

# imaging + foto

# contact

12  
2007

Fachzeitschrift für die Fotobranche • [www.worldofphoto.de](http://www.worldofphoto.de)

## Das Sony $\alpha$ -System:

# Foto und HDTV

### Neue Möglichkeiten mit neuem Zubehör



### Lang erwartet: Olympus E-3 „Made for the Extreme“

Nachdem im Oktober bereits die technischen Details der Kamera bekanntgegeben wurden, konnten sich nun Fachjournalisten und Medien von den Fähigkeiten und Möglichkeiten des neuen Flaggsschiffs überzeugen. ... S. 12

### Mit der Eye-Fi WLAN SD-Karte werden Digitalkameras Wi-Fi-tauglich

In den USA ist jetzt die erste SD-Speicherkarte mit integrierter WLAN-Funktion für SD-kompatible Digitalkameras in den Handel gekommen. ... S. 16

### Fujifilm: Die neuen Frontier Minilabs bieten neue Vielfalt und höchste Flexibilität

Sechs neue Minilab-Modelle ermöglichen dem Handel, eine umfassende Palette zeitgemäßer und margenstarker Bildprodukte anbieten zu können. ... S. 37



#### Die Zukunft der Fotoproduktion:

- „Baby“- , „Junior“- und „Maxi“-Konfiguration
- Druckkapazität bis zu 1.350 Bilder pro Stunde
- Keine Warte-, Aufwärm- oder Entwicklungszeit
- Hohe Umweltverträglichkeit

# FLEXILAB: KLEIN EINSTEIGEN, GROSS RAUSKOMMEN

DAS ERSTE BILDPRODUKTIONSSYSTEM, DAS MIT IHREM GESCHÄFT WÄCHST

Manchmal reicht bereits eine kleine Investition aus, um ansehnlichen Umsatz zu generieren: Mit Flexilab, dem neuen modularen Bildproduktionssystem von Mitsubishi Electric, können Sie Ihren Kunden die Bilderkapazität eines Minilabs bieten, ohne dass Sie hohe Investitionskosten oder Folgekosten z. B. für Chemie-Entsorgung einkalkulieren müssen. Flexilab gibt es in verschiedenen Ausbaustufen – Sie können also nach und nach aufrüsten und das System mit Ihrem Geschäft „mitwachsen“ lassen.

Nur bis 31. Dezember 2007

• **Kostenlose Installation und Einweisung**

• **Kostenloser Vor-Ort-Service\***

\*gilt für 1 Jahr; umfasst Reparaturen sowie ein kostenloses Austauschgerät für die Zeit der Reparatur

Ihr Fototeam ist erreichbar unter:  
Telefon: 0 21 02/4 86 45 44 oder 0 21 02/4 86 31 50  
[www.Mitsubishi-EVS.de](http://www.Mitsubishi-EVS.de)

 **MITSUBISHI  
ELECTRIC**  
*Changes for the Better*

# Muss der UE-Fachhandel das Kamera-Geschäft retten?

## Spiegelreflex ohne Fotohandel?

Eigentlich sollte man als Verleger seine Leitartikel ja nicht über die Aktivitäten von Kollegen schreiben, aber dieses Mal muss es wirklich sein. Denn der – ohne Zweifel seriöse und in seinem Segment sehr kompetente – Herausgeber eines Magazines für den Unterhaltungselektronik-Fachhandel hat sich jüngst nicht nur Gedanken, sondern sogar Sorgen um den Fotomarkt gemacht. Genauer gesagt: um den prognostizierten Boom bei den digitalen Spiegelreflexkameras. Nun ist dieser bekanntlich nicht nur prognostiziert, sondern bereits Wirklichkeit, aber das macht die Sorgen des Kollegen nicht kleiner: Der Fotofachhandel, stellt er fest, befinde sich in Deutschland auf dem Rückzug und hinterlasse „für den Verbraucher schmerzliche Lücken“ – denn diese Verbraucher, so heißt es weiter – hätten es jetzt schwer, ein angemessenes Sortiment digitaler Spiegelreflexkameras nebst kompetenter Beratung im Fotofachhandel zu finden, so dass am Ende der ganze DSLR Boom mangels kompetentem Angebot gefährdet sei.



Thomas Blömer, Verleger

Der nette Kollege hat auch gleich eine Lösung für das Problem zur Hand: Der Consumer Electronics Fachhandel, so stellt er fest, müsse „in die Bresche springen“. Diese Bresche hat der Kollege in Augsburg entdeckt, wo es tatsächlich nach der Schließung des „Platzhirsches“ Bach-

schmied aus Altersgründen neben Media/Saturn nur noch eine Handvoll Fotohändler gibt, die Kameras verkaufen. Darunter befinden sich allerdings zwei Photo Porst Händler, und zusätzlich gibt es noch den einen oder anderen gestandenen Fachmann, der digitale Spiegelreflexkameras nicht nur verkauft, sondern vor allem bedienen kann und – so ergab eine telefonische Umfrage unter unseren lokalen Abonnenten – das auch gerne tut.

Warum dann, wie der Kollege konstatiert, „viele Augsburger“ bis nach Ravensburg (160 km!) pilgern, um Beratung in einem sortimentsstarken Fachgeschäft zu finden, mag dahingestellt bleiben – vielleicht reisen Augsburger gerne. Nach München, wo zum Beispiel die Namen Foto Sauter und Foto Nürbauer einen guten Klang haben, wären es übrigens nur 60 km.

Dass der liebe Kollege die zugegebenerweise nicht ganz befriedigende Augsburger Situation auf ganz Deutschland hochrechnet, ist zudem ein kühner Schachzug, der angesichts der aktuellen GfK-Zahlen äußerst gewagt erscheint. So stellte Ringfoto Geschäftsführer Michael Gleich in einem offenen Brief an den Kollegen fest: „Der UE-Fachhandel hat einen Marktanteil von gerade 2,7 Prozent im Fotobereich. Die Elektromärkte haben immerhin 29,1 Prozent und der von Ihnen totgeredete Foto-Fachhandel satte 44,7 Prozent Marktanteil.“

Und der Ringfoto Geschäftsführer warnte zu Recht davor, die UE- bzw. Fotofachhändler gegeneinander auszuspielen und zu einem am Ende ruinösen Wettbewerb aufzurufen, „der dauerhaft von keiner Seite zu gewinnen ist und wo der lachende Dritte sicherlich die Media/Saturn Gruppe sein wird“.

Natürlich kann es im Einzelfall sehr sinnvoll für einen UE-Fachhändler sein, sich verstärkt um das Kamerageschäft zu kümmern – genau so, wie es umgekehrt bereits Fotohändler gibt, die mit Erfolg HD-Fernsehgeräte, Mobiltelefone oder Navigationssysteme vermarkten. Aber das kann man auch tun, ohne die Kollegen „von der anderen Seite“ totzureden – denn damit ist tatsächlich niemandem gedient. Darum wünschen wir unseren Lesern aus dem Foto- und UE-Fachhandel ein erfolgreiches Weihnachtsgeschäft und vor allem viele verkaufte digitale Spiegelreflexkameras.

Die nächste Ausgabe von *imaging+foto-contact* erscheint wie gewohnt zum 1. Februar des kommenden Jahres.

Th. Blömer

# Inhalt

## Zum Titelbild

Neue Möglichkeiten –  
Bei Sony sorgt HD für Verkaufsargumente . . . . . 18

## Editorial

Spiegelreflex ohne Fotohandel?  
Muss der UE-Fachhandel das Kamerageschäft retten? 3

## Verbände

Mitgliederversammlung des Bundesverbandes  
der Großlaboratorien (BGL)  
Neuer Vorstand, alte Probleme. . . . . 8

## Unternehmen

Gitzo feiert Geburtstag –  
90 Jahre Stativinnovationen . . . . . 49

## Bildergeschäft

Albumprinter setzt auf HP Indigo Digitaldruck-  
Maschine – Der Fotobuch-Spezialist . . . . . 22

Aus der European Imaging Service GmbH  
wird die Tetenal Imaging Service GmbH . . . . . 32

Neuer Anbieter:  
Kam-imtec vertreibt Shanghai Doli Minilabs . . . . . 36

Die neue Vielfalt – Die neuen Fujifilm Frontier  
Minilabs bieten hohe Flexibilität. . . . . 37

## Handel

Olympus' lang erwartete neue Profikamera  
ist jetzt lieferbar: „Made for the Extreme“ . . . . . 12

Neue Möglichkeiten –  
Bei Sony sorgt HD für Verkaufsargumente . . . . . 18

The Phone House und Ringfoto ebnen den Weg  
in das ertragsstarke DSL-Geschäft . . . . . 42

Nische für den Fachhandel –  
Analoge Kameramodelle im Überblick . . . . . 50

Duttenhofer Großhandel feiert Jubiläum . . . . . 57

Hausmesse bei 1000 Töpfe trotz dem Orkan . . . . . 59

H. D. Lehmann: Weihnachtsgeschenke . . . . . 60

**Wichtiges aus worldofphoto.de**. . . . . 6, 63

## Das Sony $\alpha$ -System verbindet Foto und HDTV



Spiegelreflexkameras und die Kreativität ihrer Nutzer leben von der Größe des Systems, in das die Geräte eingebettet sind. Und obwohl Sonys digitale SLR-Modelle der  $\alpha$ -Serie als Marke

noch relativ jung im Markt sind, profitieren sie gleichermaßen von neuem Zubehör wie vom bereits existierenden Konica Minolta System, das über viele Jahrzehnte gewachsen ist. Gleichzeitig entstehen dank digitaler Technologie vollkommen neue Zubehörprodukte, und es werden neue Möglichkeiten für die Anwender erschlossen. **Seite 18**

## Mitgliederversammlung des BGL



Die deutschen Großlabors müssen weiter auf die Wende im Bildermarkt warten. Das gab der neu besetzte Vorstand des Bundesverbandes der

Großlaboratorien (BGL) auf einer Pressekonferenz anlässlich der jährlichen Mitgliederversammlung in Berlin bekannt. Auf Hubert Rothärmel (CeWe Color), der nicht mehr für eine Neuwahl kandidierte, folgte als neuer Vorsitzender Bernd Kraus (Fujicolor). **Seite 8**

## Olympus' lang erwartete neue Profikamera ist jetzt lieferbar



Das neue Spitzenmodell im Olympus E-System, die Olympus E-3, ist jetzt lieferbar. Nachdem das Unternehmen bereits Mitte Oktober die technischen Details der Kamera bekanntgegeben

hatte, konnten sich noch vor Beginn der Auslieferung die wichtigsten Olympus Geschäftspartner und eine Gruppe von Fachjournalisten der unterschiedlichsten Medien auf exklusiven Veranstaltungen von den Fähigkeiten und Möglichkeiten des Flaggschiffs in der Praxis überzeugen. **Seite 12**

## Mit The Phone House und Ringfoto in das ertragsstarke DSL-Geschäft



Die Vermarktung von Festnetz- und DSL-Produkten findet im deutschen Fotohandel bis heute in nicht nennenswertem Umfang statt. Das soll sich jetzt durch die Zusammenarbeit des Mün-

steraner Komplettanbieters für Entertainment und Telekommunikation The Phone House und Ringfoto ändern. Ab sofort stehen den Ringfoto-Händlern, die sich an der Kooperation beteiligen, alle Festnetzangebote und -produkte von The Phone House zur Verfügung.

**Seite 42**

## Interview mit Philip Cullimore, SPG Divisional Manager Europe, Consumer Printing Systems, Kodak



Im Rahmen seiner Strategie rund ums Digital-bild hat Kodak in den vergangenen Jahren auch eine Reihe unterschiedlicher (Kiosk-) Lösungen für das schnelle Bild am Point of Sale entwickelt. imaging+foto-contact hatte am Rande des Kodak Presseevents in Barcelona, Gelegenheit, mit Philip Cullimore, SPG Divisional Manager Europe, Consumer Printing Systems, Eastman Kodak Company, über den Stand der Dinge und die Perspektiven des Unternehmens zu sprechen. **Seite 26**

## Interview mit Friedrich Bernhard, Verkaufsmanager Westeuropa der Noritsu Deutschland GmbH



Mit einem üppigen Sortiment an Geräten, umfassenden Beratungsleistungen im Vorfeld der Anschaffung und Unterstützung beim „After Sales“ gehört Noritsu zu den zuverlässigen Partnern in Sachen Onsite-Printing. ifc sprach mit Noritsu Verkaufsmanager Friedrich Bernhard über den Markt und das Unternehmen. **Seite 28**

## Interview mit Heinz Kuboth, Direktor Consumer Products Division Fujifilm



Mit der neuen Frontier Generation will Fujifilm seinen Kunden ermöglichen, nicht nur Bilder zu verkaufen, sondern auch vom rasanten Wachstum wertschöpfungsstarker Bildprodukte zu profitieren. imaging+foto-contact hat Heinz Kuboth, Direktor der Consumer Products Division von Fujifilm, nach Einzelheiten gefragt. **Seite 40**

## Kam-imtec vertreibt Shanghai Doli Minilabs

„Die Silberfotografie ist nicht tot. Wir glauben daran und wollen sie wieder ausbauen. Deshalb haben wir die Kam-imtec GmbH gegründet“, so Heiner Alles, neben Gerhard Müller Geschäftsführer des neuen Unternehmens mit Sitz im bayrischen Peißenberg. „Sie soll Partner im Bildergeschäft mit Minilabs, Chemie und Papier versorgen.“ **Seite 36**



