliche Farben, detailreiche Farbübergänge, feinste Schattierungen und eine ausgezeichnete Schärfe sorgt und wie es der Super CCD HR selbst bei deutlichen Hochvergrößerungen schafft, Bilder ohne Pixelstrukturen wiederzugeben. höl

Grußkarten-Aktion zu Weihnachten

Zu Weihnachten und Silvester startet Fujifilm wieder Aktionen rund um das digitale Bild. Weihnachtsgrüße und ein Fotokalender 2004 stehen im Mittelpunkt der FDi Quartals-Promotion, die Anfang dieses Monats beginnt. Die Aktionen sind speziell für Händler konzipiert, die über ein digitales Minilab der Frontier-Serie verfügen. Mit den Weihnachtsgrüßen und dem attraktiven Fotokalender können sie im Weihnachtsgeschäft zusätzliche Umsätze generieren. Für persönliche Grußkarten mit dem Lieblingsfoto der Kunden hat Fujifilm ein besonderes Weihnachtsangebot vorbereitet. Kunden, die zehn Grußkarten mit dem persönlichen Lieblingsfoto bestellen, erhalten drei Grußkarten kostenlos dazu.
Ein weiteres Angebot umfaßt persönliche Jahreskalender von Fujifilm. Mit einem persönlichen Foto versehen, wird ein Jahreskalender 2004 zur individuell gestalteten Geschenkidee. Wer mindestens fünf Kalenderprints mit seinem Wunschbild bestellt, erhält automatisch einen sechsten gratis hinzu.

Wer keine Schulden macht, handelt unsozial

Mit großer Mehrheit beschlossen die Delegierten auf dem SPD-Parteitag in Bochum die Erhebung einer Ausbildungsumlage! Auf gut deutsch heißt das für viele Betriebe und Unternehmer: Zwangsweise bezahlen, wenn man keine „Lehrlinge“ ausbildet. Die SPD will also ein Gesetz durchbringen, das eine weitere wesentliche Belastung der Arbeitgeber in Deutschland bedeutet und wodurch wiederum weitere negative Argumente gegeben sind, daß ausländische Investoren möglichst nicht als Unternehmer nach Deutschland kommen, um Arbeitsplätze zu schaffen. Allen Bekenntnissen zum Trotz, die Bürokratie in unserem Lande zu vereinfachen, soll es natürlich auch zahlreiche Sperrklauseln und Ausnahmen bei der Ausbildungsplatzabgabe geben; der rheinland-pfälzische Ministerpräsident Kurt Beck (auch SPD) befürchtet, daß allein der bürokratische Aufwand für eine solche Abgabe „unermeßlich groß“ sei.

Da Bundeskanzler Schröder auf seinem Bochumer Parteitag ohnehin schon so viel Prügel bekommen hat, wollte er wohl wenigstens den linken Genossen und vor allem den Gewerkschaften mit der Ausbildungsplatzabgabe entgegenkommen, obwohl auch sein Wirtschafts- und Arbeitsminister Clement sehr dagegen war. Jetzt möchte ich daran erinnern, daß ich schon bei meinem vorigen Wirtschaftspolitischen Kommentar prophezeit habe, „daß sich dann viele Betriebe freikaufen werden und es viel, viel weniger Lehrstellen als heute geben wird.“ Man braucht sich nur noch vorzustellen, was passiert, wenn Vater Staat die Zwangslehrstellen dann selbst verteilt, um zu wissen, daß damit wieder noch ein Stück mehr unternehmerische Freiheit in unserem Lande verlorengeht.

Ich habe schon mehrfach auf die großen finanziellen Belastungen hingewiesen, die die Ausbildung von Azubis mit sich bringt. Das trifft bei der derzeitigen schwierigen konjunkturellen Lage gerade die mittelständischen Betriebe besonders hart.

Auch habe ich mich gerade darüber belehren lassen müssen, daß das „Schulden machen“ von Politikern nicht mit dem „Schulden machen“ von Unternehmern vergleichbar sei: Mit den Schulden, die Politiker machen, wird nämlich die Wirtschaft angekurbelt, was wiederum zu mehr Steuereinnahmen führen würde. Die Philosophen sagen, daß jede Philosophie ein Körnchen Wahrheit habe. Als Unternehmer weiß ich jedoch, wie schnell für einen Betrieb das endgültige Aus kommen kann, wenn er auch nur einen Tag illiquide ist. Die über 40.000 Insolvenzen (die meisten im Handel) in diesem Jahre geben ein deutliches Zeichen davon, daß in einem kaufmännischen Betrieb zu hohe Schulden schnell das Ende bedeuten.

Anders ist das bei unseren Politikern! Wie Ministerialrat a.D. Dieter Meyer in seinem Buch „Die Schuldenfalle“ schreibt, ist die Staatsverschuldung in vier Jahren in Deutschland, insbesondere durch die Neuverschuldungen der letzten Jahre, so hoch geworden, daß Herr Eichel jeden 7. Euro des Gesamthaushaltes nun für Zinsen und Zinseszinsen ausgeben muß. Ein klassisches Beispiel, wie Neuverschuldungen von unseren Politikern aussehen, ist der „Steinbrück - Trick“ hier in Nordrhein-Westfalen. Das Landesverfassungsgericht hat festgestellt, daß die Landeshaushalte für die Jahre 2001 und 2002, die damals vom jetzigen Ministerpräsidenten als Finanzminister aufgestellt wurden, gegen die Landesverfassung verstoßen haben; die Richter in Münster haben auf Grund einer Klage der NRW-CDU festgestellt, daß Kredite aus dem Jahre 2000 einfach als „Rücklagen“ für den Haushalt 2001 deklariert wurden. Jeder Unternehmer und Einzelhändler weiß, daß man bei solchen Tricks bald die Steuerfahndung im Hause hätte und daß z. B. Geschäftsführer von GmbHs sehr schnell über die GmbH-Beschränkungen zur persönlichen Haftung herangezogen werden könnten. Wenn man dann noch am 16.11. in der „Welt am Sonntag“ unter anderem folgenden Text in einem Bericht „NRW aus dem Gleichgewicht“ liest: „In seinen 20 Düsseldorfer Jahren brachte es Rau* mit den Finanzministern Posser und Schleußer unter dem Strich auf ein Schuldenplus von 64,5 Milliarden Euro. Wolfgang Clement mit den Finanzministern Schleußer und Steinbrück brauchte von 1998 bis 2002 12,6 Milliarden Euro Neuverschuldung“, dann sieht man an diesen Beispielen schnell den Unterschied zwischen „Schulden machen“ von Politikern und Unternehmern. Ein zweierlei Ding sind also Schulden; schließlich wollen und sollen ja unsere Politiker nicht unsozial handeln und mit allem, was sie tun, soziale Gerechtigkeit ausüben. Einen solchen Luxus kann sich natürlich kein selbständiger Unternehmer leisten, weshalb sie auch so oft leichtfertig von Journalisten, Politikern und Gewerkschaftlern als unsoziale Ausbeuter gebrandmarkt werden, die auch Profit erzielen wollen. Ich schließe aus allem: Wer keine Schulden macht, handelt unsozial! Schade, daß es seit „Basel 2“ so schwer geworden ist, bei meiner Bank als Mittelständler einen Kredit zu bekommen.

H.J. Blömer

Die SPD-Fraktion hatte am Dienstag gegen den Willen von Wirtschaftsminister Wolfgang Clement mit großer Mehrheit für die Ausbildungsplatzabgabe gestimmt. Bei der Abstimmung gab es aber auch zehn bis 15 Gegenstimmen. Bis nächsten Februar soll aus dem beschlossenen Eckpunktepapier ein Gesetzentwurf werden.
Im Internet unter:
www.tagesschau.de/Front gegen Ausbildungsabgabe

* Spitze ist allerdings die Altersversorgung des Bundespräsidenten (ohne NRW-Rente): Er erhält nach dem Ausscheiden aus dem Amt das volle Gehalt bis zum Lebensende weiter – gegenwärtig sind das 212.240 Euro im Jahr (steuerfrei natürlich!).

Elinchrom Digital Style RX Geräte sind jetzt lieferbar

Die Elinchrom Digital Style RX-Serie des Schweizer Herstellers Elinca ist jetzt auch auf dem deutschen Markt zu haben. Die neue Gerätegeneration umfaßt drei in ihrer Leistung unterschiedlich dimensionierte Kompakt-

geräte (Style 300RX/600 RX/1200 RX) und zwei Generatoren (Digital 1200 RX/ 2400 RX), die sich in ihren Fähigkeiten ergänzen und eine besonders flexible Lichtgestaltung erlauben. Dank eines Leistungsabgabespektrums zwischen neun und 2400 Ws und ultrakurzen Abbrenn- (beim Generator 1200 RX beispielsweise 1/3.400 Sek) und Ladezeiten (minimal 0,24 Sek, maximal eine Sek.) lassen sich beliebige Szenarien realisieren. Die Elektronik sorgt mit einer Genauigkeit von ± 0,5 Prozent für exakte Blitzfolgen über den gesamten Sechs-Blenden-Regelbereich. Die mit großen, hellen LEDs angezeigte Leistung läßt sich in 1/10 Blendenwerten präzise einstellen. Weitere Ausstattungsmerkmale sind das frei einstellbare Pilotlicht, das abschaltbare akustische Ladesignal, Langsamladung und die Folientastatur. Speziell für digitale Shootings bietet Elinchrom mit dem Digital S und dem Digital SE zwei Blitzköpfe an, die exakt an das Leistungsspektrum der Digital RX Generatoren angepaßt wurden und sich durch besonders hohe Wiederholgenauigkeit selbst bei großen Blitzserien auszeichnen. Alle Geräte verfügen über eine Multifunktions-Anschlußbuchse, die als PC- oder Mac-Interface genutzt werden kann. Auf diese Schnittstelle sattelt das neue Elinchrom Remote Studio ERS auf, mit dem sich die verschiedenen Blitzgeräte-Kombinationen ebenso einfach wie exakt von einer zentralen Workstation aus steuern lassen.