## Nische für den Fachhandel – Analoge Kameramodelle im Überblick

Es gibt sie noch, die analogen Sucher- und SLR-Kameras. Zwar ist die Modellvielfalt gegenüber den rund 900 aktuellen Digitalmodellen verschwindend gering, aber immerhin wurden von Januar bis August dieses Jahres ca. 140.000 Stück dieser Kategorie verkauft. Zahlreiche Anfragen unserer Leser nach lieferbaren Analogmodellen haben die Redaktion von imaging+foto-contact veranlasst, sich diesem immer noch wichtigen Bereich zu widmen. **Seite 50**



INTERVIEWS

BILDERGESCHÄFT

HANDEL

### Interviews

Philip Cullimore, SPG Divisional Manager Europe, Consumer Printing Systems, Kodak: Fotos individualisieren . . . . . **26**

Friedrich Bernhard, Verkaufsmanager Westeuropa der Noritsu Deutschland GmbH: Maximale Flexibilität . . . . . **28**

Heinz Kuboth, Direktor Consumer Products Division Fujifilm: „Alles, um am Wachstum teilzunehmen“ . **40**

**Neuheiten** . . . . . 17, 25, 47, 53, 55, 63

Eye-Fi soll Digitalkameras Wi-Fi-tauglich machen . . **16**

Sony präsentiert neue Cyber-shot DSC-T2 . . . . . **21**

Neue Generation von Noritus 35er-Serie . . . . . **31**

Merian scout Navigator ist mehr als ein Navi . . . **46**

Ricoh GR Digital II:  
Bewährtes Konzept – verbesserte Leistung . . . . . **48**

### Rubriken

#### Wirtschaftspolitischer Kommentar

Kann man von „Erfolg“ sprechen, wenn andere viele Millionen Euro verlieren? . . . . . **54**

#### Video

Ulrich Vielmuth: Trend bei Speichersystemen (2) . . **58**

**Rechtstips** . . . . . **56**

**Literatur** . . . . . **62**

**Foto-Aktienkurse** . . . . . **63**

**Klein- und Personalanzeigen** . . . . . **64**

**Impressum** . . . . . **66**



**Immer aktuell:**

**www.worldofphoto.de**

### Leica Hauptversammlung beschließt Squeeze-out

Die Hauptversammlung der Leica Camera AG hat beschlossen, die Aktien der Minderheitsaktionäre auf die ACM Projektentwicklung GmbH gegen Gewährung einer Barabfindung (Squeeze-out) zu übertragen. Der Beschluss wurde mit der erforderlichen Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst. Einige Aktionäre und Aktionärsvertreter haben gegen den Beschluss Widerspruch zu Protokoll des amtierenden Notars erklärt.

### Wechsel im Leica Aufsichtsratsvorsitz

Dr. Andreas Kaufmann, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Leica Camera AG, hat in einer Erklärung gegenüber den übrigen Mitgliedern sowie dem Vorstand des Unternehmens den Vorsitz des Gremiums niedergelegt. Kaufmann, Vertreter des de facto Alleinaktionärs ACM Projektentwicklung GmbH, bleibt aber Mitglied des Aufsichtsrates. Der bisherige stellvertretende Vorsitzende Wulf Matthias Königsstein wurde zum neuen Aufsichtsrats-Vorsitzenden der Leica Camera AG gewählt, Kaufmann zum stellvertretenden Vorsitzenden.

### Deutsches Vortragsprogramm auf der PMA

Auch auf der PMA 2008, die vom 31. Januar bis 2. Februar in Las Vegas, USA, stattfindet, wird es wieder ein deutschsprachiges Vortragsprogramm geben. Jeweils um 14.00 Uhr sprechen an allen Messetagen Vertreter der deutschen Fotobranche im Las Vegas Convention Center zu aktuellen Branchenthemen. Am 31. Januar sind „Fotobücher: schnell und einfach in die digitale Zukunft“ das Thema von Stephan J. Reinhold (CeWe Color). Dabei stehen der Markt für Fotobücher, unterschiedliche Konzepte und die möglichen Kannibalisierungseffekte zu

### Heinz-Neumüller-Preis 2007 verliehen

Anfang November 2007 hat CeWe Color den Heinz-Neumüller-Preis an die jahrgangsbesten Berufsschulabsolventen der Landesberufsschule Photo + Medienforum Kiel verliehen. Die Auszeichnung wurde von Harald H. Pirwitz, Vorstandsmitglied der Neumüller CeWe Color Stiftung, im Rahmen einer Feierstunde in der Oldenburger Firmenzentrale übergeben. Der Heinz-Neumüller-Preis wird für gute schulische Leistungen in der Berufsausbildung verliehen.

Den ersten Preis bei den Fotografen erhielt Theresa Rundel, die über die gesamte Ausbildungszeit sehr gute Leistungen erzielte. Besonderes Interesse zeigte sie für die Kombination unterschiedlicher fotografischer Techniken (analog und digital), mit denen sie gern experimentierte. Der erste Preis im Ausbildungsberuf Fotoeinzelhandelskaufmann ging an Anne Tappe von Foto Center Ochse, Neu-

stadt (Holstein). Anne Tappe verkürzte ihre Ausbildungszeit um ein Jahr und erzielte darüber hinaus in allen Lernfeldern und Lernbereichen die Note „sehr gut“.

Die Auszeichnung für die Absolventen des Fachbereiches Fotomedienlaboranten erhielt Kathrin Laeger, die sich als sehr leistungsstarke und leistungsbereite Auszubildende zeigte. Damit die Berufsschulausbildung weiterhin auf einem so hohen Leistungsniveau stattfinden kann, überreichte Pirwitz im Namen der Neumüller CeWe Color Stiftung dem Schulverein des Photo+Medienforums Kiel einen Scheck in Höhe von 10.000 Euro. Corinna Knott, Geschäftsführerin der Institution, und Jörg Leppin, Abteilungsleiter der Landesberufsschule Photo+Medienforum Kiel, freuten sich zusammen mit den über 60 Gästen über diese Spende.

digitalen Fotos zur Diskussion. Am 1. Februar wird Martin Wagner (Ringfoto) über digitale Neuentwicklungen sprechen und dabei auch thematisieren, welche „Lehren aus der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft“ zu ziehen sind. „Wie der Fotohandel auch morgen erfolgreich ist“ will der Unternehmensberater Werner Uebelacker am 2. Februar erklären. Dabei geht es um eine „Neuentdeckung des Fotohandels“ mit Shop-Konzepten, digitaler Vernetzung, Kiosks, Minilabs, Fotobüchern, Kamerahandys, digitalen Fotorahmen und Fotostudio. Die deutschsprachigen Vorträge sind Teil des umfangreichen Seminarprogramms auf der PMA, das insgesamt rund 200 Veranstaltungen umfasst.

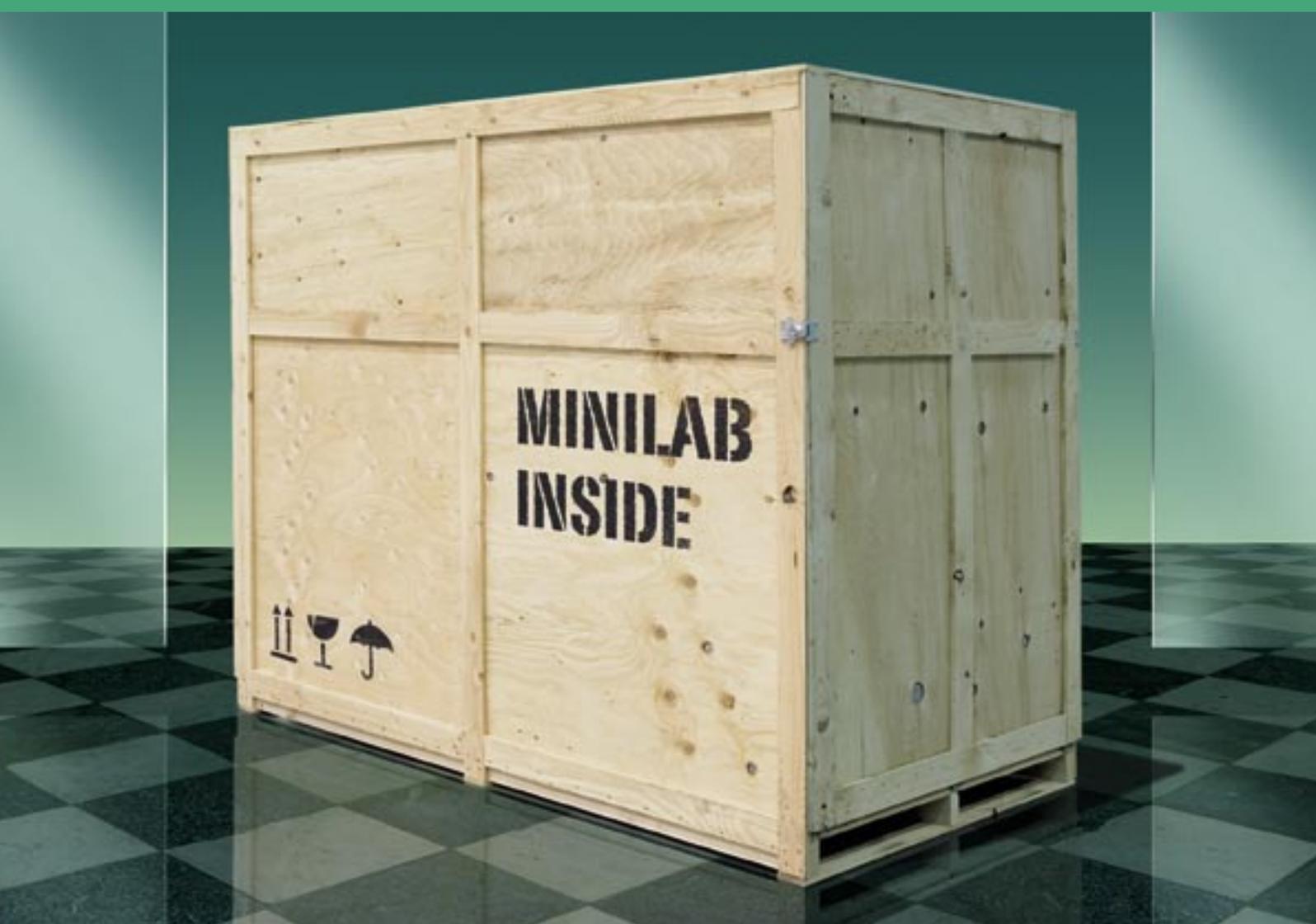
### Hedge-Fond verkauft CeWe Color Aktien

CeWe Color hat bekanntgegeben, dass der Anteil der K Capital Partners LLC., Boston, USA, an der CeWe Color

Holding AG am 7. November die Schwelle von drei Prozent der Stimmrechte unterschritten hat. Der Hedgefond, der zum Zeitpunkt der Hauptversammlung noch 7,6 Prozent der CeWe Aktien hielt, besaß am 7. November noch 2,96 Prozent der stimmberechtigten Aktien.

### Plus X Award mit zwei neuen Medienpartnern

Die beiden Publikumsstiele HD+TV und Digital Tested sind ab sofort neue Medienpartner des Plus X Awards, Europas größtem Technologie-Contest. Die Zeitschrift HD+TV geht mit einer Auflage von 50.000 Exemplaren in den Markt und ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz im Zeitschriftenhandel erhältlich. Das Magazin ist Ratgeber für Audio, Video und Heimkino. Digital Tested ist eine Testzeitschrift für preisbewusste Kunden. Schnell und kompakt erhält der Leser dort einen Überblick über Produkte und die Alltagstauglichkeit digitaler Unterhaltungselektronik, und das in einer Auflage von 75.000 Exemplaren.



## Ein Minilab allein macht noch kein Bildergeschäft.

### Setzen Sie deshalb auf einen starken Partner mit umfassender Kompetenz rund ums Bild!

Die intelligenten Fujifilm-Systemlösungen bieten Ihnen einfach alles, was Sie für ein erfolgreiches Bildergeschäft brauchen – den kompletten Workflow von der Auftragsannahme bis zur Ausgabe in exzellenter Bildqualität dank Image Intelligence™, Top-Verbrauchsmaterialien und die wertvollen Leistungen des FDI-Partnerkonzeptes.



**Interessiert?** Rufen Sie uns an unter 0211/50 89-143 oder schreiben Sie eine E-Mail an [fdi-partner@fujifilm.de](mailto:fdi-partner@fujifilm.de)!

# Mitgliederversammlung des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL)

# Neuer Vorstand, alte Probleme

Die deutschen Großlabors müssen weiter auf die Wende im Bildermarkt warten. Das gab der neu besetzte Vorstand des Bundesverbandes der Großlaboratorien (BGL) auf einer Pressekonferenz anlässlich der jährlichen Mitgliederversammlung in Berlin bekannt. Auf Hubert Rothärmel (CeWe Color), der nicht mehr für eine Neuwahl kandidierte, folgte als neuer Vorsitzender Bernd Kraus (Fujicolor). Auch die neue BGL-Spitze steht vor den alten Herausforderungen: Während sich der Absatz von Fotobüchern und Fotogeschenken erfreulich entwickelt, verteilt sich das Wachstum der digitalen Bilder auf zahlreiche Anbieter.

Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender von CeWe Color, wurde zum stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Weitere Vorstandsmitglieder sind Thomas Drack (Color Drack GmbH/

Österreich) und Marc Heinze (Thiele Fotolaborbetrieb GmbH), der zum ersten Mal den Bereich Schul- und Kindergartenfotografie im Vorstand des BGL vertritt. Wie bisher ist BGL-

Geschäftsführer Michael Grütering Mitglied des Vorstandes.

Wie der alte muss sich auch der neue BGL-Vorstand mit der Frage auseinandersetzen, wann die Zahl der produzierten Bilder in den Betrieben wieder wächst. „Diese Frage haben wir uns in den letzten Jahren regelmäßig gestellt, und wir hätten gerne früher erlebt, dass das Wachstum der digitalen Bilder den Rückgang im analogen Segment ausgleicht“, erklärte Bernd Kraus. „Leider ist dieser Punkt aber noch nicht da: Die Bilder vom Film brechen zu schnell weg, und das digitale Wachstum verteilt sich auf viele, sehr heterogene Anbieter.“

## Nochmals zehn Prozent weniger Bilder

In diesem Jahr ist die Zahl der von den BGL-Mitgliedsbetrieben produzierten Bilder vom Film nochmals um 29 Prozent auf 1,8 Milliarden Stück zurückgegangen. Die digitalen Prints legten um 20 Prozent auf ebenfalls 1,8 Milliarden Stück zu. Daraus ergibt sich ein Gesamtmarkt von 3,6 Milliarden Bildern – zehn Prozent weniger als 2006.

In dieser Zahl sind die in Fotobüchern gedruckten Bilder allerdings nur teilweise enthalten, denn der BGL arbeitet hier noch an einem Erfassungssystem. „Einschließlich aller Fotobuch-Bilder wären die Zahlen besser“, erläuterte Kraus. „Denn dieses Seg-

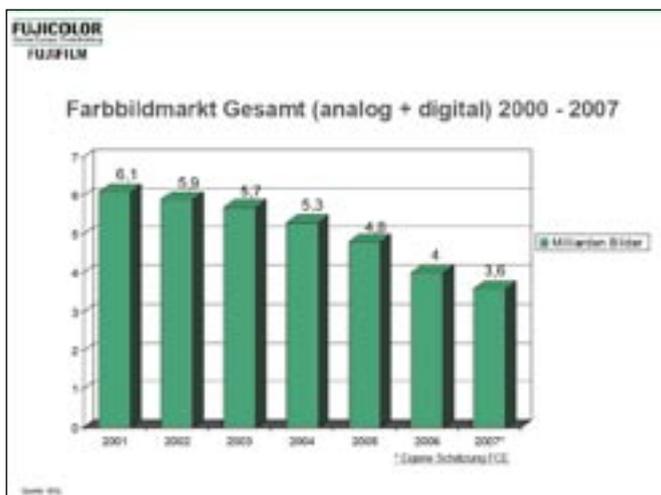


Der neue Vorstand des BGL: (von links) Dr. Rolf Hollander (CeWe Color – stellvertretender Vorsitzender), der neue Vorsitzende Bernd Kraus (Fujicolor), Thomas Drack (Color Drack GmbH/Österreich), Marc Heinze (Thiele Fotolaborbetrieb GmbH) und Geschäftsführer Michael Grütering.

ment wächst ebenso wie das Geschäft mit individualisierten Fotogeschenken sehr stark.“

### Gute Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen des Foto-Gesamtmarktes sind dabei in Deutschland gar nicht schlecht, denn der Digitalkamera-Markt legte für die Branche überraschend nochmals deutlich zu und dürfte im Gesamtjahr ein Volumen von 8,6 Millionen Stück erreichen; einschließlich rund 340.000 analoger Kameras ergibt dies einen Rekord-Kameramarkt von fast neun Millionen Stück: „Das bedeutet, dass jeder zehnte Bundesbürger in diesem Jahr eine Kamera gekauft hat“, betonte Kraus. „Da mit diesen Kameras bekanntlich Bilder gemacht werden, zu denen auch noch die Aufnahmen mit Fotohandys kommen, ist das auf den ersten Blick eine gute Nachricht – allerdings nicht nur für uns, denn die wachsende Menge dieser Bilder verteilt sich inzwischen auf sehr unterschiedliche Anbieter und erreicht nur teilweise unsere Labs.“ Im Klartext: Internet-Anbieter und Foto-Kiosks haben sich in diesem Jahr ein gutes Stück des Bilder-Kuchens gesichert; Home-Printing dagegen wächst nach den jüngsten Marktzahlen nicht mehr. Auf 60 Prozent schätzt Kraus den Marktanteil der Großlabors am deutschen Bildermarkt – das ist im europäischen Vergleich ein ausge-



*Der Bildermarkt im Jahr 2007: nochmals starker Rückgang im analogen Segment, 20 Prozent Plus bei den digitalen Prints. Das bedeutet für den Gesamtmarkt 3,6 Millionen Bilder und ein Minus von zehn Prozent.*

sprochen guter Wert, denn in Westeuropa landen nach Erkenntnissen des Marktforschungsunternehmens Understanding & Solutions nur 32 Prozent aller Prints bei den Großfinishern. Der Einzelhandel (inklusive Minilabs)

bleibt dabei in Deutschland das größte Segment; die Zahl der Aufträge über das Internet wächst aber am schnellsten. Allerdings wird nach wie vor auch die deutliche Mehrheit der Online-Aufträge über den Einzelhandel ausgeliefert – eine Tatsache, die den Großlabors mit ihrem dichten Vertriebsnetz sehr entgegenkommt.

### Wachstumsträger Fotobuch

Rundum zufrieden zeigten sich die Großfinisher mit dem Absatz von Fotobüchern, der sich in Deutschland besonders erfreulich entwickelt. Dabei steht dieses neue Segment erst noch am Anfang einer rasanten Entwicklung: In Europa, so sagt Understanding & Solutions voraus, wird sich die Zahl der verkauften Fotobücher innerhalb der nächsten drei Jahre auf fast 18 Millionen Stück verdreifachen.

Das prozentuale Wachstum könnte in Deutschland etwas niedriger ausfallen, allerdings deshalb, weil hier dieses Segment im europäischen Vergleich bereits 2007 besonders stark gewachsen ist. Etwa 30 Prozent aller in Europa hergestellten Fotobücher wurden 2007 in Deutschland verkauft – das

ergibt bei der von Understanding & Solutions ermittelten europäischen Zahl von gut 6,4 Millionen Fotobüchern fast zwei Millionen Stück. Bereits im nächsten Jahr könnten es deutlich über drei Millionen und bis 2010 über



Das amerikanische Marktforschungsunternehmen Photofinishing News erwartet für das Jahr 2010 weltweit eine Zahl von 180 Millionen verkauften Fotobüchern.



In Europa soll sich nach Angaben von Understanding & Solutions die Zahl der verkauften Fotobücher in den nächsten drei Jahren verdreifachen und 2010 ein Volumen von fast 18 Millionen Stück erreichen. Das würde einen Umsatz von 745 Millionen Euro bedeuten.

fünf Millionen werden, schätzt der BGL.

Allerdings müssen sich die Großfinisher in diesem Segment mit neuen Wettbewerbern wie zum Beispiel Druckereien auseinandersetzen. „Wir freuen uns

bei den Fotobüchern auf starkes Wachstum, aber wir wissen, dass es uns nicht in Schoß fallen wird“, erklärte Kraus. „Denn Großlabors haben bei der Produktion von Fotobüchern im Digitaldruck keine Alleinstellung im

Markt.“ Einen Vorteil, so der neue BGL-Vorsitzende, könne das Fotobuch auf Fotopapier bringen, für das die Großlabors gerade in Zusammenarbeit mit Geräte-Herstellern wie Imaging Solutions die Voraussetzungen schaffen. Ein weiterer Wettbewerbsvorteil für die Großlabors liegt in der Sortimentsbreite: „Im Gegensatz zu den Druckereien können wir alle Fotoartikel vom Standardbild über Fotobücher und Kalender bis zu zahlreichen Fotogeschenken selbst produzieren.“

Auch wenn der größte Teil der Aufträge für Fotobücher nach wie vor über das Internet in die Labors kommt (europaweit liegt der Anteil des Einzelhandels in diesem Bereich laut Understanding & Solutions nur bei zehn Prozent), bietet dieses wachstumsträchtige Sortiment nach Ansicht der BGL-Spitze durchaus Chancen für den Fotohandel: „Gerade für den Fachhandel ist es besonders wichtig, diese Produkte wirklich in den Blickpunkt der Kunden zu rücken“, betonte Dr. Rolf Hollander. „Fotohändler, die die verschiedenen Varianten an einer gut zugänglichen Stelle großzügig präsentieren, können nach unseren Erfahrungen einen überdurchschnittlichen Marktanteil erzielen.“

## Hubert Rothärmel Ehrenvorsitzender des BGL



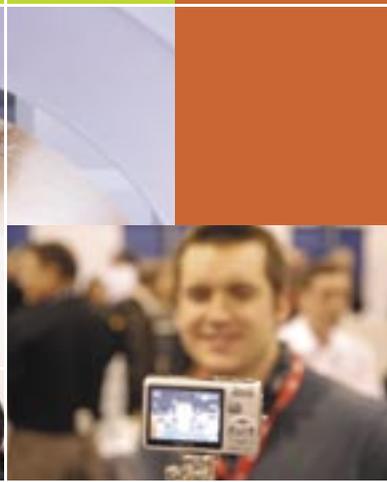
Der neue BGL-Vorsitzende Bernd Kraus (rechts) bedankte sich bei Hubert Rothärmel für die jahrzehntelange Unterstützung des BGL.

Hubert Rothärmel, der den Bundesverband der Großlaboratorien seit 1999 als Vorsitzender geführt hat, kandidierte in diesem Jahr nicht mehr für die turnusgemäß anstehenden Neuwahlen. Mit Fujicolor-Chef Bernd Kraus wählten die Mitglieder einen erfahrenen Großlabor-Manager an die Spitze ihres Verbandes: Er arbeitet seit 18 Jahren im Vorstand mit und bekleidete bereits in den 90er Jahren für einige Jahre das Amt des Vorsitzenden.

Im Rahmen der Mitgliederversammlung würdigte Kraus die besonderen Verdienste, die sich Rothärmel seit dem Beginn seiner Mitarbeit im BGL im Jahr 1983 um den Verband und das deutsche Großfinishing erworben hat. Dabei rief Kraus die Konzentrationswelle in der ersten Hälfte der

90er Jahre ebenso in Erinnerung wie die dramatische Zeit 2004/2005, als europaweit zahlreiche Großfinisher von der digitalen Welle vom Markt gespült wurden. Mit Engagement und Umsicht habe Rothärmel, so Kraus, den BGL durch diese bewegte Zeit geführt und dabei die Interessen der Großlabors wirkungsvoll vertreten. Besonders würdigte der Fujicolor-Chef die kollegiale Zusammenarbeit mit den Vorstandskollegen über viele Jahre hinweg.

Zum Dank für seine langjährige Arbeit wählten die Mitglieder des BGL Hubert Rothärmel zum Ehrenvorsitzenden des Verbandes.



# Machen Sie sich selbst ein Bild von ...

## Innovationen

- Über 600 Aussteller präsentieren die neuesten Produkte und Technologien – damit Sie wissen was in Zukunft läuft.

## Ideen

- Inspirierende Vorträge von **Stuart Varney**, und das **PMA Visionaries Panel**; **Dr. Andrew Lippman**, von MIT; und dem National Football League Hall of Fame Mitglied **Gayle Sayers**.
- Mehr als 200 Seminare und Weiterbildungsveranstaltungen, genau auf die Foto/Imaging Branche zugeschnitten.
- Einige Vorträge werden in deutscher Sprache gehalten!
- Praktische Workshops, Computerschulungen, und andere Kurse.

## Globalen Kontakten

- Ihre Chance Kollegen, Lieferanten und Händler aus aller Welt zu treffen – auf der Messe und anderswo.

### Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Dr. Klaus Petersen  
PMA Büro für Europa  
Hiltenspergerstr. 9  
80798 München Germany  
Fax: 089-273-0291  
E-mail: pmaeurope@pmai.org

Elisabeth Scherer  
PMA World Headquarters  
3000 Picture Place  
Jackson, MI 49201 USA  
Fax: 001-517-788-7809  
E-mail: escherer@pmai.org



31. Januar - 2. Februar 2008  
Las Vegas Convention Center,  
South Hall  
Las Vegas, Nevada USA

### Auch Teil der PMA08

**DIMA 2008**  
29. - 30. Januar 2008

**PSPA 2008**  
30. Januar - 1. Februar 2008

**SPAA 2008**  
31. Januar - 1. Februar 2008

**PPFA 2008**  
31. Januar - 2. Februar 2008

### Scrapbook Retail Education by



co-locating at PMA 08

# Olympus' lang erwartete neue Profikamera ist jetzt lieferbar

## „Made for the Extreme“

### Professional Partner und Fachjournalisten lernen die E-3 als erste kennen



*Mit Hilfe des Bildstabilisators der E-3 können auch bei schlechten Lichtverhältnissen stimmungsvolle Freihand-Aufnahmen entstehen.*

Das neue Spitzenmodell im Olympus E-System, die Olympus E-3, ist jetzt lieferbar. Nachdem das Unternehmen bereits Mitte Oktober die technischen Details der Kamera bekanntgegeben hatte (siehe ifc 11/2007, S. 16–18), konnten sich noch vor Beginn der Auslieferung die wichtigsten Olympus Geschäftspartner und eine Gruppe von Fachjournalisten der unterschiedlichsten Medien auf exklusiven Veranstaltungen von den Fähigkeiten und Möglichkeiten des Flaggschiffs in der Praxis überzeugen.