Zwei neue Objektive erweitern das Leica System

Mit dem Leica Apo-Elmarit-R 2,8/180 mm bietet die Leica Camera AG das lichtstarke Hochleistungsobjektiv in einer verbesserten Ausführung an. Durch die Anwendung einer neuen optischen Rechnung konnte die Konstruktion des Objektivs einer Pressemitteilung zufolge so modifiziert werden, daß jetzt auch die Verwendung des Apo-Extender-R 1,4x zusammen mit dem Teleobjektiv möglich ist. Aus dieser Kombination ergibt sich laut Hersteller ein leistungsfähiges und besonders kompaktes Objektiv mit 250 mm Brennweite und der Anfangsöffnung 1:4. Die optische Leistung sei bereits bei voller Öffnung hervorragend und lasse sich durch Abblenden nicht mehr nennenswert steigern. Ebenfalls neu bei Leica ist das Vario Elmarit-R 2,8–4,5/28–90 mm ASPH, das ab sofort das Leica Spiegelreflexsystem ergänzt. Schärfe, Kontrast und Auflösung des Objektivs sind auch bei offener Blende überzeugend, meinte Leica in einer Pressemitteilung. Die Leistungsfähigkeit des Objektivs beruht auf einem Aufbau mit Innenfokussierung aus

zwei Gruppen mit elf Linsen in acht Gliedern. Das Leica Vario-Elmarit-R 2,8-4,5/28-90 mm ASPH ist ein Zweiring-Zoom, bei dem Schärfe und Brennweite mit getrennten Ringen eingestellt werden. Versehentliches Verstellen der Brennweite wird durch diese Bauweise zuverlässig vermieden. Zusätzlichen Bedienkomfort ermöglicht eine eingebaute blütenförmig ausgeschnittene Gegenlichtblende, die optimal auf die Strahlengänge abgestimmt ist. Ein im Lieferumfang enthaltener Stülpdeckel kann zum Schutz, beispielsweise vor dem Eindringen von Staub oder Sand, am Objektiv befestigt werden.

Superweitwinkelzoom für digitale SLR-Kameras

Tamron hat mit dem SP AF 2,8–4/17–35 mm Di LD Aspherical IF ein Superweitwinkelzoom speziell für digitale Kameras auf den Markt gebracht. Der Brennweitenbereich entspricht auf den

meisten digitalen SLR-Kameras einem Bereich von 28–55 mm, da der Chip der Kameras in der Regel kleiner ist als das Kleinbildformat. Die kürzeste Einstellentfernung beträgt 30 cm über den gesamten Brennweitenbereich. Die optische Konstruktion besteht aus 14 Elementen in elf Baugruppen.

Varta Photo Accu Pack paßt zur Casio Exilim

Varta hat das Sortiment seiner Photo Accu Packs um das Modell Photo Accu Pack P 46 ergänzt. Dieses liefert den

Casio Exilim Kameras EX-M1, EX-M2, EX-S1, EX-S2, EX-S3 und EX-Z3 630 mAh Energie. Der Akku wird in der Farbe Titansilber geliefert.

Werbung
...soll Erfolg bringen. In den meisten Fällen tut sie das auch. In anderen ruft sie die UWG-Hüter auf den Plan. Da bewarb zum Beispiel ein Einzelhändler eine „FOTO-AKTION Abzüge vom Kleinbild-Farb-Negativ-Film 9 x 13 matt oder glanz 0,01 Euro je Bild“. Zulässig oder verboten? Der BGH hielt die Werbung nicht für unlauter. Er konnte weder eine wettbewerbswidrige Wertereklame noch ein übertriebenes Anlocken erkennen (BGH – Urteil vom 22.5.2003 – I ZR 185/00).

Weihnachtsgeld
...ist Weihnachtsgeld, daher der Name. Allein aus der Verwendung des Begriffs darf man aber nicht den Schluß ziehen, die Auszahlung sei an den Bestand des Arbeitsverhältnisses zu Weihnachten geknüpft. Die Verwendung des Wortes „Weihnachtsgeld“ kann eine bloße Fälligkeitsbestimmung sein. Das hat dann zur Folge, daß im Jahr des Ausscheidens ein der bisherigen Arbeitsleistung entsprechender anteiliger Anspruch entsteht (BAG – Urteil vom 21.3.2003 – 10 AZR 408/02).

Lohnsteuer
…muß ein Arbeitgeber nach den Eintragungen auf der Steuerkarte des Mitarbeiters einbehalten und abführen. Eine rechtsmißbräuchlich getroffene Wahl der Steuerklasse darf er unberücksichtigt lassen. Das hat das BAG als Grundsatz wieder einmal bestätigt (Urteil vom 9.9.2003 – 9 AZR 554/02 – wobei der Wechsel von der Kombination IV/IV in die III/V im konkreten Fall – ein Arbeitnehmer wollte sich damit höhere Aufstockungsbeträge während der Altersteilzeit sichern – zulässig war).

Urlaubsansprüche
...eines Arbeitnehmers entstehen nach Erfüllung der gesetzlichen Wartezeit auch dann zum 1. Januar eines Jahres, wenn der Arbeitnehmer zu diesem Zeitpunkt krank ist. Er handelt auch nicht rechtsmißbräuchlich, wenn er Urlaub verlangt, obwohl er im gesamten Urlaubsjahr krank gewesen ist. Sieht ein Tarifvertrag vor, daß Resturlaub bis zu einem bestimmten Stichtag anzutreten ist, reicht es aus, wenn der Urlaub vor Ablauf dieses Stichtags beginnt (BAG – Urteil vom 18.3.2003 – 9 AZR 190/02).

Im Focus: Wenn’s wieder Reste gibt...

Das **Jahresende** naht. Der Weihnachtstrubel läuft auf Hochtouren. Die Mitarbeiter im Handel geben noch einmal richtig Gas. Viele von ihnen hatten bisher noch nicht mal Zeit, ihren kompletten Jahresurlaub zu nehmen.

Das, was sie am 31. Dezember übrig haben, heißt **Resturlaub**. Dieser Resturlaub wird auf das nächste Jahr übertragen. Dafür muß keiner etwas tun. Das geht alles ganz automatisch: ohne Antrag, ohne Durchschlag, ohne Bewilligung. Wichtig ist nur, daß die gesetzlichen Anforderungen erfüllt sind.

Das Bundesurlaubsgesetz regelt die **Übertragungsvoraussetzungen**. Nach seinem Paragraph 7 Absatz 3 ist eine Übertragung nur zulässig, „wenn dringende betriebliche oder in der Person des Arbeitnehmers liegende Gründe dies rechtfertigen“. Das heißt: Wenn einer seinen Urlaub bloß nicht nimmt, ohne daß er einen Grund dafür hat, ist der Urlaub weg. Dann gibt es keinen Rest.

Das, was aus 2003 an Urlaub übriggeblieben ist, ist bis zum **31. März 2004** zu nehmen und zu gewähren. Was bis zum letzten März an Urlaub nicht genommen werden konnte, verfällt. Es sei denn, der Chef drückt ein Auge zu oder ist tarifgebunden. Die Branchentarife sehen nämlich zum Teil großzügigere Übertragungsfristen vor. Mit diesem „Nachschlag“ drückt die Zeit nicht gar so schlimm, aber auch nach den tariflichen Bestimmungen ist irgendwann Schluß mit lustig.

Daß Urlaub **ersatzlos** verfällt, wollen viele Arbeitnehmer nicht wahrhaben. Sie haben doch ein ganzes Jahr für die bezahlte Freizeit gearbeitet. Also kommen sie auf den Gedanken, sich die nicht realisierten Urlaubsansprüche vergüten zu lassen. Diesem Wunsch erteilt das Bundesurlaubsgesetz aber eine klare Absage. Es kennt eine Urlaubsabgeltung nur für den Fall, daß ein Arbeitsverhältnis beendet wird. Und gerade das ist hier ja kein Thema. Es geht ja weiter. Und zudem gibt’s im neuen Jahr ja schon wieder Urlaub. Mit den gleichen Problemen am Ende...

Das Bundesurlaubsgesetz hat **keinen Sanktionscharakter**. Urlaubsjahr ist eben das Kalenderjahr. Und wem es nicht gelingt, seinen Urlaub in diesem Kalenderjahr oder im Übertragungszeitraum zu nehmen, der hat eben Pech. Die Gründe sind dem Gesetz übrigens gleichgültig. Ob ein Arbeitnehmer seinen Urlaub wegen Arbeitsunfähigkeit nicht antritt, ob er ihn wegen dringender Familiensachen sausen läßt oder der Boss ihn unbedingt im Laden braucht: Die Übertragungsgründe werden alle gleich behandelt. Selbst bei einer schweren Krankheit gibt’s keine Ausnahme. Was weg ist, ist weg. Manche Chancen hat man eben nur einmal...

Telefonanlagen
…nützen zwei Seiten. Dem, der damit telefoniert, und dem, der damit Geld macht. Der Letztere schützt sich oft in umfassenden Vertragswerken. Besonders beliebt sind sogenannte Verlängerungsklauseln, die den Vertragspartner langfristig binden. Dem klauselkontrollrechtlichen Transparenzgebot widerspricht allerdings eine Bestimmung, wonach sich ein Zehn-Jahres-Vertrag um bestimmte Zeiten verlängert, wenn die Anlage während der Vertragslaufzeit um andere Teile als „einfache Sprechapparate“ erweitert wird (OLG Düsseldorf – Urteil vom 31.7.2003 – 10 U 171/02).

Dienstwagen
...sind ein Statussymbol. So stattete beispielsweise ein Arbeitgeber seine Niederlassungsleiter regelmäßig mit einem bestimmten Typ aus. Die Modelle wurden für 36 Monate geleast. Wer einen teureren Pkw wollte, mußte den Differenzbetrag selbst tragen. Von einem vorzeitig ausgeschiedenen Niederlassungsleiter behielt der Arbeitgeber die noch offenen 26 Restraten ein. Das geht nicht, sagt das BAG. Mit Ende des Arbeitsverhältnisses ist die Sache erledigt (Urteil vom 9.9.2003 – 9 AZR 574/02).

Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt

NACHTRAG 4

Alle Produkte, die in den Katalogen und Nachträgen vorgestellt werden, finden Sie auch im Internet unter:

www.cat-verlag.de

Kamera-Shop

Minolta Dynax 3L

Kleine und leichte Spiegelreflexkamera mit reaktionsschnellem Autofokusantrieb und hoher technischer Ausstattung.

Ausstattungs-merkmale:

- Silberfarbenes Gehäuse mit übersichtlichen Bedienelementen.
- Extrem helle und kontrastreiche sphärische Mikrowaben-Einstellscheibe (Acute Matte).
- Elektronisch gesteuerter, vertikal ablaufender Schlitzverschluß.
- Integriertes Blitzgerät mit sechs Funktionen: Automatik, Automatik mit Vorblitz, Aufhell, Aufhell mit Vorblitz, Abschaltung, drahtlose Blitzfernsteuerung (mit Minolta Programmblitzgeräten).
- Fest eingebauter Pentaprismensucher mit Dioptrienausgleich und abnehmbarer Augenmuschel.
- Filmtransport mit Einzelbild und Serien (1,7 Bilder/Sekunde).
- Allrichtungs-Prädiktions-Autofokus (drei CCD-Bildsensoren) mit Spot-AF und Schärfenspeicherung; manuelle Scharfeinstellung ist ebenfalls möglich.
- Programmierte Belichtungsautomatik
- Wabenfelder-Mehrzonen-Belichtungsmessung (TTL); Belichtungsspeicherung ist möglich.
- Fünf Motivprogramme: Porträt, Landschaft, Nahaufnahme, Sport/Action, Nachtporträt.
- Infrarot-Fernsteuerung (RC-3) mit einer Reichweite von bis zu fünf Meter (als Zubehör erhältlich).
- Auch als Date-Modell zur Einbelichtung von Datum/Uhrzeit.

Technische Daten Dynax 3L:

Verschlußzeiten:	1/2000 Sekunde bis 30 Sekunden
Synchronzeit:	1/90 Sekunde oder länger
Blitzleitzahl:	12 (in Metern bei ISO 100/21°)
Ausleuchtung:	Objektive bis 28 mm Brennweite
Blitzbereich:	1,0 bis 4,0 Meter
Filmempfindlichkeit:	ISO 25/15° bis 5000/38° (DX)
Selbstauslöser:	ca. 10 s Vorlaufzeit, unterbrechbar
Batterietyp:	2 x Lithium 3 Volt (Typ CR2)
Abmessungen:	127 x 87 x 60,5 mm
Gewicht:	310 Gramm (ohne Batterien)

Minolta AF-APO 2,8/300 mm G

Technische Daten:

Linsen/Gruppen:	13/12
Bildwinkel:	8°10'
Naheinstellgrenze:	2,0 m
kleinste Blende:	32
Filtergewinde Ø:	Einschub 42 mm
Maße Ø:	122 mm
Länge:	242,5 mm
Gewicht:	2.310 g

Minolta AF-APO 2,8/70-200 mm G

Technische Daten:

Linsen/Gruppen:	19/15
Bildwinkel:	34° - 12,3°
Naheinstellgrenze:	1,2 m
kleinste Blende:	32
Filtergewinde Ø:	77 mm
Maße Ø:	87 mm
Länge:	196,5 mm
Gewicht:	1.340 g

der grosse foto-katalog im Internet:
www.cat-verlag.de

Leica D-LUX

Elegante digitale Kompaktkamera mit leistungsstarkem 3fach-Zoomobjektiv, 3,2 Megapixeln und einfach zu bedienenden Kamerafunktionen.

Technische Daten:

Bildsensor:	1/2,5“ CCD-Sensor mit 3,34 Mio. Pixeln (3,2 Mio. effektiv)
Auflösung:	Wahlweise 2.048 x 1.536, 1.600 x 1.200, 1.280 x 960, 640 x 480 Pixel; 320 x 240 Pixel (bei Videoaufnahmen)
Datenaufzeichnung:	Standbilder: JPEG- und DPOF-Standards; Standbilder mit Ton: JPEG-Standard sowie 640 x 480 Pixel QuickTime Motion JPEG; Videoaufnahmen: QuickTime Motion JPEG
Speichermedien:	SD-Memory Card und MultiMedia Card (SD-Karte mit 64 MB im Lieferumfang)
Objektiv:	2,8-4,9 / 5,8-17,4 mm (35-105 mm bei KB)
AF-Bereich:	10 cm bis unendlich (Weitwinkel), 30 cm bis unendlich (Tele)
Digitalzoom:	maximal 3fach
Empfindlichkeit:	ISO 50 / 100 / 200 / 400 (wahlweise automatische oder manuelle Einstellung)
Verschlußzeiten:	1 bis 1/2000 Sekunde; 1/30 bis 1/1000 Sek. (bei Videoaufnahmen)
Belichtungskorrektur:	±2EV in 1/3 Stufen
Monitor:	1,5“ Farb-TFT-LCD mit 114.000 Pixeln
Weißabgleich:	automatisch oder Voreinstellungen für Tageslicht, Bewölkung, Halogenlicht oder manuelle Einstellung
Anschlüsse:	USB 2.0, DC-IN, AV-OUT (2,5 mm Klinke)
Stromversorgung:	Lithium-Ionen Akku, 3,6 V, 680 mAh
Maße:	121 x 52 x 34 mm (BxHxT)
Gewicht:	ca. 180 g / 200 g (ohne / mit Akku)
Garantie:	drei Jahre

Sonstige Merkmale: • Außengehäuse aus eloxiertem Aluminium • Leica DC Vario-Elmarit (sieben Linsen in sechs Gruppen) mit drei asphärischen Linsen • Seitliche Befestigung des Tragriemens • Selbstauslöser (Vorlaufzeit wahlweise 2 oder 10 Sekunden) • Meßwert-Speicherung (Entfernung und Belichtung) • Automatische Belichtungsreihen (drei Aufnahmen mit 1/3, 2/3 oder 1 EV-Abstufungen) • Mechanischer Zentralverschluß • Passives Autofokus-System (TTL-Kontrastvergleich), wahlweise normales oder Spot-Meßfeld • Serienaufnahmen (wahlweise zwei oder vier Bilder pro Sekunde) • Realbild-Sucher mit Fadenkreuz für das AF-,Spot-AF- und Belichtungsmeßfeld, Markierungen für Aufnahmen im Nahbereich • Kostenlose Namensgravur • Leica Paß mit drei Jahren Garantie • Hochwertige Ledertasche in fünf Farb- und Modellvarianten • Stativgewinde (1/4“) • Abdeckungen der Fächer für Batterie und Anschlüsse aus Metall • Automatische Objektivabdeckung • Abschaltautomatik der Kameraelektronik nach ca. 2/5/10 Minuten • Voll- und Programm-Automatik • Vier Motivprogramme: Nahaufnahme, Porträts, Landschaften und Dämmerungsaufnahmen • Videoaufnahmen mit Ton (Länge ist abhängig von der Kapazität der Speicherkarte) • Geringe Auslöseverzögerung

Systemvoraussetzungen: Windows 98 / ME / 2000 / XP sowie MacOs X und MacOs 9.x

Lieferumfang: • Zwei Lithium-Ionen-Akkus • Externes Ladegerät • 64 MB SD-Karte • Hochwertige Ledertasche • Aufbewahrungstasche für zusätzliche Batterie und Speicherkarte • Umfangreiches Softwarepaket

Fujifilm Finepix Digital Q1

Jetzt gibt es die Kultkamera von Fujifilm auch als Digitalkamera – herrlich klein, mit Fixfokusobjektiv und einer Auflösung von 1,92 Millionen Pixeln.

Technische Daten:

Bildsensor:	1/2 Zoll CMOS
Pixel gesamt:	1,98 Millionen
Pixel effektiv:	1,92 Millionen
Bildauflösung:	1.600 x 1.200 Pixel (maximal)
Speicherkapazität ca.:	10 Aufnahmen (interner Speicher) 22 Aufnahmen (16 MB xD-Karte) 46 Aufnahmen (32 MB xD-Karte) 93 Aufnahmen (64 MB xD-Karte) 188 Aufnahmen (128 MB xD-Karte) 377 Aufnahmen (256 MB xD-Karte) 756 Aufnahmen (512 MB xD-Karte)
Dateiformat:	Standbild: JPEG (Exif 2.1) Video: AVI (Motion JPEG)
Speichermedium:	intern 8 MB und wechselbare xD-Picture Card (optional)
Brennweite:	entspricht 46 mm bei Kleinbild
Entfernungsbereich:	1,2 Meter bis unendlich (Standard) 0,6 bis 1,2 Meter (Makro)
Blitzreichweite:	maximal zwei Meter
LCD-Monitor:	1,5-Zoll-Farb-TFT (62.000 Pixel)
Schnittstelle:	USB
Batterietyp:	2 x Mignon Alkali oder Ni-MH-Akkus
UVP:	ca. 120,– Euro

Ausstattungsmerkmale:

- Blitzgerät mit drei Funktionen: automatische Zuschaltung, Rote-Augen-Reduktion, Blitzabschaltung
- 1,5 Zoll großer Farbmonitor/Sucher
- Datenaufzeichnung im JPEG-Format
- Erhältlich in Schwarz oder Silber
- Fixfokusobjektiv mit einer Brennweite von 46 mm (bezogen auf Kleinbild)
- Praktische Umhängekordel
- Übersichtliche Bedienelemente
- Unproblematische Handhabung
- Deutsche Menüführung und sechs weitere Menüsprachen
- Videoclips (Motion JPEG)
- Ausgefallenes Design in sehr kompakter Bauweise
- Interner Speicher mit 8 MB und wechselbare xd-Picture Karten (optional erhältlich)
- Weitere Informationen unter: www.finepix.de

der grosse foto-katalog im Internet:
www.cat-verlag.de

Minolta Dimâge X20

Kompakte, einfach zu bedienende Zwei-Megapixel Digitalkamera für den ungetrübten Fotospaß.