Olympus Top-Händler aus dem Bereich zwischen Cappel und München hatten sich zur Auftaktveranstaltung des neu aufgelegten Professional Partner Programms in Frankfurt am Main eingefunden. Dort wurden sie nicht nur vom deutschen Olympus Management begrüßt, sondern mit Tatsuo Kikuchi und Hisashi Takeuchi auch von zwei Ingenieuren aus der japanischen Zentrale, die dort für die Entwicklung des superschnellen AF-Systems bzw. des Bildstabilisators der E-3 verantwortlich zeichneten. In seiner Begrüßungsrede betonte Jörgen Nimphy, Geschäftsführer Imaging



Jörgen Nimphy

Systems, Olympus Deutschland GmbH, dass die Veranstaltung die erste von jetzt wieder regelmäßig durchgeführten Zusammenkünften mit Vertretern des Handels sein und vor

allem dem Austausch von Informationen und Meinungen sowie dem Sammeln von Verkaufsargumenten für den Point of Sale dienen sollte. Nimphy erinnerte daran, dass Olympus vor wenigen Jahren eine schwierige Phase durchlebt hätte, in der viele Handelspartner das Vertrauen zum Unternehmen verloren haben. „Aber wir haben seitdem hart gearbeitet und sind davon überzeugt, dass wir inzwischen ein Produktsortiment bieten, das den Anforderungen des Handels gerecht wird. Die aktuellen Marktzahlen bestätigen unseren Erfolg“, so Nimphy. „Die Einführung der E-3 und den Start des Professional Partner Programms wollen wir für den Neubeginn eines Dialogs mit dem Handel nutzen, und wir wollen beweisen, dass der Handel unseren Produkten, unseren Mitarbeitern und unseren Prozessen wieder das volle Vertrauen entgegenbringen kann.“ Wie das Professional Partner Programm aussieht, legt anschließend

Sven Martens, Vertriebsleiter Consumer Products, Olympus Deutschland GmbH, dar. Beim Professional Partner Programm steht laut Martens der Händler im Mittelpunkt. „Unser Ziel ist es, unsere Partner aktiv zu unterstützen, damit ihr Umsatz und ihre Margen kontinuierlich steigen“, so der Olympus Vertriebsleiter. „Beson-



Sven Martens

ders wichtig ist uns, gemeinsam mit dem Händler die Produkte von Olympus sichtbarer, erlebbarer und somit begehrenswerter zu machen.“ Olympus Partner profitieren von einer Reihe garantierter Zusatzleistungen, deren Umfang vorab durch Zielvereinbarungen festgelegt wird. Über Details des Programms berichtete ifc ebenfalls in Ausgabe 11/2007.

Die technischen Feinheiten der E-3 rückte danach Ulrich Götze, Trade Marketing Manager E-System, Olympus



Ulrich Götze

Deutschland GmbH, in den Mittelpunkt des Interesses. Götze betonte, dass Händler und Fotografen so lange auf das neue Modell hätten warten müssen, weil das Endprodukt dem



Die Olympus Produktspezialisten Eric Scheuermann (Bild oben, r.) und Nils Häußler (Bild unten, M.) beantworteten den Händlern in Frankfurt am Main Fragen zur neuen Olympus E-3 und zum gesamten E-System.

Slogan „Made for the Extreme“ gerecht werden sollte. Die vielfältigen Verbesserungen und Weiterentwicklungen in der E-3, von denen einige durch die enge Zusammenarbeit mit Profifotografen entstanden seien, machen die Kamera laut Götze zu einem Handwerkszeug, das den Ansprüchen von Fotografen aller Genres und damit dem gesteckten Ziel gerecht werde. Der Marketing Manager stellte vier Punkte besonders heraus:

- **Schnelligkeit:** Die E-3 ist mit dem derzeit schnellsten Autofokussystem

der Welt ausgestattet und ermöglicht so perfekte Aufnahmen im entscheidenden Moment.

- **Bildqualität:** Das hocheffektive System zur Bildstabilisation kompensiert Effekte von Kamerawacklungen bis zu fünf Lichtwerten.
- **Zuverlässigkeit:** Das widerstandsfähige Magnesiumgehäuse bietet einen Rundumschutz vor Staub, Regen und Schnee. In Kombination mit dem Staubschutzsystem eignet sich die Kamera deshalb für den Einsatz unter allen klimatischen und Umweltbedingungen. ➡



Available Light-Fotografie mit der Olympus E-3 in der Hagia Sophia in Istanbul.

- Live View: Durch dieses Feature und den komplett ausklappbaren Live View LCD-Monitor hat der Fotograf in jeder Lage die optimale Kontrolle über den Bildinhalt.

Wie positiv sich dieses Ausstattungsmerkmal auf die Arbeit eines Profis auswirken kann, erläuterte auf der Händlerveranstaltung der österreichische Fotograf Wolfgang Kautzer, der nach seinem Vortrag auch als Berater für die praktische Arbeit mit der E-3 zur Verfügung stand. Kautzer meinte unter anderem: „Als Olympus Live View eingeführt hat, haben viele ‚Experten‘ gesagt, dieses Ausstattungsmerkmal sei vollkommen überflüssig. Der Alltag zeigt, dass immer mehr Kamerahersteller Live View nutzen. Ich bin überzeugt, dass dieses Feature irgendwann einmal genauso selbstverständlich sein wird wie der Autofokus, den anfangs auch viele lediglich für eine Spielerei gehalten haben.“

Wie andere Profifotografen die Möglichkeiten der neuen Olympus E-3 beurteilen, konnten wenige Tage zuvor Fachjournalisten von Print- und Onlinemedien auf einem Workshop erleben, zu dem Olympus in die türkische Metropole Istanbul eingeladen

hatte. An drei verschiedenen Standorten in der Stadt gaben die Fotografen Morten Hvaal, Klaus Bossemeyer und Paul Schirnhofner zunächst einen Einblick in ihre Arbeit mit dem Olympus E-System und die von ihnen besonders positiv empfundenen Ausstattungsmerkmale. Anschließend stellten sie der Journalistengruppe eine fotografische Aufgabe, die mit der E-3 umgesetzt werden sollte. Im Gegensatz zu so manch anderer Kameravorstellung der vergangenen Jahre, bei der der Kommentar des jeweiligen Fotografen nicht immer überzeugend klang, boten die drei

von Olympus engagierten Profis den Journalisten äußerst interessante Erkenntnisse. Dabei konzentrierte sich jeder Fotograf auf ein anderes Feature, das ihn bei seiner Arbeit unterstützt.

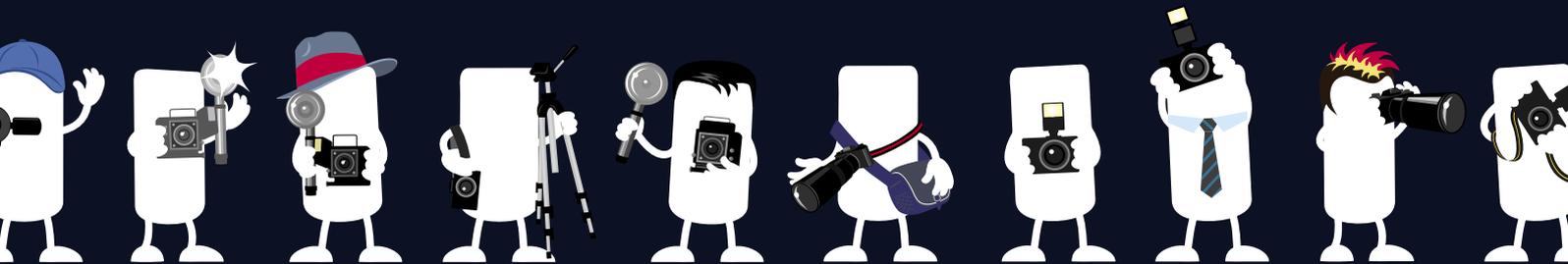
Hvaal, der seine Honorare gewöhnlich durch Fotos aus Krisen- und Kriegsgebieten verdient, stellte den rauscharmen Sensor und die Bildstabilisation heraus. Er betonte, dass er oftmals mit kurzen Brennweiten und komplett geöffneter Blende in extremen Lichtsituationen arbeiten müsse. „Unter Beschuss habe ich keine Zeit, mich lange mit den Kameraeinstellungen zu beschäftigen“, so Hvaal. „Mit der E-3 kann ich sicher sein, dass das Bild gelingt, auch wenn ich nur Bruchteile von Sekunden für den Druck auf den Auslöser habe.“ Bossemeyer hob insbesondere die Möglichkeit heraus, mit der E-3 bis zu drei externe Blitzgeräte direkt über die Kamera steuern zu können. Und bei Schirnhofner ging es einerseits um die überzeugende Darstellung der Schnelligkeit des AF-Systems, andererseits ebenfalls um die Bildstabilisation, die stimmungsvolle Modell-Aufnahmen an der Lichtgrenze zwischen Tag und Nacht ermöglichte.



Drahtlose Fernsteuerung eines externen Blitzgerätes mit der Olympus E-3.

# The Phone House und RINGFOTO suchen innovative Foto- und Telekommunikations- Fachhandelspartner!

Weitere Infos unter: [www.phonehouse.de/neupartner](http://www.phonehouse.de/neupartner) | [neupartner@phonehouse.de](mailto:neupartner@phonehouse.de) | Tel.: 0 25 06/9 22 44 44



Fotografie, Multimedia und Telekommunikation wachsen zusammen. Das ist Ihre Chance als Foto-Fachhändler, Ihren wirtschaftlichen Erfolg auf eine breitere Basis zu stellen.

Mit der Kooperation zwischen RINGFOTO und The Phone House als fachhandelsorientem Telekommunikationsunternehmen hat sich eine starke Partnerschaft gebildet, die sich ganz auf die Bedürfnisse des erfolgsorientierten Foto-Fachhandels eingestellt hat.

Sie profitieren von den vielen Vorteilen dieser Kooperation:

- Die gesamte Bandbreite an Telekommunikations- und Entertainmentprodukten: Mobilfunk, DSL & Festnetz, Navigation, Handyzubehör mit Schwerpunkt Foto und Musik.
- Hohe Produktverfügbarkeit, große Auswahl.
- Attraktive Provisionskonditionen und Airtimebeteiligung.

## Zusammenwachsende Märkte gemeinsam gestalten!

**„Wir haben mit The Phone House einen starken Partner für den Bereich Telekommunikation gefunden, mit dem wir diesen Bereich weiter ausbauen wollen.“**

**Michael Gleich**  
Geschäftsführer RINGFOTO



**The Phone House**  
Kommunikation auf meine Art.

# Eye-Fi soll Digitalkameras Wi-Fi-tauglich machen

# Die WLAN SD-Karte

In den USA ist jetzt die erste SD-Speicherkarte mit integrierter WLAN-Funktion in den Handel gekommen. Damit können mit jeder SD-kompatiblen Digitalkamera die Fotos sofort kabellos zum PC übertragen oder in Internet-Alben abgespeichert werden.

Das erstaunliche Produkt mit dem Namen Eye-Fi wurde im gleichnamigen Unternehmen entwickelt, das 2005 in Mountain View, Kalifornien, von einigen Digital-Spezialisten gegründet wurde. Das notwendige Kapital kommt von Fonds wie Opus Capital und Shasta Ventures.

Die Eye-Fi SD-Karte mit einer Kapazität von 2 GB, die in den USA von führenden Handelsunternehmen zu einem Preis von 99,99 US Dollar verkauft wird, überträgt die gespeicherten Bilder kabellos in WLAN-Netzwerken nach dem Wi-Fi-Standard zum PC oder Mac oder ganz ohne Computer direkt ins Internet, wenn ein solcher Zugang erreichbar ist.

Die patentierte Technologie soll nach Aussage von Eye-Fi Chef Jef Holove, einem früheren Manager von Logitech, den Umgang mit digitalen Bildern revolutionieren. „Mit der Eye-Fi Card beseitigen wir die Barrieren, die viele Konsumenten daran hindern, ihre Bilder anderen

Menschen zu zeigen oder sie auszudrucken“, heißt es in einer Pressemitteilung.

Zur Zeit ist das einzigartige Produkt nur für die Anwendungen in offenen bzw. privaten Netzwerken geeignet – zum Beispiel in Haushalten, die über einen kabellosen Internet-Zugang verfügen. Beim Einschalten der Kamera werden die Bilder automatisch zum PC oder Mac und/oder in Internet-Alben übertragen. Dabei können die Konsumenten in den USA zwischen führenden Online-Anbietern wählen, zum Beispiel Kodak Gallery, Shutterfly, Snapfish, Picasa, Flickr und dot-Photo.

Die bevorzugten Ziele werden dabei in einer einfachen Setup-Prozedur mit der Eye-Fi Manager-Software festgelegt. Beim Hochladen ins Internet werden die Dateien zunächst auf die Eye-Fi Service-Seite übertragen, von der aus sie dann in das entsprechende Album beim ausgewählten Online-Anbieter gesendet werden. Dies funktioniert wohlge-



WLAN-Funktion im Standard SD-Format: Der Eye-Fi Karte sieht man ihre Fähigkeiten von außen nicht an.

merkt auch dann, wenn der häusliche PC ausgeschaltet ist. Hat der Anwender zuvor festgelegt, dass die Bilder sowohl auf den PC als auch ins Internet-Album übertragen werden sollen, sendet der Eye-Fi Service eine Kopie der Bilddaten automatisch in den gewünschten Ordner auf der Festplatte, sobald der PC oder Mac eingeschaltet wird.

Dies alles funktioniert nach Aussage des Herstellers nicht nur ohne weiteres Eingreifen des Anwenders, sondern sozusagen mit jeder Digitalkamera, die ihre Bilder auf SD-Karten abspeichert. Von den großen Herstellern fallen daher nur Olympus (xD-Picture Card) und Sony (MemoryStick) durch das Raster.