Ausstattungsmerkmale:
• Hochwertiges Zoomobjektiv mit zwei doppelseitig asphärischen Elementen (10 Linsen in 9 Gruppen) • Drei Qualitätsstufen: Fine, Standard, Economy • E-Mail Kopierfunktion • Filmsequenzen (15 Bilder/Sekunde mit Tonaufzeichnung (Mono) • Sprachnotiz und Live-Aufzeichnung zu jedem Bild (max. 15 Sekunden Mono) • Automatische Scharfeinstellung mit erweitertem Fokusbereich (Fünf-Punkt-AF) • Blitzgerät mit fünf Funktionen: Automatisch, Fill-In, Rote-Augen-Reduktion, Nachtporträt und Blitzabschaltung • Selbstporträt: Motivprogramm unter Verwendung des Spiegels an der Vorderseite der Kamera • Serienbildfunktion • Weißabgleich: automatisch und voreingestellt (Tageslicht, Kunstlicht, Leuchtstofflampen und Wolken • Dateneinbelichtung • Webcam-Funktion (Livebild ohne Ton kann direkt auf den Computer übertragen werden • Selbstauslöser (zehn Sekunden) • Direktdruck (Epson USB-Direct-Print) • Elektronischer Verschluß über CCD mit zusätzlichem mechanischem Verschluß • Programmautomatik • Mehrfeldmessung (256 Segmente) • Manuelle Ausrichtung von Bildern ins Hochformat • Diashow automatisch mit Überblendungseffekten • Benutzerdefinierte Bedienung • 4,0 cm Digital-Interface Farb-TFT (84.960 Pixel) mit Antireflexionsoberfläche und automatischer Monitorverstärkung

Technische Daten:

Aufnahmesensor:	1/3,2-Zoll-Interline-CCD mit Primärfarbfilter
Pixel gesamt:	2,1 Millionen
Pixel effektiv:	2,0 Millionen
Auflösung Standbild (Pixel):	1.600 x 1.200 / 1.280 x 960 / 640 x 480
Auflösung Video:	320 x 240 / 160 x 120 Pixel
Dateiformate:	JPEG, Motion JPEG (MOV), WAVE, DCF 1.0 / DPOF-Unterstützung, Exif 2.2
Speichermedien:	SD- und MultiMedia-Karten
Empfindlichkeit:	Auto (ISO 64 bis ISO 200), manuell ISO 64 / 100 / 200 / 400
Objektiv:	2,8 - 3,7 / 4,8 - 14,4 mm (entspricht 37 - 111 mm bei KB)
Digitalzoom:	4fach (in 0,1er Schritten)
Entfernungsbereich:	ab 10 cm ab Kamerafront
Verschlußzeiten:	4 Sekunden bis 1/1000 Sekunde
Belichtungskorrektur:	±2 EV in 1/3 Stufen
Schnittstellen:	USB / Video-Out (NTSC / PAL)
Batterietyp:	2 x Mignon AA Batterien/Akkus (NiMH-Akkus werden empfohlen)
Abmessungen:	86 x 67 x 23,5 mm (BxHxT)
Gewicht:	ca. 115 Gramm (ohne Batterien)
UVP*:	269,– Euro

***Lieferumfang:**
• Trageriemen • Videokabel • 8 MB SD-Karte • USB-Kabel • zwei Mignon AA Alkaline Batterien • Dimage Viewer

Systemvoraussetzung:
PC: Windows XP / ME / 2000 / 98
MAC: Mac OS 9.0 - 9.2.2 / Mac OS X 10.1.3 - 10.1.5 / 10.2.1 - 10.2.6

Ricoh Caplio G4 und Caplio G4wide

Kompakte 3,2 Megapixel-Kamera mit einer extrem schnellen Reaktionszeit von nur 0,14 Sekunden.

Ausstattungsmerkmale:
• Hochwertiges Zoomobjektiv mit hochbrechenden asphärischen Linsen • Zwei Qualitätsstufen: Fine, Standard • Reihenautomatik für Belichtung und Weißabgleich • Videosequenzen im AVI-Format bis zu 180 Sekunden ohne Ton • Sechs Motivprogramme: Porträt, Sport, Landschaft, Text, Nachtszenen, hohe Empfindlichkeit • Belichtungsmessung: Mittenbetont, Spot, Mehrfeld (256 Segmente) • Drei Scharfeinstellfunktionen: Autofokus, manuell, Fixfokus (Schnappschuß, Unendlich) • Blitzgerät mit fünf Funktionen: Automatisch, Fill-In, Rote-Augen-Reduktion, Langzeit-Synchronisation und Blitzabschaltung • Optischer Sucher • Weißabgleich: automatisch und manuell (Tageslicht, bedeckter Himmel, Leuchtstofflampen, Glühlampen, Messen auf weißer Fläche • Dateneinbelichtung • Extrem schnelle Aufnahmebereitschaft in nur 1,9 Sekunden • Selbstauslöser (zwei oder zehn Sekunden wählbar) • Elektronischer/mechanischer Verschluß • Programmautomatik • Multi-Shot Serienaufnahmen • Taste für direkte Einstellungen • Benutzerdefinierte Bedienung • Schnellansicht auf Tastendruck direkt nach der Aufnahme • Stromversorgung wahlweise mittels Akkus, Batterien oder über Netzgerät • Software für Windows und Mac.

Technische Daten:

Aufnahmesensor:	1/2,7-Zoll-CCD (Quadrat-Pixel)
Pixel gesamt:	3,34 Millionen
Pixel effektiv:	3,24 Millionen
Auflösung Standbild:	2.048 x 1.536 / 1.280 x 960 / 640 x 480 Pixel
Auflösung Video:	320 x 240 / 160 x 120 Pixel
Auflösung Text:	2.048 x 1.536 / 1.280 x 960 Pixel
Dateiformate Standbild:	JPEG (Exif 2.2), DPOF-unterstützt
Dateiformate Video:	AVI (Motion JPEG)
Dateiformate Text:	TIFF (MMR-System)
Speichermedien:	8 MB intern sowie SD- und MultiMedia-Karten
Empfindlichkeit:	Automatisch oder manuell ISO 125 / 200 / 400 / 800
Objektiv (G4):	2,6 - 4,7 / 5,5 - 16,5 mm (entspricht 35 - 105 mm bei KB)
Objektiv (G4wide):	2,6 - 4,3 / 4,2 - 12,7 mm (entspricht 28 - 85 mm bei KB)
Digitalzoom:	3,4fach (640 x 480 Pixel)
Entfernungsbereich:	30 cm bis unendlich (Standard) 1 cm bis 60 cm (Makro)
Verschlußzeiten:	8 Sekunden bis 1/2000 Sekunde
Belichtungskorrektur:	±2 EV in 1/3 Stufen
Schnittstellen:	USB, Audio/Video-Out (NTSC/PAL)
Monitor:	1,6” TFT-LCD (ca. 80.000 Pixel)
Batterietyp:	2 x Mignon AA Batterien/Akkus
Abmessungen:	112,9 x 36,4 x 57,5 mm (BxHxT)
Gewicht*:	ca. 150 Gramm (G4) ca. 165 Gramm (G4wide) (*ohne Batterien, Speicherkarte)

Lieferumfang:
• Handschlaufe • AV-Kabel • Bedienungsanleitung • USB-Kabel • zwei Alkali-Mangan-Batterien • Software CD (Win/Mac)

Optionales Zubehör:
• Lithium-Ionen-Akku (DB-43) • Akku-Ladegerät (BJ-2) • Netzteil (AC-4a).

Olympus Camedia C-5060 Wide Zoom

5,1 Megapixel-Kamera mit extrem kurzer Auslöseverzögerung und hochwertigem Weitwinkel-Zoomobjektiv.

Ausstattungsmerkmale:
• Optischer Realbildsucher • TTL System Autofokus mit Spot-AF, Auswahl des AF-Bereichs und AF-Hilfslicht • 4fach Zoomobjektiv (8 Elemente in 7 Gruppen) mit zwei asphärischen Linsen und einem ED-Element • Belichtungsmessung: Digitale ESP-, Spot-, Mehrfach- und mittenbetonte Messung • Vier Belichtungsmodi: Programm-, Zeit- und Blendenautomatik sowie manuelle Einstellung • Sechs Aufnahmeprogramme: Standard, Porträt, Nacht, Sport, Landschaft, Landschaft + Porträt • Belichtungsspeicherung • Automatische Belichtungsreihen bis zu fünf Bilder • Blitzgerät mit fünf Funktionen: automatische Zuschaltung bei geringem Licht und Gegenlicht, Rote-Augen-Reduktion, Fill-in, Langzeitsynchronisation, Blitzabschaltung • Externer Blitzanschluß (Blitzschuh) • Mehrsprachiges Menü (Deutsch/Englisch/Spanisch/Portugiesisch/Japanisch/Französisch/Italienisch/Russisch) • Speicherung von Datum und Uhrzeit, Kalender bis zum Jahr 2000 programmiert • Selbstauslöser • DPOF-Einstellung • PictBridge-Unterstützung für den direkten Ausdruck auf kompatiblen Druckern • Einstellungsspeicher (acht Einstellungssets speicherbar) • Videomodus (15 Bilder/Sekunde) • Videobearbeitung (Schnitt, Index) • Einzelbildbearbeitung • Bildoptimierung (erweiterte Gamma-Korrektur, Rauschminderung, Rauschunterdrückung, Pixel Mapping etc.) • Bildqualitätseinstellungen (Schärfe, Kontrast, Sättigung jeweils ±5) • Panoramafunktion • Weißabgleich (automatisch/manuell/voreingestellt) • Hochgeschwindigkeits-Serienaufnahmen (3 Bilder/Sekunde, maximal 4 Bilder im JPEG-Modus – maximal 10 Bilder im HQ-Modus)

Technische Daten:

Bildsensor:	1/1,8 Zoll CCD mit RGB-Filter
Pixel gesamt:	5,13 Millionen
Pixel effektiv:	5,10 Millionen
Dateigrößen (Einzelbild):	3.264 x 2.448 / 2.592 x 1.944 / 2.592 x 1.728 / 2.288 x 1.712 / 2.048 x 1.536 / 1.600 x 1.200 / 1.280 x 960 / 1.024 x 768 / 640 x 480 Pixel
Datenaufzeichnung:	JPEG (mit DCF), TIFF (unkomprimiert), RAW, Exif 2.2, QuickTime Motion JPEG (Video), Wave-Format (Sound)
Speichermedien:	xD-Picture Card (16, 32, 64, 128, 256 und 512 MB), CompactFlash Karten Typ I/II, Microdrive (außer 340 MB)
Objektiv:	2,8 - 4,8 / 5,7 - 22,9 mm (entspricht 27 - 110 mm bei KB)
Digitaltele:	3,5fach
Filterdurchmesser:	Filteradapter CLA-7
Entfernungsbereich:	0,8 m bis unendlich (Standard), 0,2 m bis 0,8 m (Nahaufnahme), bis zu 3 cm (Supermakro)
Verschlußzeiten:	16 Sekunden bis 1/4.000 Sekunde
Empfindlichkeit:	ISO 80 / 100 / 200 / 400 (automatisch oder manuell)

Fortsetzung Camedia C-5060 Wide Zoom

Belichtungskorrektur:	±2 LW in 1/3 oder 1/2 Stufen
LCD-Anzeige:	1,8 Zoll Farb-TFT-LCD (130.388 Pixel)
Blitzreichweite:	0,8 - 3,7 m (Ww), 0,8 - 2,2 m (Tele)
Blitzleitzahl:	9
Anschlüsse:	USB, DC-Eingang, A/V-Ausgang
Stromversorgung:	Lithium-Ionen-Akku 7,4 Volt (AC-Adapter optional)
Abmessungen:	116 x 87 x 65,5 mm (BxHxT)
Gewicht:	430 Gramm

Lieferumfang:
• 32 MB xD-Picture Card • USB-Kabel • Videokabel • Akku • Akkuladegerät • Trageriemen • Camedia Master 4.1 Software • Handbücher

reflecta ProScan 4000

Film- und Diascanner für gerahmte Kleinbild-Dias oder Filmstreifen Color und Schwarzweiß.

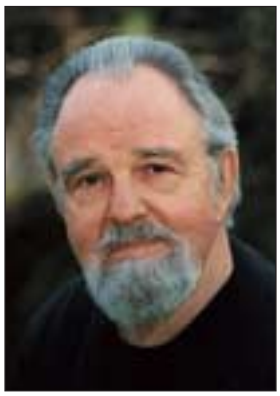
Ausstattungsmerkmale:
• Digital ICE Funktion (Hardware-basierend) zur automatischen Staub- und Kratzerentfernung • Bei aktiviertem ICE tastet ein zusätzlicher Infrarot-Scan das Negativ bzw. Dia ab. Werden bei diesem zweiten Scanvorgang Staub oder Kratzer entdeckt, bessert ICE die entsprechenden Stellen mit Pixeln aus dem unmittelbaren Umfeld der Störung aus. Diese Art der Staub- und Kratzerentfernung ist genauer und zuverlässiger als die Softwaregesteuerte Funktion einzelner Scanprogramme.

Technische Daten:

Optische Auflösung:	3.600 x 3.600 dpi
Scanbereich:	24,3 x 36,5 mm (HxB)
Farbtiefe:	48 bit
Dichteumfang:	3.6 Dmax
Scangeschwindigkeit:	ca. 50 Sekunden
Stapelverarbeitung:	bis zu 40 Dias hintereinander
Scan-Methode:	Single Pass
Bildsensor:	Lineares Farb-CCD
Anschluß:	USB und FireWire
Abmessungen:	103 x 177 x 238 mm (BxHxT)
Gewicht:	ca. 2.200 Gramm
UVP*:	599,– Euro

***Lieferumfang:**
• Scanner • Netzteil • USB-Kabel • FireWire-Kabel • Adobe Photoshop Elements II • Scansoftware • Bedienungsanleitung

Systemvoraussetzungen:
PC: Windows 98 oder höher, Pentium II oder höher mit 128 MB RAM (empfohlen 256 MB),
Macintosh: Mac OS 9.x / 10.x



Horst Dieter Lehmann

Feiertage

Weihnachten ist, zumindest für uns Christen, **d a s** Fest des Jahres. Eigentlich eine Selbstverständlichkeit, aber wird es das auch bleiben? So unterschiedlich, wie es begangen und gefeiert wird, ist auch die Wertschätzung und vor allem die Einschätzung. Sehen wir einmal von den alle Jahre wieder im Fernsehen gezeigten Befragungen auf der Straße ab, bei denen Passanten erklären sollen, warum wir das Weihnachtsfest feiern und entweder die dümmsten oder verrücktesten Antworten gesendet werden, stimmt einen manches doch ein wenig nachdenklich.

Ungewollt brachte ich einen Pfarrer reichlich aus der Fassung, als dieser sich lauthals beschwerte, daß nur Heiligabend die Kirche knackevoll sei, ansonsten nur schwach bis mäßig besucht. Ich fragte ihn, was er sagen würde, wenn auch zu Weihnachten leere Kirchenbänke dominierten?

Wir wollen nicht hoffen, daß es so kommt, uns die Laune und die Freude auf das Fest nicht verderben lassen, weder durch Ebbe in der Kasse noch im Klingelbeutel!

„Man soll die Feste feiern, wie sie fallen“, ist ein altbekannter Spruch. Nun „fallen“ aber auch bereits einige Feiertage dem Rotstift zum Opfer, oder sie fallen recht unterschiedlich aus. Der Buß- und Bettag ging landesweit verloren, am Pfingstmontag wird in einem anderen Land gesägt. Von einer „gerechten“ Verteilung der Feiertage kann nicht die Rede sein, denn da ist der Süden gegenüber dem Norden unserer Republik mehr als im Vorteil. Die Konfession spielt für den Selbständigen nun auch wieder eine andere Rolle, wenn bei ihm Fronleichnam, die Heiligen drei Könige, Allerheiligen usw. nicht als Feiertage verbucht werden und er des „schnöden Mammons“ wegen einen normalen Arbeitstag hat.

Der Weihnachtsmann hat, wenn er denn überhaupt kommt, vielleicht auch mal die Nase voll und sagt sich: „Ich bin doch nicht blöd, Geiz ist geil, es lebe billig, ich bin nicht mehr willig!“ Die Unzufriedenheit über falsche oder zu wenige Geschenke geht ihm auf den heiligen Geist und er verweigert den Dienst. Die gewaltigen Umtauschaktionen nach dem Fest entfallen, Straßen und Geschäfte bleiben leer, es herrscht himmlische Ruhe. Die wünschen wir uns alle einmal, aber nicht zu lange! Vor allem nicht vor Weihnachten, so wir denn Gewerbetreibende sind.

Der Fotohändler und Fotograf wird wenig jubeln, wenn die Kasse nicht zumindest im Weihnachtsgeschäft süß, laut und oft klingelt. Wie sich alles gewandelt hat, die Technik eine entscheidende Rolle mitspielt, haben Handel und Handwerk neue Möglichkeiten, wobei nicht zu übersehen ist, daß auch vieles der Vergangenheit angehört. Die kleinen Läden, in jeder Branche werden es immer weniger, vertrauten auf ihre alten Stammkunden und diese auf „ihren“ Zulieferer.

Die Fotografen und Fotohändler waren damals sehr glücklich, wenn sie im möglichst eigenen Haus unten den Laden, darüber oder noch besser daneben das Atelier und ihre Wohnung hatten. Immer vor Ort, allzeit erreichbar. Die Arbeitszeit der Selbständigen konnte sich rund um die Uhr erstrecken, am Samstag und nicht selten am Sonntag, bei Hochzeiten und feierlichen Anlässen wurde keineswegs gestreikt. Wer sich noch an die Zeiten von Blitzpulver, Blitzbirnen und Batterien erinnern kann, weiß, was manchmal noch am Heiligen Abend los war, wenn es klingelte.

Es war nicht das Christkind oder der Weihnachtsmann. Nein, es war der Nachbar oder ein „guter Kunde“, der in irgendwelchen Schwierigkeiten war, weil bei der Bescherung kein Blitz aus irgendeinem Grund die Nacht erhellen wollte.

Leicht war es nicht immer, vor Freude zu strahlen wie der Tannenbaum, aber der Kundendienst wurde groß geschrieben, vor allem, wenn es tatsächlich ein Kunde war, was damals noch öfter der Fall war. Der Film landete auch bei uns, denn Schleckermann und Co. gab es noch nicht, für die wir heute oft den Service übernehmen sollen.

Das war damals, und heute ist heute. Kundentreue ist ein schöner Begriff, wie Treue im allgemeinen und besonderen. Wir wollen aber an dieser Stelle nicht von Scheidungsraten sprechen, viel eher von dem, was sicher vorrangig auf dem Gabentisch liegt – wenn der Weihnachtsmann nicht streikt. Wobei eher zu befürchten ist, daß er nicht mut- und unwillig fernbleibt, sondern wie manches vorher beschriebene Blitzlicht „Ladehemmung“ hat und das Dunkel nicht erhellen kann, weil es am Nötigsten fehlt, nämlich am Geld. Selbst der freigiebigste Weihnachtsmann kommt nicht darum herum, irgendwann zu löhnen, ob es sich letztendlich lohnt oder nicht. Alle Jahre wieder wird auch über das Weihnachtsfest diskutiert, weil es wohl nur noch eine Geschäftemacherei und hektische Zeit ist. Dabei bleibt es doch jedem selbst überlassen, was er daraus macht! Der Geschäftsmann muß damit und davon leben. Aber auch er kann es danach ruhiger angehen lassen und vorher schon das Beste daraus machen.

quickpoint
47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84
Die einzigen Diarahmen mit
* Format-Indikatoren
* Haftfixierung
* Seitenkennung

Wir brauchen keine weisen Männer aus dem Morgenland zu sein, wenn wir ebenfalls drei Dinge für die Fotografie in den Vordergrund rücken wollen: 1. Analog, 2. Digital, 3. Handy! Die Reihenfolge wurde nach dem (Verfalls)-Datum gewählt, nicht nach der sich abzeichnenden Beliebtheit!

Analog wird noch etliche Zeit eine Rolle spielen, aber eine zunehmend kleinere. Digital ist der Standard und Handy mit zunehmend besser werdenden Resultaten d e r Bildermacher der Zukunft. So wird es zumindest gesehen und propagiert. Für jemanden, der nicht gerne telefoniert und jede seiner Aufnahmen in mindestens 20 x 30 noch lupenscharf haben möchte, fast ein Albtraum. Bestärkt durch ein Erlebnis in Hongkong, wo in der wimmelnden Menschenmasse jeder mindestens ein Handy am Ohr hatte, dabei telefonierte und sich gleichzeitig unterhielt. Ein etwas ruhigeres und friedliches Weihnachtsfest wünscht von Herzen Horst Dieter Lehmann.