Zur Zeit funktioniert Eye-Fi nur in den USA und auch dort noch nicht mit den „Hotspots“ von Netzwerk-Betreibern, sondern nur in offenen bzw. privaten Netzwerken.

Ob und wann Eye-Fi in Europa verfügbar sein wird, ist noch nicht geklärt.

## Neuheiten

### Nokia N82 mit Fünf-Megapixel-Kamera

Nokia hat mit dem Nokia N82 einen Multimedia-Computer vorgestellt, der für Fotografie, Navigation und Internetverbindungen optimiert wurde. Neben der integrierten Navigationsfunktion mit Unterstützung für A-GPS, einer Fünf-Megapixel-Kamera mit Xenon-Blitz und Optik von Carl Zeiss sowie den leistungsfähigen Verbindungsmöglichkeiten mit dem



Internet bietet das Gerät alle bekannten Funktionen eines Nokia Multimedia-



Computers. Das integrierte Navigationssystem unterstützt A-GPS und sorgt für schnelle Standortbestimmung. Zu den Fotofunktionen gehören die schnelle Kameraaktivierung, eine spezielle Objektbeleuchtung zur Unterstützung des Autofokus, Serienbilder sowie Videoaufnahmen in hoher Qualität. In Verbindung mit der im Lieferumfang enthaltenen 2 GB großen microSD-Speicherkarte bietet das Gerät Platz für bis zu 900 Fotos in hochauflösender Qualität oder bis zu 84 Minuten hochwertiger Videoaufnahmen. Highspeed-Verbindungen sind auch über WLAN möglich. Beim Betrachten eines Fotos oder Videos reicht ein Tastendruck zum Starten des Upload-Vorgangs, während das Nokia N82 weiter für andere Aufgaben genutzt werden kann. Auf dem Display oder auf einem kompatiblen Fernseher kann der Nutzer seinen Freunden eine Multimedia-Fotoshow zeigen, die er vorher mit Hintergrundmusik und Spezialeffekten vervollständigt hat.

### Carl Zeiss Objektiv Distagon T\* 2/28 ZF

Carl Zeiss hat ein lichtstarkes Weitwinkelobjektiv für höchste Ansprüche auf den Markt gebracht. Das Distagon T\* 2/28 ZF ist ab sofort verfügbar. Durch die hohe Anfangsöffnung von 1:2 und die Brennweite von 28 mm eignet sich das neue Objektiv vor allem für industrielle Anwendungen. Es bietet überragende Lichtstärke und, durch das aufwendige Floating Elements Design, eine ausgezeichnete Abbildungsleistung über den gesamten Fokussierbereich. Die ZF Objektivreihe von Carl Zeiss eignet sich für Kameras mit F-Bajonett (AIS-Generation) und



Vollformat-Sensoren. Sie entspricht damit dem Standard für hochauflösende Industriekameras. Den hohen Anforderungen an den Einsatz in der Industrie entspricht auch die solide, ganz in Metall ausgeführte Mechanik für präzises Fokussieren sowie die zuverlässige Blendeneinstellung.

# paperworld

Internationale Frankfurter Messe

23. – 27. 1. 2008

**Eine Welt voller Innovation.**

**Ein Programm voller Events.**

Die Welt der Bürokommunikation – der Ausstellungsbereich Paperworld Imaging. Entdecken Sie innovative Ideen, fortschrittliche Konzepte und die Produkte von morgen. Mit einem Programm voller Neuheiten, Symposien und Events. Alles, was Ihren Besuch zum Erlebnis macht: informativ, inspirierend, originell und innovativ.

[www.paperworld.messefrankfurt.com](http://www.paperworld.messefrankfurt.com)

[paperworld@messefrankfurt.com](mailto:paperworld@messefrankfurt.com)

Telefon +49 69 75 75-199 20

imaging

# Neue Möglichkeiten

## Das Sony $\alpha$ -System verbindet Foto und HDTV

Spiegelreflexkameras und die Kreativität ihrer Nutzer leben von der Größe des Systems, in das die Geräte eingebettet sind. Und obwohl Sonys digitale SLR-Modelle der  $\alpha$ -Serie als Marke noch relativ jung im Markt sind, profitieren sie gleichermaßen von neuem Zubehör wie vom bereits existierenden Konica Minolta System, das über viele Jahrzehnte gewachsen ist. Gleichzeitig entstehen dank digitaler Technologie vollkommen neue Zubehörprodukte, und es werden neue Möglichkeiten für die Anwender erschlossen.

Sowohl klassisches Zubehör, etwa Objektive, Blitzgeräte oder Taschen, als auch neue Produkte, zum Beispiel Sonys GPS-Modul zur Speicherung der Positionsdaten, liefern neue Verkaufsargumente für die Konsumenten und für die Präsentation am PoS. Je tiefer und breiter sich das System zeigt, desto einfacher fällt es dem Händler, seinem Kunden ein maßgeschneidertes Angebot für dessen spezielle Fotobedürfnisse zu machen. Auch diejenigen, die sich nicht auf eine bestimmte Sparte der Fotografie konzentrieren wollen, profitieren von den Weiter- und Neuentwicklungen, die die Industrie in ihre Produkte integriert. Eine der herausragenden Neuentwicklungen bei Sony ist die PhotoTV HD-Technologie, die für eine



Mit Hilfe von Sonys neuer PhotoTV HD Technologie lassen sich Digitalfotos auf den Bravia TV-Geräten der neuesten Generation in extrem hoher Qualität darstellen.

bessere Bildqualität bei der Wiedergabe sorgt. Früher wurde der Diaprojektor eingesetzt, um gemeinsam mit Freunden oder der Familie Fotos



Oliver Kaltner

anzuschauen. Mit der PhotoTV HD-Technologie von Sony gibt es nun eine sinnvolle und qualitativ hochwertige Alternative. Sie stellt Farben noch natürlicher auf der aktuellen Genera-

tion der Bravia Full HD LCD-Fernseher dar und ist damit eine deutliche Verbesserung im Vergleich zur Anzeige von Fotos auf herkömmlichen Fernsehern, die für bewegte Videos optimiert sind. Integriert wurde diese Technologie beispielsweise in die jüngst vorgestellte Sony  $\alpha$ 700. Um die Technologie nutzen zu können, reicht es, die Kamera per HDMI-Kabel mit dem Bravia LCD-TV zu verbinden. Die im Lieferumfang der Kamera enthaltene IR-Fernbedienung dient anschließend zur Steuerung der HD-Diaschau. Auch die aktuellen Cyber-shot-Serien T und H sowie einige Modelle der W-Serie bieten einen High Definition Output. Mit einem optional erhältlichen Komponentenkabel oder einer Cyber-shot Docking Station lassen sich Aufnahmen in Full

HD per Plug&Play direkt auf einen Full HD Fernseher ausgeben.

### Breites HD-Sortiment

Insgesamt zeigt sich Sony in Sachen HD, einem der derzeit wichtigsten Trends in der Fotobranche, bestens aufgestellt. „Mit unserem breit aufgestellten Produktportfolio kann die Welt der digitalen Fotografie jetzt auch hochauflösend und großformatig im Wohnzimmer genossen werden. Bildschärfe und Farbbrillanz sind von herausragender Qualität“, betont Oliver Kaltner, Divisional Director Marketing Consumer Electronics & IT der Sony Deutschland GmbH.

Ob Recording, Broadcasting oder professionelle Präsentationen, die Sony HD World bietet alle Möglichkeiten für anspruchsvolles Home Entertainment der neuesten Generation. „Innerhalb der Sony High Definition World bieten wir ein umfangreiches Hardware Sortiment. Dazu gehören neben Cyber-shot Digitalkameras und Full HD Bravia LCD-Fernsehern auch HD Handycam Camcorder, Blu-ray Player sowie Vaio



*Gut ausgestattet mit langbrennweitigem Wechselobjektiv, Sony  $\alpha$ -Tasche und GPS-Einheit zeigt sich dieser Fotograf.*

Notebooks und Multimedia Entertainment Center mit integrierten Blu-ray-Laufwerken“, sagt Kaltner. „Die Nachfrage seitens der Konsumenten nach unseren Home Entertainment-Systemen, deren einzelne Komponenten

optimale Bild- und Klang-Ergebnisse liefern und leicht zu kombinieren sind, steigt signifikant und kontinuierlich.“

Diesem Bedürfnis werde Sony als Digital Entertainment Brand No. 1 mit seiner einzigartigen HD World gerecht. „Wir bieten den Konsumenten ganzheitliche Lösungen mit Hardware und attraktiven Inhalten und überzeugen mit innovativer Technologie und außergewöhnlichem Design für unvergleichliche Entertainment-Erlebnisse in High Definition“, kommentiert Kaltner.

### Klassisches Zubehör

Aber es muss ja nicht immer gleich ein neuer Fernseher sein, der dem Kunden als Zubehör für seine neue Sony Digitalkamera angeboten wird – obwohl der Händler zur Demonstration der Bildqualität und zur Verkaufsförderung natürlich ein solches Gerät in seinem Geschäft aufgebaut haben sollte. In einem kompletten

### Digitale Drucklösungen für zu Hause

Für diejenigen, die ihre Fotos zu Hause selbst drucken wollen, bietet Sony digitale Farb-Sublimations-Fotodrucker an. Mit den beiden Modellen Sony DDP-FP70 und DDP-FP90 können Hobbyfotografen ihre Digitalbilder im Format 10 x 15 cm in 45 Sekunden (FP60: 63 Sekunden) mit einer Auflösung von 300 x 300 dpi und einer Farbtiefe von 24 Bit (16,7 Millionen darstellbare Farben) drucken. Der integrierte Bionz-Chip korrigiert Weißabgleich, Helligkeit, Farbton, Kontrast, Farb-abstufungen und Schärfe und sorgt somit für sehr hochwertige Bilder. Die Drucker bieten ebenso wie die neuen Cyber-shot-Modelle die Technologie zur Gesichtserkennung. Menschliche Gesichter werden automatisch erkannt, und zusätzlich zu Schärfe, Farbe, Belichtung und Kontrast wird auch der Rote-Augen-Effekt korrigiert. Dank des geringen Gewichtes von 1,2 Kilo und den kompakten Abmessungen von 180 x 137 mm lassen sich die Fotodrucker leicht transportieren. Alle Vorgänge kontrolliert der Nutzer auf dem LC-Display, das beim FP90 komfortable 3,6 Zoll und beim FP70 2,5 Zoll misst.



# Handel

D-SLR-System finden sich auch reichlich klassische Zubehörartikel, die zu Mehrumsatz und Zusatzertrag führen können. Dabei meint das Wort „klassisch“ inzwischen auch Digitalprodukte wie das GPS-Modul Sony GPS-CS1KA (siehe Kasten unten) oder Fotodrucker, für die es dann wiederum Zubehör wie den Bluetooth-Adapter gibt.

## Objektivprogramm

Zu den wichtigsten Zubehörprodukten eines Spiegelreflexsystems zählen aber traditionell Wechselobjektive. Hier kann Sony zum einen durch die Kompatibilität zum Konica Minolta-System auf eine breite, bereits existierende Produktpalette verweisen, die aber zum anderen immer wieder durch neue Modelle ergänzt wird – darunter auch extrem hochwertige Optiken, die in Zusammenarbeit mit Carl Zeiss entwickelt werden. So wur-

den parallel zur Vorstellung der  $\alpha 700$  im September drei neue Objektive ins Programm aufgenommen: ein Standardzoom mit niedriger Einstiegsbrennweite, ein Zoom mit höchstem Vergrößerungsfaktor und ein leichtes kompaktes Telezoom.

Als Standardzoom zur  $\alpha 700$  wurde das DT 3,5–5,6/16–105 mm (entsprechend 24–157,5 mm bei Kleinbild) ins Programm genommen. Mit einer maximalen Länge von 83 mm ist das speziell für den Einsatz mit APS-C-Sensoren gebaute Objektiv sehr kompakt und ideal, um es immer dabei zu haben. Mit einem Brennweitenpektrum von 27–375 mm (entsprechend Kleinbild) bietet das DT 3,5–6,3/18–250 mm eine fast 14fache Vergrößerung, mit der sich auch weit entfernte Motive bildfüllend in Szene setzen lassen. Besonders leicht (295 g) und kompakt (maximale Länge: 85 mm) präsentiert sich das günstige



Digitale Fotodrucker bringen die Aufnahmen in wenigen Augenblicken auf Papier.

DT 4–5,6/55–200 mm (82,5–300 mm entsprechend Kleinbild), das mit seinem Brennweitenpektrum die Arbeit im mittleren Telebereich unterstützt. Weitere Zubehörprodukte für das  $\alpha$ -System, die Cyber-shot Digitalkameras und Handycam Camcorder ergänzen das Sony Produktportfolio.