Kontraste –

Ein Jahr faszinierende Naturfotografie

Spannende Motive, ob vor der eigenen Haustür oder in exotischen Gefilden, hat die Natur den Fotografen im Überfluß zu bieten, man muß sie nur entdecken. Sei es in weiten Landschaftsaufnahmen oder im Inneren einer Blüte, die Schönheit der Natur präsentiert sich vielfältig.

Der Bildband „Kontraste“ zeigt die beeindruckendsten Aufnahmen aus dem NaturFoto-Jahrgang 2002. Wüsten, Gebirge, Regenwälder, Savannen oder heimische Regionen bilden die Kulisse für die Aufnahmen, die den Leser auf eine spektakuläre Reise durch die Natur rund um den Globus schicken. Zahlreiche Aphorismen bieten zudem Gelegenheit zum Nachdenken – manchmal auch zum Schmunzeln. Im Anhang des Buches werden die über 80 Fotografen in einem kurzen Porträt vorgestellt.
Kontraste – Ein Jahr faszinierende Naturfotografie. 128 Seiten, 154 Abbildungen, gebunden, 26,5 x 24 cm, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2003, ISBN 3-934427-31-6, 24,50 Euro.

Helmut Kraus/Romano Padeste:

Digitale Highend-Fotografie

Das unter Mitwirkung von Sinar entstandene Buch zeigt die Grundlagen und Werkzeuge in der professionellen Digitalfotografie. Gut aufbereitetes und leicht verständliches Grundlagenwissen schafft in den Kapiteln „Licht und Farbe“ und „Farbsysteme“ die Voraussetzungen, um in die Welt der Digitalfotografie einzusteigen. Die vielfältigen Aspekte rund um das digitale Bild werden transparent und lassen sich in eigene Arbeitsworkflows integrieren. Zahlreiche Exkurse vertiefen dieses Wissen noch weiter und vermitteln in überschaubaren Einheiten Expertenwissen pur.
In den Kapiteln „Bildsensoren“ und „Digitalkameras“ erfährt der Leser alles über die technischen Konzepte und die Ausstattung moderner Kamerasysteme mit digitalen Bildwandlern.
Die Kapitel „Digitale Bilder“ und „Bildbearbeitung“ führen in die grenzenlosen Möglichkeiten der Bildgestaltung jenseits der Kamera ein und zeigen anschaulich die Möglichkeiten von Photoshop.
„Prints & Proofs“ behandelt ausführlich unterschiedliche Konzepte der Bildausgabe.
Doch auch die Kreativität kommt nicht zu kurz. Anhand von vier Studioporträts erhält der Leser im Kapitel „Szenarien und Workflows“ Einblick in die modernsten digital arbeitenden Fotostudios der Welt und sieht anhand von ausführlich beschriebenen Projekten, wie spektakuläre Digitalfotos entstehen. So kann der Leser hinter die Kulissen des Photo Imaging Centers des Otto-Versands in Hamburg schauen, wo die Fotos eines der weltweit größten Kataloge entstehen. Weitere Einblicke in die Welt der digitalen Highend-Fotografie geben Studioporträts aus Djakarta am Beispiel von Ali Artlic, aus Rio De Janeiro durch Al Hamdan und schließlich aus New York durch die Arbeiten von Lois Greenfield.

Das Buch wendet sich an Fachfotografen, Druckvorstufenprofis und Bildagenturbetreiber.
Helmut Kraus/Romano Padeste, Digitale Highend-Fotografie, Grundlagen und Werkzeuge der professionellen Digitalfotografie, 140 Seiten, Festeinband, dpunkt.verlag, Heidelberg 2003, ISBN 3-89864-239-9, 44,- Euro.

Nick Meers:

Faszination Panoramafotografie

Die Panoramafotografie mit ihrer Vielfalt, ihren innovativen Erfindungen und ihren faszinierenden Techniken versetzt den Betrachter an einen Standpunkt, an dem er seinen Horizont

im wahrsten Sinne des Wortes erweitern kann. Die Kunst der Digitalfotografie hebt die Grenzen auf, die uns beim Ausblick in die Weite der Landschaft in Natura gesetzt sind.
Das Buch gibt zunächst eine Einführung in die wichtigsten Grundlagen der Panoramafotografie und einen geschichtlichen Überblick. Sodann porträtiert Nick Meers acht der weltbesten Meister der Panoramafotografie und ihre Aufnahmen. Die Charakteristika der einzelnen Künstler werden durch kurzweilige Interviewausschnitte zur Entstehung der Bilder und technische Erläuterungen ergänzt. Darüber hinaus werden die heute gebräuchlichen Kameratypen, darunter so ungewöhnliche wie etwa 360°-Rotationskameras, die Möglichkeiten der Bildkomposition, Belichtung und digitalen Bildmontage vorgestellt. Thematisiert werden auch ungewöhnliche Verzerrrungseffekte, wie sie durch das Spiel mit schneller Bewegung oder die langsame Drehung der Motive während der Aufnahme entstehen.
Nick Meers’ mittlerweile drittes Buch zum Thema Panoramafotografie ist ein wunderschönes, professionelles Bilderbuch im Panoramaformat. Es führt nicht nur in die Panoramafotografie ein, sondern verführt durch meisterhafte Aufnahmen ungewöhnlicher Motive dazu, sich selbst in diesem Format zu versuchen.
Nick Meers, Faszination Panoramafotografie, 144 Seiten, ca. 114 farbige und 39 schwarzweiße Abbildungen. 30,6 x 18,6 cm, gebunden mit Schutzumschlag, Verlag Laterna magica, München 2003, ISBN 3-87467-795-8, 34,- Euro.

VERTRAULICH! NUR FÜR WIEDERVERKÄUFER!

DGH GROSSHANDEL

FOTO | VIDEO | AUDIO | TELECOM

Der Testsieger!

ANSMANN energy

AKTION

ANSMANN
DIGI CAM POWER SET TRAVELLER
Powerline 4 traveller inkl.
4 NiMH-Akkus Mignon 2200 mAh
- weltweit einsetzbar durch mitgelieferte Steckeradapter bei Spannungen von 90 bis 260 Volt
- Super-Schnellladung

42,85

Bestellnr. 391830

53,90

Bestellnr. 488997

ANSMANN DIGISPEED 4
Super-Schnellladegerät inkl.
4 NiMH-Akkus Mignon 2200 mAh
- Super-Schnellladung (1 Stunde bei 1500 mAH-Akkus)
- akkuschonend durch spezielle Lüftertechnologie
- Betrieb am Netz und mit 12V KFZ-Bordspannung

NEUHEIT!
2300 MAH!

ANSMANN
4 NIMH AKKUS MIGNON 2300 MAH
Leistungsstarke Akkus für Digitalkameras.

11,15

Bestellnr. 591176

www.dgh.de

ALLE PREISE NETTO ZZGL. GESETZL. MWST • PREISE, PRODUKTDATEN STAND 13.11.03 • ALLE PREISE VERSTEHEN SICH PRO STÜCK • MENGENPREISE ERFRAGEN SIE BITTE TELEFONISCH

DGH GROSSHANDEL • POSTFACH 5426 • 97004 WÜRZBURG • TEL 09 31 - 9 70 84 44 • FAX 09 31 - 9 70 84 22 • MO-DO 8-18 UHR, FR 8-17 UHR

www.fotolabor.de ● 0228-623177

FILM- u.VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren	alle Formate
Videoüberspielungen	8,9.5,16 mm Filme
Videokopien - Normwandlung	alle Systeme
VHS - Serienkopien	enorm preisgünstig
CD / DVD - Videokopien	schnell und preiswert

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

GAF Vertragswerkstatt WW

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

Film- + Fototechnik

Wolfgang Würz
Elsterweg 7
51149 Köln (Porz-Ensen)
Telefon/Fax (0 22 03) 1 21 36

Camera Reparatur Service

Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrather Weg 25
41366 Schwalmtal - Waldniel

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

Gute und preiswerte Color-Chrom-

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK		Auflagendruck	
Einbildkarte nach Dia	110,-	1500er Aufl.	60,- p.1000 St.
2-4 Bildkarte nach Dia	165,-	3000er Aufl.	45,- p.1000 St.
-incl. Proof-Andruck-		5000er Aufl.	40,- p.1000 St.
		10000er Aufl.	35,- p.1000 St.

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

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

Anzeigenschluß für die Ausgabe 1-2/2004 ist der 9.1.2004

ORIENTAL

Weltweit von erfolgreichen Fotografen und anspruchsvollen Amateuren gleichermaßen geschätzt: ORIENTAL New Seagull Schwarzweiss Baryt-Fotopapier. Mit festen und variablen Gradationen.

NEU! VC-FB-WARMTON
mit braunschwarzer Emulsion auf elfenbeinfarbener Unterlage in Museumsqualität. Seit Jahrzehnten bestätigen Fotografen den Oriental Anspruch: „World's finest baryta paper for EXHIBITION prints."

Bestellen Sie jetzt:
MACO TEST-SET „CLASSIC", bestehend aus:
- **50 Blatt New Seagull VC-FB 24 x 30 cm**
- **1 l LP-BROM 3 Baryt-Entwickler-Konzentrat**
- **1 l LP-FIX Neutral Baryt-Fixierer-Konzentrat (für jeweils 8 Liter Lösung)**

Sonderpreis: E 77,77 inkl. Steuer und Versand

Neu! Die ersten RC- und Baryt InkJet Fotopapiere von Oriental.
Testen Sie das hochglänzende Baryt InkJet Papier mit einem Gewicht von 320 g/m² und der Anmutung von silberbasiertem Fotopapier. Für hochwertige schwarzweisse Fine Art Ausdrucke.