Digitale Spiegelreflexkamera -  $\alpha$  Zubehör

Alle Preise anzeigen

<p><b>Akkus &amp; Ladegeräte</b> Ihre Kamera soll Sie ein Leben lang begleiten – mit der großen Auswahl an Akkus und Ladegeräten sind Sie stets gerüstet und immer einsatzbereit.</p> <p>Produkte anzeigen Produkte vergleichen</p>	<p><b>Taschen &amp; Tragegurte</b> Schützen Sie Ihre Kamera mit Zubehör von Sony und bewahren Sie Ihre Kamera vor den Belastungen des Alltags.</p> <p>Produkte anzeigen Produkte vergleichen</p>	<p><b>Sucheraubehör</b> Behalten Sie die Szene im Blick. Das Sucheraubehör von Sony sorgt dafür, dass Sie Ihr Motiv nicht aus den Augen verlieren.</p> <p>Produkte anzeigen Produkte vergleichen</p>
<p><b>Blitzgeräte &amp; Leuchten</b> Verpassen Sie nichts. Die große Auswahl an Blitzgeräten und Leuchten ermöglicht das Filmen unter nahezu allen Lichtbedingungen.</p> <p>Produkte anzeigen Produkte vergleichen</p>	<p><b>Fernauslöser</b> Für die speziellen Momente. Mit einem Fernauslöser können Sie Ihre Kamera auch bei langen Belichtungszeiten komfortabel auslösen.</p> <p>Produkte anzeigen Produkte vergleichen</p>	<p><b>Zubehör-Eits</b> Die sorgfältig ausgewählten Sony Zubehör Sets lassen Sie Ihre Kreativität ausleben.</p> <p>Produkte anzeigen Produkte vergleichen</p>
<p><b>Vertikalgrip</b> Weniger gerät für die Porträtfotografie geeignet.</p> <p>Produkte anzeigen</p>	<p><b>Weitere Zubehör</b> Entdecken Sie weiteres Zubehör, mit dem Sie Ihre Kamera an Ihre individuellen Bedürfnisse anpassen können.</p> <p>Produkte anzeigen Produkte vergleichen</p>	

Auf der Sony Homepage kann man sich umfassend über die Zubehörprodukte für  $\alpha$ -Spiegelreflexkameras informieren.

## GPS-Einheit speichert die Standortdaten

Das GPS-Modul GPS-CS1KA ist mit allen Exif 2.1-kompatiblen Kameras kombinierbar und speichert die GPS-Positionierungsdaten jeder Aufnahme. Mit Hilfe dieses ultrakompakten Zubehörprodukts können Fotografen mit ihren Bildern auch den Ort der Aufnahme speichern und diesen anschließend bei-

spielsweise auf Google-Karten und Stadtplänen anschauen. Das GPS-Modul funktioniert dabei vollkommen unabhängig von der Kamera. Fotobibliotheken bekommen mit den Daten des GPS-Moduls eine neue, faszinierende



Dimension, da Bilder nun auch anhand von Kriterien wie Zeitpunkt und Ort der Aufnahme abgerufen, betrachtet und verwaltet werden können. Hierzu ist ein Computer – Notebook oder Desktop – erforderlich. Zum Lieferumfang des neuen GPS-CS1KA gehört die Picture Motion Browser-Software. Sie kann mit allen Digitalkameras kombiniert werden, die Fotos in einem Exif 2.1-kompatiblen Format speichern. Hierzu zählen zum Beispiel alle neuen Cyber-shot- und Handycam-Modelle sowie Sonys  $\alpha$ -Kameras.

# Sony präsentiert neue Cyber-shot DSC-T2

## Die Multifunktionale

Mit der Cyber-shot DSC-T2 bringt Sony eine 8,1-Megapixel-Kamera auf den Markt, die neben zahlreichen innovativen Features – wie beispielsweise der „Smile Shutter-Funktion“ – in abwechslungsreichen Gehäuse-Varianten erhältlich ist.

Die interne Speicherfunktion der DSC-T2 hat eine Speicherkapazität von 4 Gigabyte. Damit wird Platz für bis zu 1.250 hochaufgelöste Bilder geboten. Im VGA-Modus ist die Kamera sogar in der Lage, bis zu 24.000 Fotos zu speichern. Reicht dies nicht aus, ist über den zusätzlichen

Memory Stick Duo Slot eine Erweiterung der Kapazität möglich. Trotz umfangreicher Fotosammlung ist das Suchen nach bestimmten Schnappschüssen kein Problem: Alle Aufnahmen werden automatisch indexiert und in Alben gespeichert. Die Kamera arbeitet mit einem Carl Zeiss Objektiv mit 3fach optischem Zoomfaktor, hat eine Auflösung von 8,1 Megapixeln und ist mit einem High-Speed BIONZ Bildprozessor ausgestattet.

### „Bitte lächeln“

Die DSC-T2 ist wie die Modelle DSC-T70 und DSC-T200 mit der „Smile Shutter“-Funktion ausgestattet. Die Kamera löst automatisch bei jedem Lächeln aus, wenn die entsprechende Programmautomatik gewählt und durch einmaliges Drücken des Auslösers aktiviert wird. Es lassen sich bis zu sechs Bilder nacheinander aufnehmen, ohne dass der Auslöser betätigt werden muss. Bilder mit fröhlichen Gesichtern sind somit programmiert.

### Sammelalbum

Ganz neue Betrachtungsweisen bietet die Funktion „Sammelalbum“: Verschiedene Aufnahmen können auf dem Touchscreen des Displays miteinander kombiniert werden. Die individuellen Bild-Kreationen lassen sich zusätzlich mit verschiedenen thematischen Hintergründen verschönern. Auch das „Teilen“ von Bildern ist mit der DSC-T2 ganz unkompliziert: Auf der Kamera ist der Sony Picture Motion Browser bereits vorinstalliert. Bequem lassen sich Bilder in Blogs integrieren oder auf Online-



Plattformen wie Flickr ([www.flickr.com](http://www.flickr.com)) einstellen. Gespeicherte Fotos können markiert und dank Sharemark-Technologie automatisch in der Größe angepasst werden.

### Bilder in High Definition

Mit einem optional erhältlichen HD-Komponentenkabel lässt sich die Kamera im Handumdrehen an einen Flachbildfernseher oder ein HD ready Display anschließen. Eine atemberaubende, großformatige Diashow in High Definition ist garantiert. Um den emotionalen Effekt der Diashow noch weiter zu steigern, lassen sich die Bilder über die Kamera mit passender Hintergrundmusik belegen. Im Lieferumfang der 156 Gramm leichten DSC-T2 (inkl. Akku) befinden sich ein Akku-Ladeadapter, ein Lithium Akku NP-BD1, ein Multistecker auf USB, eine Handschlaufe, ein Eingabestift, eine CD-ROM (USB-Treiber und Picture Motion Browser Software) und zwei USB-Kabel (kurz & lang). Die UVP lautet 349 Euro. miz

### Cyber-shot DSC-T2

#### Pluspunkte

- + „Smile Shutter“- Funktion
- + Integrierter 4-GB-Speicher (Speicherplatz für bis zu 24.000 Fotos)
- + Aufnahmen werden automatisch indexiert und in Alben gespeichert

#### Ausstattung

- Carl Zeiss Objektiv mit 3fach optischem Zoomfaktor
- 8,1 Megapixel und High-Speed BIONZ Prozessor
- 2,7 Zoll Touchscreen



UVP: 349 Euro  
Lieferbar ab sofort



In einem modernen Produktionsbetrieb in der Nähe von Den Haag produziert Albumprinter mit zehn HP Indigo Digitaldruck-Maschinen Fotobücher für Kunden aus zahlreichen europäischen Ländern.

## Albumprinter setzt auf HP Indigo Digitaldruck-Maschinen

# Der Fotobuch-Spezialist

Nach erfolgreichem Start als Anbieter von Fotobuch-Software bietet das niederländische Unternehmen Albumprinter seinen Kunden seit dem vergangenen Jahr einen Komplett-Service an: In einem modernen Produktionsbetrieb in der Nähe der niederländischen Hauptstadt Den Haag produzieren inzwischen zehn HP Indigo Digitaldruck-Maschinen Fotobücher für Kunden aus zahlreichen europäischen Ländern.



Das HP Indigo 5500 Digitaldruck-System hat eine Kapazität von mehr als 1,5 Millionen Farbseiten pro Monat.

Hinter dem Namen Albumprinter steht eine interessante Erfolgsgeschichte: Die ersten Ideen, eine Software zur Herstellung von Fotobüchern im Digitaldruck zu entwickeln, stammen aus dem Jahr 2001.

2003 wurde das Unternehmen als Software-Firma gegründet und entwickelte die erste integrierte Lösung, die es den Konsumenten erlaubte, Fotobücher und andere Fotoprodukte mit ihren eigenen Bildern zu gestalten – zunächst in den Niederlanden über [www.albumprinter.nl](http://www.albumprinter.nl). Bereits 2004 setzte der erste Partner die Software unter eigener Marke ein.

Die Herstellung der Bücher erfolgte damals bei Dienstleistern aus der Druckbranche. In den folgenden Jahren setzten immer mehr europäische Einzelhandelsunternehmen und Online-Dienstleister auf die Software-Lösungen von Albumprinter. Deshalb übernahm das Unternehmen



*Albumprinter startete als Software-Lieferant und bietet seinen Kunden Komplett-Lösungen für das Geschäft mit Bildprodukten an. Die Software kann über das Internet oder auf CD vertrieben werden.*

Geschwindigkeit von 100 bis 200 Prozent pro Jahr und beschäftigt etwa 160 Mitarbeiter. Rechtzeitig vor dem

## Wie Phoenix aus der Asche

Ganz reibungslos verlief die Erfolgsgeschichte von Albumprinter in den letzten Jahren allerdings nicht. Am 7. Mai dieses Jahres bekam Geschäftsführer Joris Keijzer um 7.00 Uhr morgens einen Anruf, den er wohl sein Leben lang nicht vergessen wird: „Der Betrieb brennt“. Die Katastrophe hätte größer nicht sein können: Von einer Sekunde zur anderen stand Albumprinter ohne Produktion da, denn der gesamte Betrieb war vollständig zerstört. „In einer solchen Situation erkennt man schnell, ob man mit den richtigen Partnern zusammenarbeitet“, erzählt Keijzer. „Wir werden bestimmt nicht vergessen, wie schnell und unbürokratisch uns HP Indigo geholfen hat.“ Tatsächlich brachte es der Weltmarktführer im Digitaldruck fertig, bereits am nächsten Tag drei neue Maschinen anzuliefern und sie innerhalb des folgenden Tages zu installieren.



*Albumprinter produziert ein breites Sortiment von Fotobüchern und anderen Fotoprodukten, die im Digitaldruck hergestellt werden können.*

im Jahr 2006 den Print-Dienstleister Quantas, der bislang die Fotobücher für Albumprinter hergestellt hatte, und startete die eigene Produktion, zunächst mit vier HP Indigo 5000 Maschinen.

Inzwischen wurde die Zahl der Druckmaschinen auf zehn erweitert, denn das Unternehmen wächst mit einer

Weihnachtsgeschäft 2007 wurden zuletzt zwei brandneue HP Indigo 5500 Digitaldruck-Maschinen installiert. Finanziert wird das rasante Wachstum durch den Risikokapital-Fond Van den Ende & Deitmers, der im Frühjahr dieses Jahres einen 30prozentigen Anteil an Albumprinter erworben hat.

## Bildergeschäft

Bereits am 10. Mai konnte die Produktion wieder aufgenommen werden. Auch wenn es noch einige Zeit dauern sollte, bis Albumprinter den Produktionsrhythmus wieder gefunden hatte, so war die schnelle Reaktion von HP Indigo doch eine wichtige Voraussetzung dafür, dass das Unternehmen in dieser schwierigen Situation sozusagen mit einem blauen Auge davongekommen ist. Inzwischen ist der Produktionsbetrieb in einem modernen Gebäude bei Den Haag untergebracht, das noch Raum für weitere Expansion bietet. Vertrieb und Marketing befinden sich in Amsterdam.

### Umfassende Systemlösungen

Albumprinter bietet heute als Lieferant für Einzelhändler und Internet-Dienstleister umfassende Systemlösungen für das Geschäft mit Fotobüchern und andere Foto-Printprodukten wie Kalender, Grußkarten etc. an. Die Offline Editor Software kann sowohl aus dem Internet heruntergeladen oder auf CD unter der Marke des Kunden verteilt werden.

Die intuitive Bedienung macht es leicht, Fotobücher, Fotogeschenke und anderen Bildprodukte zu gestalten und entweder über das Internet hochzuladen oder auf eine CD zu brennen und beim Händler abzugeben. Diese Software ist zur Zeit in 15 verschiedenen Sprachen erhältlich.

Als Option stehen verschiedene Lösungen für die Zahlung per Kreditkarte, die Auspreisung für das stationäre Geschäft und das komplette Auftragsmanagement zur Verfügung. Zusätzlich bietet Albumprinter seinen Kunden auch Marketing-Dienstleistungen, Datenbank-Verwaltung sowie die Versendung von Newslettern oder



Erfolgreiche Partner im Digitaldruck-Geschäft: Albumprinter Geschäftsführer Joris Keijzer und Jakob Bovin, der bei HP für die Entwicklung des Fotogeschäftes mit HP Indigo Digitaldruck-Maschinen in Europa verantwortlich ist.

Rechnungen an und gestaltet auch komplette Internet-Auftritte. Ein Online Album Editor für den Betrieb von Internet-Fotoalben mit zahlreichen interessanten Anwendungsmöglichkeiten gehört ebenfalls zum Angebot.

### Breites Produktprogramm

Albumprinter produziert für seine Kunden ein breites Programm von Fotoprodukten, die mit HP Indigo Digitaldruck-Systemen hergestellt werden können. Dazu gehören Fotobücher vom handlichen Taschenformat bis zum repräsentativen Bildband in der Größe 30 x 30 cm, der auf 40 bis 60 Seiten 40 bis 500 Fotos fasst. Die Anwender haben die Wahl zwischen 60 Seiten-Layouts mit 1 bis 12 Bildern pro Seite, können Texte hinzufügen und unter zahlreichen Hintergründen wählen. Dazu gibt es Kalender in verschiedenen Formaten bis zu einer Seitengröße von 30 x 20 cm, spezielle Jubiläumskalender, A3 Fotoposter, das FotoFlip Taschenalbum und individualisierte Postkarten.

Bei den Fotobüchern steht eine große Auswahl von individuellen Hard- und Softcovern zur Verfügung. Eine besondere Spezialität ist das Hardcover-Buch, das mit einem Umschlag mit eigenen Bildern des Kunden ausgestattet ist.

Die Einbände der Albumprinter Fotobücher können individuell mit Bildern der Kunden ausgestattet werden. Für die Endverarbeitung ist der Betrieb mit Schneide-, Klebe- und Buchbinde-maschinen führender Hersteller ausgestattet; wie alle Fotobuch-Produzenten arbeitet auch Albumprinter intensiv daran, die zur Zeit noch notwendige Handarbeit durch automatische Systeme weitgehend zu ersetzen. Der Druck von speziellen Formaten erfolgt mit HP Z6100 Großformat-Druckern.

„Unsere Komplett-Lösungen machen es den Kunden leicht, von den rasanten Wachstumsraten im Fotobuch-Geschäft zu profitieren“, betont Joris Keijzer. „Denn wir wickeln für unsere Kunden das gesamte Geschäft ab.“

## Neues Allround-Objektiv im Nikon Programm

Mit dem neuen Nikkor-Objektiv AF-S DX Nikkor 3,5–5,6/18–55 G VR hat Nikon einen Allrounder ins Programm genommen, der für die Nutzer digitaler SLRs der Consumerklasse entwickelt worden ist. Das Zoomobjektiv ist kompakt, leicht und preisgünstig. Der Brennweitenbereich entspricht 27–82,5 mm bei Kleinbild. Nikons Bildstabilisierungssystem (VR) verringert Verwack-



lungunschärfe besonders wirksam. Durch den optischen Ausgleich von Zit-

terbewegungen werden Aufnahmen mit bis zu drei Blendenstufen längeren Belichtungszeiten möglich als beim Fotografieren ohne VR (nach Nikon-Tests). Die Optik des Objektivs wurde von Grund auf neu konstruiert und für Nikon-Digitalkameras mit DX-Format optimiert. Dabei kamen eine asphärische Linse für eine Minimierung der Verzeichnung und die Nikon-SIC-Vergrüung (Super Integrated Coating) für das Verhindern von Streulicht und Geisterbildern zum Einsatz. Das Objektiv ist außerdem mit einem kompakten Silent-Wave-Motor (SWM) ausgestattet, der schnelles, geräuscharmes Fokussieren ermöglicht. Die Naheinstellgrenze liegt bei 28 cm im gesamten Zoombereich. Das Objektiv soll ab sofort erhältlich sein. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 229,00 Euro.

## Verwacklungsfreie Videos mit Manfrottos modosteady

Das neue modosteady von Manfrotto vereint ein Schulterstativ, ein Schwebestativ mit Ausgleichsfunktion und ein Tischstativ in einem Produkt. Mit seiner kompakten Form und mit einem Gewicht von 600 Gramm dient es als Stabilisie-

Überarbeitung und Optimierung von italienischen Designern entstand die einzigartige Form des modosteady. Beim Einsatz als Schulterstativ wird der mit hartem und weichem Material gummierte Stativfuß – er enthält fünf Gewichte bis



rungssystem für drehfertige Camcorder bis maximal 750 Gramm. Um das Stativ zu benutzen, muss es nur auseinandergefaltet werden, und sofort gelingen Videobilder ohne Ruckeln und Verwackeln. Die Bauweise des ungewöhnlichen Stativs orientiert sich an den Systemen professioneller Steadicams. Durch die

180 g – umgeklappt und als ergonomische Stütze eingesetzt. Für die Kamera-Stabilisierung aus der Hand kommt der Handgriff aus hartem und weichem Gummi zum Einsatz. Das neueste Mitglied der Modo-Serie ist ab sofort zu bekommen. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 147,50 Euro.

## NORITSU

www.noritsu.de



Mirko Wild, Noritsu-Vertriebsrepräsentant Verkauf West

### Kompakt und vielseitig

Unsere neuen Minilab-Systeme ermöglichen eine grosse Produktvielfalt auf kleiner Produktionsfläche.

### Qualität

Die Zuverlässigkeit von Noritsu Geräten und Bildoptimierungstechnologie AccuSmart sind Garanten für Fotos in Top Qualität.

### Flexibel

Mit den variablen Bildformaten können Sie Ihren Kunden vom kleinen quadratischen Foto bis hin zum Jumbo Panorama ein breites Formatspektrum anbieten.

#### QSS-35 PLUS SERIES



+ Standard-Layout



+ Separates-Layout  
**QSS-37 SERIES**

Erfahrene Vertriebsrepräsentanten bieten massgeschneiderte Minilab-Lösungen für Ihr Bildergeschäft.

Interesse? Bitte wenden Sie sich direkt an:

Tel.: +49(0)2154.9157-0

info@noritsu.de

# Fotos individualisieren

## Interview mit Philip Cullimore, SPG Divisional Manager Europe, Consumer Printing Systems, Kodak

Im Rahmen seiner Strategie rund ums Digitalbild hat Kodak in den vergangenen Jahren auch eine Reihe unterschiedlicher (Kiosk-)Lösungen für das schnelle Bild am Point of Sale entwickelt. *imaging+foto-contact* hatte am Rande des Kodak Presseevents in Barcelona (siehe ifc 11/2007, S. 22) Gelegenheit, mit Philip Cullimore, SPG Divisional Manager Europe, Consumer Printing Systems, Eastman Kodak Company, über den Stand der Dinge und die Perspektiven des Unternehmens zu sprechen.

**imaging+foto-contact:** Herr Cullimore, über Jahrzehnte hinweg hat der Fotohandel mit dem Bildergeschäft gute Erträge erzielt. Das ist seit der Einführung der Digitalfotografie in den 90er Jahren schwieriger geworden, auch wenn sich die Lage an der Bilderttheke zuletzt wieder deutlich entspannter zeigt. Wie sieht das aktuelle Geschäft mit Bildern am PoS aus Ihrer Sicht aus?

**Philip Cullimore:** Meiner Meinung nach steht der Fotohandel, was das Bildergeschäft angeht, im Moment wieder recht gut da. Mit der zunehmenden Marktsättigung bei Digitalkameras und der wachsenden Zahl digitaler Spiegelreflexkameras kommen auch wieder mehr Kunden



Philip Cullimore, SPG Divisional Manager Europe, Consumer Printing Systems, Kodak.

in das Geschäft, um ihre Bilder printen zu lassen. Gleichzeitig haben die Anwender den Umgang mit der Digitaltechnologie inzwischen hinreichend gelernt und deren enorme Möglichkeiten erkannt. Daraus ist auch der Wunsch entstanden, mehr zu bekommen als „nur“ Bilder in Standardformaten. Für den Handel wird es jetzt immer wichtiger, diesen Trend aufzugreifen. Wir nennen das, in Anlehnung an den Begriff Web 2.0, Digital 2.0. Es geht dabei nicht mehr nur darum, Bilder aufzunehmen, zu betrachten und zu archivieren, sondern darum, sie auf verschiedenste Art und Weise zu individualisieren, ihnen eine ganz persönliche Note zu geben.

**imaging+foto-contact:** Wie steht Kodak in diesem Umfeld da?

**Philip Cullimore:** Wir haben in den vergangenen Jahren viele

unserer Aktivitäten darauf konzentriert, Lösungen für den Handel zu entwickeln, mit denen er seine spezifischen Bedürfnisse im Bildergeschäft umsetzen kann. Der Erfolg gibt uns Recht: Weltweit haben wir inzwischen mehr als 80.000 Fotokiosks beim Handel aufgestellt, und pro Jahr nutzen rund 42 Millionen Kunden in allen Ländern der Erde mindestens einmal einen solchen Kodak Kiosk. Wir beobachten dabei, dass die kleineren und flexibleren Kiosksysteme immer häufiger die klassischen Onsite-Bilderservices, also Minilabs, ersetzen. Dies begründet sich aus Sicht des Handels vor allem mit der kostengünstigeren Produktion, aus Sicht des Verbrauchers mit der Schnelligkeit der Systeme und der erhöhten Möglichkeit, selbst unmittelbar das Bildergebnis beeinflussen zu können. Vor allem das Thema Geschwindigkeit ist zu einem entscheidenden Ver-

kaufsargument geworden: Immer mehr Verbraucher wollen die Bilder sofort in der Hand halten und sind noch nicht einmal bereit, die 20 oder 30 Minuten Wartezeit in Kauf zu nehmen, die ein Bild aus dem Minilab normalerweise benötigt. Und auch mehrere Labortage, um zum Beispiel T-Shirts, Tassen oder Fotobücher zu produzieren, erscheinen vielen Menschen heutzutage unangemessen.

**imaging+foto-contact:** *Worin sehen Sie den Kostenvorteil von Fotokiosken gegenüber Minilabs?*

**Philip Cullimore:** Es liegt auf der Hand, dass Kiosksysteme schon bei der Anschaffung des Geräts allein wesentlich günstiger sind als ein komplettes Minilab. Aber auch die Produktion der Bilder ist am Minilab erheblich teurer. Kodak Berechnungen zeigen, dass bei der traditionellen Bildherstellung am Point of Sale rund die Hälfte der Kosten durch die Arbeit des Operators bzw. des Personals verursacht wird. Beim Einsatz unseres Picture Kiosks werden die



*Für viele Kunden ist die Schnelligkeit eines Fotokiosks ein gewichtiges Argument.*

Kosten für das Personal weitgehend eingespart. Dies auch, weil das von uns eingesetzte Thermosublimationsverfahren deutlich weniger Wartungsaufwand erfordert als ein Minilab. Man setzt die Papier- und Folienrollen ein, und schon steht das Gerät wieder für 750 Prints bereit. Darin liegt übrigens unser Ansicht nach auch der klare Vorteil gegenüber dem Tintenstrahlverfahren. Dieses hat für den Einsatz zu Hause ohne Zweifel seine Berechtigung, am Point of Sale ist es jedoch falsch positioniert.

**imaging+foto-contact:** *Aber ist das Leistungsspektrum eines Minilabs nicht wesentlich breiter als das eines Fotokiosks?*

**Philip Cullimore:** Hier hat sich in den vergangenen Jahren sehr viel getan, und selbst unser neues Kompaktmodell Kodak Picture Kiosk GC Compact braucht einen Vergleich mit einem durchschnittlichen Minilab nicht zu scheuen. Mit der entsprechenden Software ausgestattet, lassen sich mit dem Gerät nicht nur in wenigen Sekunden Bilder im Standardformat produzieren, sondern auch Kalender, Fotos mit Schmuckrahmen und biometrische Passbilder sowie Kodak Picture CDs brennen. Dabei arbeitet das Gerät schon ab durchschnittlich zirka 1,5 Kunden pro Tag mit Gewinn.

**imaging+foto-contact:** *Nun sind 10er-Standardbilder zwar immer noch das am häufigsten nachgefragte Produkt an der Bildertheke, aber wie Sie gerade selbst sagten, wächst der Wunsch nach individuellen Produkten. Dies kann der Kompaktkiosk aber nur in begrenztem Maße leisten.*

**Philip Cullimore:** Deshalb entwickeln wir derzeit bei Kodak viele neue Ideen, um Kiosks in komplette



*Kodak Picture Kiosk G4*

Printsysteme zu integrieren und damit den Bedürfnissen der Händler noch weiter entgegenzukommen. Wir wollen dabei sogar so weit gehen, dass der Händler einige der Arbeiten, die er in der Vergangenheit den Großlaboren überlassen hat, in sein Geschäft holen kann. Das Stichwort lautet hier: Vernetzung. Es geht dabei darum, eine Vielzahl von Geräten miteinander zu verbinden, auf denen die unterschiedlichsten Produkte hergestellt werden können, seien es Poster, Fotogeschenke, Kodak Picture Movie DVDs oder Fotobücher. Dazu gibt es verschiedene flexible Konzepte, die bis zur fast vollständig automatisierten Produktion in Selbstbedienung reichen. Wie unsere Vorstellungen in der Praxis aussehen, werden wir Ende Januar/Anfang Februar auf der PMA 2008 in Las Vegas zeigen

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

# Maximale Flexibilität

## Interview mit Friedrich Bernhard, Verkaufsmanager Westeuropa der Noritsu Deutschland GmbH

Mit einem üppigen Sortiment an Geräten, umfassenden Beratungsleistungen im Vorfeld der Anschaffung und Unterstützung beim „After Sales“ gehört Noritsu zu den zuverlässigen Partnern in Sachen Onsite-Printing. ifc sprach mit Noritsu Verkaufsmanager Friedrich Bernhard über den Markt und das Unternehmen.

### **imaging+foto-contact:**

*Herr Bernhard, wie entwickelt sich Ihrer Ansicht nach zur Zeit der deutsche Minilab-Markt?*

**Friedrich Bernhard:** Das Minilab genießt für die hochwertige, flexible, schnelle und wirtschaftliche Vor-Ort-Bildfertigung nach wie vor große Bedeutung. Für Noritsu entwickelt sich der Minilab-Markt sehr positiv, weil immer mehr Fotohändler und Fotografen den Wert der Eigenverarbeitung schätzen lernen. Durch verschiedene Leistungseinschränkungen der Großlabore sehen etliche Fotohändler ihr Bildergeschäft massiv gefährdet. Die betroffenen Händler befürchten oder erleben bereits, dass ihre Bildkunden zu anderen Anbietern abwandern. Vor diesem Hintergrund registrieren wir eine zunehmende Zahl neuer Kunden, die ihre Fotoarbeiten jetzt mit einem Minilab selbst ausarbeiten wollen.