Bestellen Sie jetzt:
MACO TEST-SET „GRAPHICA", bestehend aus:
- **20 Blatt RC-glänzend, Format A4**
- **20 Blatt RC-kristall, Format A4**
- **20 Blatt FB-glänzend, Format A4**

Sonderpreis: € 66,66 inkl. Steuer und Versand

Bestellung der preiswerten ORIENTAL Kennenlern-Test- Sets direkt bei:
MACO Photo Products – photo@mahn.net

Weitere Produkte von ORIENTAL, MACO und LABOR PARTNER sind im Versand erhältlich bei:
- Calumet – mail@calumet.de
- Fotoimpex – info@fotoimpex.de
- Monochrom – bestellung@monochrom.com

und in Österreich bei:
- Foto Riegler – foto.riegler@aon.at

MACO PHOTO PRODUCTS

Fon: 0 40 - 23 70 08-88 · Fax 0 40 - 23 70 08-488
E-Mail: photo@mahn.net · Internet: www.mahn.net

Kameraservice SCHÄFER OHG

Hausanschrift
Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

Postfachanschrift
Postfach 2767
65017 Wiesbaden

Telefon 0611 / 3 96 79
Telefax 0611 / 37 81 73

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

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

...die bandlose Zeit ist eingeläutet!
Sie besitzen jetzt auch einen DVD-Player? – Super! Und was können Sie damit?
Nur gekaufte Filme abspielen – schlecht! Gönnen Sie sich Ihr persönliches DVD Erlebnis und lassen Sie von uns Ihre Dias, Filme oder Videos auf DVD brennen.
Seit 1978
Viernheimer Video Transfer
Schultheißen Str. 9. 68519 Viernheim
Tel.: 06204/71984

nass GmbH & Co. KG

foto • video • elektronik

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

Vertragswerkstatt
Nikon Rollei

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

DGH PLUS bietet Ihnen Konzepte und Lösungen zur Sicherung Ihres Geschäftserfolges. Entscheiden Sie selbst, welche Angebote Sie nutzen wollen und stellen Sie Ihr individuelles Leistungspaket zusammen. Sie zahlen nur, was Sie in Anspruch nehmen. Informieren Sie sich jetzt unverbindlich unter www.dgh.de oder Telefon 0931 9708 444.
DGH PLUS: MARKETING-LÖSUNGEN, LIEFERANTEN-PARTNERSCHAFTEN, SCHULUNGEN UND MEHR.

Kleinanzeigen • Angebote

F E W S

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

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

Kleinanzeigen • Angebote

OM-Doktor@GMX.de

Reparatur-Spezialist für OM & Pen FT

seit 1967 Reparaturerfahrung, ehemaliger Olympusmitarbeiter

Tel: 040/65 04 58 36 Fax : 040/65 04 58 37

Frank Timmann

22117 Hamburg Breedenweg 7 d

Studiohintergründe
Effektmaterialien
Abrollsysteme
Fototribünen
Requisiten

Fancy Posh Studiorequisiten GmbH
Joh.-Seltmann-Str. 10, 92648 Vohenstrauß
Tel. 09651 / 91504, Fax 09651 / 91505
www.fancy-posh.com

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica Metz Rollei

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team
für Sucherkameras und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS TRADING GMBH Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung
Termine auf Anfrage

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

DER TISCH

Das neue DESKTOP Foto-Digital-Studio

Produktfotos in optimaler Qualität

CF Photo+Video Technik

Unterlagen und Händlernachweis anfordern:
Amselstr. 23, 51149 Köln
Tel. 02203/16262, Fax 13567,
e-mail: info@cf-photo-video.de
www.fotolicht.de

imaging+foto contact — GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Auftrag — Klein- und Personalanzeigen

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

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

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

Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt

☐ unter Chiffre (Gebühr: 5,20 €)

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

40832 Ratingen

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

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

i+fc 12/2003

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

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

.....

Ort, Datum — Unterschrift/Firmenstempel mit genauer Anschrift

Kleinanzeigen • Angebote

Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox
Coolpix • Coolscan

Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell

KARL-HEINZ HOPFAUER KAMERA SERVICE GmbH

Rhönstraße 18 * 97422 Schweinfurt
Tel. 09721/28566 * Fax 09721/25716
www.hopfauer-kameraservice.de * e-mail: hopfauer-kameraservice@t-online.de

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Hensel Deckenschienensystem 3 x 5 m, 4 Scheren 1 x 500 ws, 3 x 250 ws zum Jahresende sehr preiswert zu verkaufen. 1 Mamiya RB 67 mit Sekor 1:3,8, 127mm ebenfalls sehr preiswert zu verkaufen.
Fotoatelier Görmar
Karl-Liebknecht-Straße 8a, 99423 Weimar
Telefon 0 36 43-90 41 01

Fotogeschäft Vorort Stgt.
altershalber zu vermieten,
1 a Lage, ca 50 qm,
günstige Miete, Ablöse frei.
Tel. 0173/2 80 37 73

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

Foto-Aktienkurse

		14.11.2003	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa-Gevaert	EUR	21,4	20,99	16,6	21,55
Bayer	EUR	22,28	19,27	10,28	22,69
Canon	YEN	5.110	5.490	3.910	6.210
Casio	YEN	1.039	935	639	1.049
CeWe Color	EUR	19,14	19	15,35	21,5
Dow Chemical	USD	37,20	34,98	25,16	37,99
Du Pont	USD	40,68	40,07	35,11	45,22
Eastman Kodak	USD	25,06	22,7	20,52	40,24
Fujifilm	YEN	3.120	3.300	2.830	3.920
Hewlett-Packard	USD	22,27	21,92	15	23,52
Hitachi	YEN	640	668	366	706
ICI	GBP	213,25	195	90	237,5
Imation	USD	35,35	35,59	32,25	40,8
Jenoptik	EUR	8,92	9,14	7,3	13,08
Konica/Minolta	YEN	1.342	1.491	800	1.708
Kyocera	YEN	6.600	6.850	5.570	8.150
Leica	EUR	5,5	7	4,51	7,49
Lintec Computer	EUR	1.660	1.509	919	1.688
Olympus	YEN	2.395	2.600	1.753	3.080
Samsung	KRW	477.000	459.500	260.000	484.000
Sharp	YEN	1.741	1.709	1.140	1.833
Sony	YEN	3.930	4.030	2.720	5.130
Spector	EUR	12,65	11,90	8,01	13
Toshiba	YEN	418	504	303	541
Varta	EUR	10,5	11	10,25	27,9

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

Säulenstativ Mod. 170
• solide
• günstig
Lumpp
Feinwerktechnik
Tel. 07121/52456

Wir bieten
Foto-/Journalisten
(auch freiberufl. u. Berufsanfänger) und Verlagen Hilfe durch Vermittlungsdatei, Fachliteratur und -informationen, u.U. Ausstellung eines Presseausweises, Beratung, Unfallschutz, Internetforum, Medienversorgung und mehr.
Kostenlose Informationen:
DPV Deutscher Presse Verband e.V.
Stresemannstr. 375 • D-22761 Hamburg
Tel.: 040/8 99 77 99 • Fax 040/8 99 77 79
e-mail:dpv.hh@dpv.org • www.dpv.org

Inserenten-Verzeichnis

Agfa 13, 15, 17, 19
Bremaphot.....7
Brückner 49
Canon.....72-74, 3.U, 4.U.
Casio.....21
Epson.....27
Goltdammer.....45
Jobo.....59
Konica.....43
Loersch.....65
Minolta.....47
Mitsubishi 51
Noritsu 11
Pentax.....29
PMA.....55
Sanyo .....2.U.
Sony.....23
VGP 41
Kleinanzeigen 67-71

Beilage: TT-Messe GmbH

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

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

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

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

Redaktion:
Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Birgit Hölker-Schüttler, M.A.
Lidija Mizdrak, M.A.
Dipl. Journ. Herbert Päge
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:
Theo Six

Redaktion profi-contact:
Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:
Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff, Ulrich Vielmuth

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

Layout und Herstellung:
Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach, Theo Six

Vertrieb:
Silke Gräßel

Satz- und Repro:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:
Druckerei Franz W. Wesel, Baden-Baden

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:
Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.
Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:
imaging+foto-contact erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.
Der Abonnementspreis beträgt:
Inland: 38,50 € jährlich
Ausland: 60,00 € jährlich
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121

you can
Canon

Die multifunktionalen Newcomer:
SmartBase MP360 / MP370

Preis:
SmartBase MP360 149,00* EUR

Preis:
SmartBase MP370 229,00* EUR

Die beiden neuen All-in-One Geräte SmartBase MP360 und MP370 überzeugen mit ihrem edlen Design, drucken randlos und kopieren bis DIN A4 und scannen mit einer Auflösung bis zu 1.200 x 2.400 dpi. Als besonderes Feature bietet der MP370 als erstes Multifunktionsgerät von Canon die Unterstützung des PictBridge-Standards.

Damit eignet sich der MP370 hervorragend für den direkten Druck von Fotos – ohne Umweg über einen PC. Per Kabel können PictBridge- und Canon DirectPrint-kompatible Digitalkameras oder Camcorder direkt angeschlossen werden. Möglich ist auch ein Photo-Index-Blatt Ausdruck, z. B. von allen Fotos einer Speicherkarte. Dann einfach die gewünschten Fotos markieren und das Blatt auf das Vorlagenglas legen. Die ausgewählten Fotos werden erkannt und ausgedruckt. Der Fotodruck des MP360 und des MP370 ist dank einer Tröpfchengröße von nur 2 Picolitern und einer Auflösung von bis zu 4.800 x 1.200 dpi von einem herkömmlichen Fotoabzug kaum noch zu unterscheiden. Auch größere Kopier- oder Druckjobs stellen sie dank ihrer Geschwindigkeit vor keine Probleme. Bis zu 12 Farbseiten und bis zu 18 Seiten s/w pro Minute** schaffen sie mühelos. Der integrierte Scanner hat eine Auflösung von 1.200 x 2.400 dpi, die bis zu 9.600 dpi interpoliert werden kann. Die Multi-Photo-Scan-Funktion ermöglicht die Erfassung von mehreren Vorlagen in einem einzigen Vorgang. Durch das Z-Scharnier können auch Bücher und dicke Vorlagen bequem gescannt werden. Beide SmartBase-Geräte verfügen über eine USB-Schnittstelle und werden mit umfangreicher Software für die gängigen Windows-Versionen geliefert.

Features SmartBase MP360 / MP370:

- Hohe Druckauflösung: bis zu 4.800 x 1.200 dpi
- CCD Scanner: bis zu 1.200 x 2.400 dpi CCD Scanner
- Superschnell**: bis zu 18 Seiten/Min. (s/w), 12 Seiten/Min. (Farbe)
- PictBridge (MP370) – Direktdruck mit PictBridge kompatiblen Kameras auch anderer Hersteller
- Direktdruck von der Speicherkarte***/ Direct Print (MP370)
- Randloser Druck / Kopie bis zu A4
- 2 pl Tröpfchengröße
- USB 2.0 High Speed
- Photo Index Blatt – die zu druckenden Bilder auswählen, Blatt auf den Scanner legen und Druckvorgang starten.

** In Abhängigkeit von der Hardware und dem jeweiligen Druck- und Kopiejob

*** Kompatibel zu Compact Flash Typ I&II, Microdrive, SmartMedia, Multimedia Card, SD, Memory Stick, xD-Picture Cards (Compact Flash Adapter notwendig für xD)

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Dezember 2003

you can
Canon

digital_ *beamer*

Das kompakte, flüsterleise Leichtgewicht:

Multimedia-Projektor LV-S3

Leicht, superkompakt und leise – so präsentiert sich der neue LCD-Projektor LV-S3 auf den ersten Blick. Was er alles kann, beweist er dann beim ersten Einsatz. Mit lichtstarken 1.200 ANSI Lumen bei SVGA-Auflösung, zahlreichen Features zur Optimierung der Bildwiedergabe und einer Vielzahl von Schnittstellen beeindruckt er sowohl bei Präsentationen als auch bei privaten Kinovorstellungen.

Der LV-S3 ist mit seinem 1,2fach Weitwinkelzoom in der Lage, auch über kurze Projektionsabstände großformatige Bilder zu erzielen. So beträgt z. B. bei einer Entfernung von zirka 3,2 m die Bilddiagonale schon ungefähr 2,5 m. Störendes Bildflimmern von Videosignalen wird per Progressive Scan nahezu unterdrückt. Diese Technik sorgt für homogene Übergänge an Flächen und Kanten, reduziert die Treppenbildung an schräg verlaufenden Kanten und verbessert die Darstellung von Texten. Mit Progressive Scan und verschiedenen Bildoptimierungsfunktionen verfügt der LV-S3 über exklusive Technologien im Einsteigersegment. Bildverzerrungen, die je nach Aufstellung bzw. Projektionswinkel auftreten können, wirkt die Keystone-Korrektur entgegen. Bei der Vorführung in Räumen mit wechselnden Lichtverhältnissen paßt der Auto Image Mode die Bildhelligkeit sowohl in hellen als auch in dunklen Bildbereichen entsprechend an. Für die multimedialen Fähigkeiten des Projektors stehen seine Schnittstellen: Video-IN, S-Video-IN, RGB-IN, Audio-IN und USB.

Zur Grundausstattung des LV-S3 gehören Tragetasche, Mini-Fernbedienung, Präsentationskit (mit Mausfunktion), VGA-Kabel, Objektivdeckel und Handbuch. Optional erhältlich: Scart-Adapter Kabel, Videocomponenten-Adapterkabel und Deckenaufhänger.

Features:

- SVGA-Auflösung, XGA komprimiert
- 1.200 ANSI Lumen / 960 ANSI Lumen im Silent Mode
- Ca. 2,2 kg
- 150 W UHP Lampe
- Geräuschpegel: ca. 37 dB (A) / ca. 35 dB (A) im Silent Mode
- 1,2fach Zoom
- Projektionsabstand: 1,3 bis 6,5 m
- Bilddiagonale: 0,86 bis 5 m
- Auto Image Mode
- Progressive Scan
- Keystone Korrektur: +- 20 Grad oben / unten
- Abmessungen: ca. 278 x 213 x 80 mm
- Optionaler Scart-Adapter / Videokomponenten-Adapter

Preis:

LV-S3	1.299,00* EUR

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Dezember 2003

you can
Canon

Mehr Pixel für Fotos und Heimkino:
MVX10i / MVX3i

Preise:	
MVX10i	1.499,00* EUR
MVX3i	1.699,00* EUR

Für mehr Qualität bei digitalen Fotos und DV-Videoaufnahmen im 16:9-Format für das Heimkino sorgt in den neuen Camcordern MVX10i und MVX3i der 2,2-Megapixel-CCD-Sensor mit RGB Primärfilter für naturgetreue Farbwiedergabe.

Der verbesserte High-Resolution-16:9-Modus nutzt die vom 2,23-Megapixel-Chip zur Verfügung gestellten Informationen maximal – bei Aufnahmen im Normalformat 4:3 erfolgt eine horizontale Begrenzung des Formats, denn mit den zusätzlichen Pixeln läßt sich ein größerer horizontaler Bildwinkel erfassen. Das breitere Bild wird dann nur noch horizontal auf das 4:3-Format verkleinert, wobei die kompletten Bildinformationen und die hohe Bildqualität erhalten bleiben. Dieses Verfahren bietet somit Vorteile gegenüber der bisher angewendeten Methode: Bei der Umschaltung in den 16:9-Modus erfolgte bislang eine Beschneidung an der oberen und unteren Bildkante. Ein weiterer entscheidender Vorteil ist die harmonische Zusammenarbeit mit dem optischen Bildstabilisator der Camcorder auch im 16:9-Modus. Selbst bei langen Brennweiten oder schlechten Lichtverhältnissen sind Aufnahmen aus der freien Hand möglich, denn kleine Verwacklungen und Vibrationen werden automatisch ausgeglichen. Das Ergebnis ist sichtbar mehr Qualität auf dem Heimkino-Fernsehschirm.

Hervorragende interne Signalverarbeitung mit dem DIGIC-Prozessor – für jeweils Foto und Film optimiert – sowie ein hochwertiges, leistungsstarkes Zoom-Objektiv, das beim Spitzenmodell, dem MVX3i, sogar Elemente aus dem Profibereich enthält, sind weitere Garanten für hohe Bildqualität. Zudem sorgt die bisher nur im 3-Chip Camcorder-Bereich genutzte manuelle Tonsteuerung im MVX3i auch für einen guten akustischen Auftritt. Beide Camcorder unterstützen sowohl den neuen herstellerübergreifenden PictBridge-Standard als auch Canon DirectPrint. Sie können direkt an die kompatiblen Drucker angeschlossen werden, um sofort Fotos ohne PC auszudrucken.
Ein umfangreiches Softwarepaket rundet die Ausstattung ab.

Features MVX10i / MVX3i:

- 2,2 Megapixel CCD mit RGB-Filter
- 10fach optischer Zoom
- Optischer Bildstabilisator (MVX3i)
- Getrennte Signalverarbeitung – DIGIC DV
- 2,5 Zoll Display, 200 k LC-Display (MVX10i), 3,5" Display, 246 k LC-Display (MVX3i)
- MPEG4 Aufnahme
- Verbesserter 16:9-Modus
- PictBridge kompatibel/ Camera DirectPrint
- Manuelle Tonaussteuerung (MVX3i)
- DV-Messenger 2.0
- Umfangreiche Software im Lieferumfang
- Eingebaute Blitzleuchte
- Super Night Modus

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte.
Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Dezember 2003

you can
Canon

Die EOS 300V-Winterpromotion 2003:
Der Hauptgewinn für Ihren Kunden und Sie?

Schnell für mehr Aufmerksamkeit sorgen. – Schneller aus Kunden Käufer machen. – Schnell mal selbst einen Preis kassieren. – All diese Möglichkeiten bietet Ihnen die EOS 300V-Winterpromotion 2003. Und auch Ihre Kunden sind auf der Gewinner-Seite mit der EOS 300V und der zusätzlichen Chance auf einen der drei Preise aus dem Gewinnspiel.

Das hochwertige Deko-Material der EOS 300V-Winterpromotion fällt sofort ins Auge, die ansprechenden Informationen werden Ihre Kunden schneller überzeugen, und das Gewinnspiel ist das Tüpfelchen auf dem i und sorgt für den entscheidenden Kick. Ihre Kunden müssen nur drei Gewinnfragen beantworten und die Teilnahmekarte bis zum 31.1.2004 in die bereitstehende Gewinnbox einwerfen oder direkt an Canon schicken. Und mit ein bißchen Glück könnte es der Hauptgewinn werden –

Hauptgewinn:

12tägige Fotosafari in die Serengeti für 2 Personen im Wert von 10.000 Euro.

2. Preis:

Ein Wochenende für 2 Personen in Paris.

3. Preis:

Ein Mountainbike.

Und damit nicht nur Ihre Kunden bei der EOS 300V-Winterpromotion schneller auf den Geschmack kommen, sondern auch Sie, stehen für Sie als Geschäftspartner die gleichen Gewinne bereit. Sie nehmen Ihre Chance wahr, indem Sie einfach die Teilnahmekarten Ihrer Kunden mit Ihrem Firmenstempel versehen und bis zum 31.1.2004 an Canon schicken. Wenn die Glücksgöttin Fortuna es dann gut mit Ihnen meint, können auch Sie das große Abenteuer erleben*. Und zwar genau dann, wenn einer Ihrer Kunden gewinnt.

Ein Gewinn ist Ihnen auf jeden Fall sicher. Denn mit dem Deko-Material und dem Gewinnspiel sorgen Sie für mehr Aufmerksamkeit für die EOS 300V. Mit dieser Spiegelreflex-Kamera haben Sie einen echten Trumpf in der Hand. Denn neben ihren weiteren Features verfügt sie über den schnellsten Autofokus** in ihrer Klasse. Sie ist die Kamera für schnelle Ergebnisse – und Umsätze, die sich sehen lassen können. Die Winterpromotion und das Gewinnspiel helfen Ihnen dabei, Ihre Kunden schneller zu überzeugen. Auch das gesamte Canon Produkt-Programm rückt mehr ins Blickfeld und eröffnet Ihnen weitere Chancen.

Also: Spielen Sie mit!

* Bei Handelsketten gewinnt die entsprechende Filiale. Der Filialleiter kann den gewonnenen Preis unter seinen Mitarbeitern verlosen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.
** Stand: August 2003

you can

Canon

flash

Dezember 2003

Die EOS 300V-Winterpromotion 2003:
Der Hauptgewinn für Ihren Kunden und Sie?

Mehr Pixel für Fotos und Heimkino:
MVX10i/MVX3i

Das kompakte, flüsterleise Leichtgewicht:
Multimedia-Projektor LV-S3

Die multifunktionalen Newcomer:
SmartBase MP360/MP370