**imaging+foto-contact:** *Wie sind Sie in diesem Umfeld mit der Marktposition von Noritsu zufrieden?*

**Friedrich Bernhard:** Noritus Stärke war schon immer die maximale Flexibilität. Wir bieten das umfangreichste Produktprogramm



*Friedrich Bernhard*

unserer bisherigen Firmengeschichte. Ob eine einfache Kiosklösung, ein „trockenes“ Inkjet-Lab, ein mittleres Minilabgerät oder eine sehr leistungsstarke Fachlabormaschine, die bis zu 2.500 qualitativ hochwertige Fotos pro Stunde produziert, wir können für jeden Ausarbeitungsbedarf das passende, praxismgerechte Equipment bereitstellen.

Wir profitieren von Noritus Innovationskraft. Unser Mutterhaus hat seit jeher in die Produktentwicklung, aber stets auch in die Fertigungsqualität

investiert. Wir bieten technisch aktuelle und ausgereifte Geräte. Ein Beispiel für echte Noritsu-Innovationen sind beispielsweise die Panoramaformate 20 x 60 cm beziehungsweise 30 x 91 cm, die zuvor kein anderes Minilabgerät – übrigens, so einfach wie ein 10 x 15-cm-Foto – ausarbeiten konnte. Das sind zukunftsweisende Formate, die nicht nur als Panoramabild interessant sind, sondern die zukünftig auch fürs Fotobuch mit Bildern auf echtem Fotopapier von Bedeutung sein werden. Ein anderes Beispiel betrifft unsere extrem flexible 35-Plus-Geräteserie oder die Möglichkeit, die Rechnerkapazität des Minilabgeräts so anzupassen, dass das Gerät auch die immer größer werdenden Bilddateien schnell und sicher ausarbeiten kann.

Das gilt in gleichem Maße für komplexe Workflows, für die wir kundenindividuelle Lösungen bereithalten. Alle diese Dinge sind nur möglich, weil wir die Wünsche der Betreiber kennen und die Entwicklungen am Bildermarkt rechtzeitig berücksichtigen. Wir haben eine sehr gute Marktposition. Das zeigt sich auch daran, dass Noritsu seit Jahrzehnten eine vertrauensvolle und beständige Partnerschaft mit Fotohandel und Fotografen pflegt.

**imaging+foto-contact:** *Wo liegen Ihrer Ansicht nach die besonderen Vorteile Ihrer derzeitigen Produktpalette?*

**Friedrich Bernhard:** Hervorzuheben sind die Geräte- und Systemvielfalt. Unsere Ausarbeitungssysteme lassen sich dem Vermarktungskonzept unserer Kunden anpas-

sen – nicht umgekehrt. Das ist für viele Betreiber ein wesentlicher Vorteil, gerade in einer Zeit, in der Erfolgskonzepte rar sind. Wir können den Kunden, wenn er es wünscht, bei der Vermarktung seiner Bildprodukte unterstützen, ohne ihm ein starres Konzept überzustülpen: durch Anregungen, konstruktive Vorschläge und natürlich auch werblich. Fotohändler und Fotografen sind seit jeher unsere

vice gebunden. Was Noritsu diesbezüglich leistet, ist seit über 25 Jahren bekannt. Wir wissen, dass vor der Investition stets eine gründliche Analyse der Bedingungen vor Ort nötig ist. Also eine individuelle Marktforschung, die auch deshalb sinnvoll ist, damit der Gerätebetreiber ein erfolgreiches Vermarktungskonzept für die selbstproduzierten Bildprodukte entwickeln kann. Erst wenn diese Fakten

Wahl des richtigen Ausarbeitungs-equipments. Kurzum: Vor dem Kauf eines Minilabgeräts sollte sich der Fotohändler gründlich über das aktuelle Angebot informieren. Er sollte auf Zukunftssicherheit achten und auf das, was der Anbieter rund ums Gerät an Service, an Vermarktungshilfen und bei der Wiederbeschaffung tatsächlich leistet. Dazu lässt sich der Preis dann in Relation setzen.



Kunden, mit denen wir uns voll identifizieren, denen wir weiterhin ein verlässlicher Partner sein möchten.

**imaging+foto-contact:** *Nach welchen Kriterien sollte sich ein Fotohändler das für ihn passende Modell aussuchen?*

**Friedrich Bernhard:** Gerade weil es sich um eine für das Unternehmen wichtige und finanziell hohe Investition handelt, sollte der Nutzen und nicht der Preis im Vordergrund der Betrachtungen stehen. Wenn gleich verschiedene Anbieter seit einiger Zeit versuchen, sich über den Preis zu profilieren. Das ist verlockend, birgt aber ein großes Risiko, denn der Betreiber eines Minilabgeräts ist nach der Anschaffung für vier bis fünf Jahre an seinen Anbieter und dessen Ser-

auf dem Tisch liegen, lässt sich zusammen mit dem Kunden eine Lösung entwickeln, die wirtschaftlich tragbar ist und ihn vor bösen Überraschungen bewahrt. Nach der Installation des Geräts geht es mit dem „After sales“-Service weiter. Er umfasst bei Noritsu weiterhin die persönliche Betreuung, den Ersatzteil- und Reparaturdienst, die Service-Hotline, Marketingunterstützung und etliches mehr. Es ist ein ganzes Bündel an Leistungen, das neue Kunden erst im Laufe der Zeit nach einem Kauf zu schätzen lernen, das langjährige Kunden hingegen längst kennen und das sie an Noritsu bindet. Alle diese Punkte sind Gegenstand der qualifizierten Beratung durch unsere erfahrenen Vertriebsrepräsentanten. Sie mündet letztlich – zusammen mit dem Kunden – in der

**imaging+foto-contact:** *Noritsu gehört bereits seit einigen Jahren mit der dDP-Serie zu den Pionieren des Inkjet+Minilabs. Wie hat sich dieses Marktsegment bei Ihnen entwickelt?*

**Friedrich Bernhard:** Seit der Vorstellung des Trocken-Labs haben wir eine beachtliche Anzahl dieser Geräte installiert. Die Betreiber schätzen die Tinten-Labs als vollwertige Ausarbeitungsgeräte, mit denen Aufnahmematerial gescannt und jedes Bild korrigiert werden kann, ganz so wie bei jedem anderen Minilabgerät. Deshalb sind unsere Ink-Jet-Geräte auch nicht mit einem Plotter zu vergleichen. Darüber hinaus überzeugen sie durch gute Stundenleistung und ein großes Ausarbeitungsspektrum, das vom 9 x 13-cm- bis zum

## Interview

30 x 90-cm-Panorama-Bild reicht. Somit decken unsere Ink-Jet-Systeme den kompletten Bilddienstleistungsbereich ab, was mit Kiosk-Systemen wegen des eingeschränkten Ausarbeitungsumfangs und der höheren Fertigungskosten nicht zu schaffen ist. Es ist für unsere Kunden von Vorteil, dass wir uns schon sehr früh mit der Ink-Jet-Variante der Ausarbeitungstechnik befasst und viel Erfahrung damit gesammelt haben. Diese Systeme werden in Zukunft deutlich stärker als bisher Alternativen zu fotochemischen Minilabgeräten sein.

**imaging+foto-contact:** Für welche Anwendungsbereiche sind Ink-Jet-Minilabs Ihrer Meinung nach besonders geeignet?

### Friedrich Bernhard:

Gegenüber herkömmlichen Minilabs sind Ink-Jet-Labs wegen des deutlich geringeren Anschaffungspreises vorzüglich für kleinere Betriebe geeignet, die dennoch die gesamte Bildproduktpalette selbst fertigen und ihren Kunden anbieten wollen. Diese Geräte eignen sich für Anwender, denen bei der Bildproduktion ein vereinfachtes Handling wichtig ist, die aber dennoch qualitativ gute Bilder fertigen möchten. Von Vorteil sind die Geräte immer dann, wenn der Anwender auf geringster Stellfläche produzieren muss und/oder wenn ein fotochemisches System nicht in Betracht kommt. Wegen des massiven Rückgangs von analogem Material sind herkömmliche Geräte hier und da nicht mehr so gleichmäßig ausgelastet wie einst, was zu chemischen Problemen führen kann. Deshalb kann ein Ink-Jet-System, gerade bei kleineren Händlern, die bessere Wahl sein. In diesen Fällen sind sie sehr wohl eine vollwertige Alternative

für ein Minilab. Die Entscheidung, welche Ausarbeitungstechnik zum Einsatz kommen sollte, ist letztlich immer von den individuellen Gegebenheiten des Fotohändlers/Fotografen abhängig.

**imaging+foto-contact:** Welche Voraussetzung muss Ihrer Meinung nach ein Fotohändler mitbringen, um ein Minilab profitabel betreiben zu können? Welche Unterstützung bietet Noritsu dabei an?

**Friedrich Bernhard:** Voraussetzung für eine wirtschaftlich sinnvolle Selbstverarbeitung ist – unabhängig vom System – ein ausreichendes Aufkommen an Fotoarbeiten. Diese Analyse erstellen wir im Vorfeld gern zusammen mit dem Interessen-



ten, denn uns ist sehr daran gelegen, dass jeder unserer Kunden die Eigenverarbeitung so erfolgreich wie möglich betreibt. Schließlich möchten wir ihm in Zukunft gern auch ein zweites und weitere Minilabs verkaufen. Unsere Vertriebsrepräsentanten kennen den Bildermarkt, die Besonderheiten des Fotohandels und des Fotografenhandwerks, sie verfolgen Entwicklungen innerhalb und außerhalb der Branche, und sie können zukünftige Entwicklungen abschätzen. Eine weitere Voraussetzung für eine profitable Eigenfertigung ist immer auch ein individuelles, mög-

lichst exakt an den Bedürfnissen des lokalen Marktes angepasstes Vermarktungskonzept des Fotohändlers oder Fotografen. Auch bei der Entwicklung des maßgeschneiderten Bilderangebots sind unsere Vertriebsrepräsentanten dem Kunden auf Wunsch behilflich.

Neben der Ausarbeitung der eigenen Fotoarbeiten kann auch die Fremdfertigung für Kollegen – etwa im Zuge eines City-Lab-Konzepts – die Wirtschaftlichkeit eines Minilabgeräts erhöhen. Erst wenn die zuvor genannten Voraussetzungen stimmen, ist es sinnvoll, das geeignete System auszuwählen. Zusätzlich zu unserem Know-how bieten wir den Kunden für ihren

Auftritt ein neues neutrales Noritsu-PoS-Konzept, das die Individualität des Fotohändlers nicht verwischt, sondern stärkt.

Zur Unterstützung gehört aber auch die Finanzierung des Minilabgeräts durch einen zuverlässigen und kompetenten Partner, mit dem wir seit vielen Jahren zum Nutzen unserer Kunden gut und vertrauensvoll zusammenarbeiten. Gleichwohl will der Schritt in die Eigenverarbeitung gut

überlegt und geplant sein. Das ist kein Feld für Experimente, weil es sich dabei immer um eine weitreichende unternehmerische Entscheidung handelt. Der Fotohändler sollte mit der Eigenverarbeitung unbedingt eine von Anfang an wirtschaftliche Lösung anstreben. Auf dem Weg dahin sind wir ihm jederzeit gern behilflich. Dass wir mit unserer Philosophie seit Jahren richtig liegen, dafür sind unsere vielen zufriedenen Kunden der beste Beweis.

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

# Weiter optimiert

## Neue Generation von Noritsus 35er-Serie

Die QSS-35-Plus-Serie von Noritsu wurde vor allem für das typische Standard-Bildergeschäft des Fotohandels entwickelt. Herausragende Merkmale der Serie sind das große Ausarbeitungsspektrum und die Flexibilität. Die neuen Modelle, die im Namen durch ein „Plus“ kenntlich gemacht werden, wurden weiter optimiert.

In Deutschland zu haben sind die volldigitalen Typen QSS-3501i Plus, QSS-3501 Plus und -3502 Plus, die aus einer einteiligen Printer-Processor-Kombination bestehen. Das 3501i Plus „belichtet“ das Fotopapier mittels iBeam-Einheit, einem modifizierten Vakuum-Fluoreszenzprinter, bei dem Rot aber mittels „stabiler“ LED erzeugt wird. Die teureren Modelle 3501 Plus und 3502 Plus sind mit einem Laser ausgestattet. Weitere Unterschiede zwischen der iBeam-Maschine und den beiden Laservarianten gibt es hinsichtlich Bedienung und beim maximalen Ausarbeitungsformat. Während die laserbestückten Geräte Papiere bis zu einer Breite von 210 mm ausarbeiten können, sind dies bei der iBeam-Einheit sieben Millimeter weniger. Die Schrittlänge ist bei allen drei Geräten mit 82,5 mm bis 610 mm gleich, lässt sich aber bei beiden Lasermaschinen durch optionales Zubehör auf bis zu 914,4 mm erweitern. Demnach beträgt das maximale Papierformat der iBeam-Version 203 x 610 mm, bei den Laser-Schwestern 210 x 610 mm oder sogar 210 x 914,4 mm.



Der vom Minilab getrennte Arbeits- und Eingabeplatz mit EZ-Controller-PC, HS-1800-Filmscanner, MD-2-Speicherkartenlaufwerk, 19-Zoll-Eizo-Monitor, PC- und QSS-Tastatur sowie der Maus kann an jedem beliebigen Platz im Geschäft aufgestellt werden.



Das einteilige QSS-3501 Plus besteht aus dem Printer (l.) und dem Processor (r.). Über dem Printer befindet sich der Quereinschub für den EZ-Controller.

Deutlich sind die Unterschiede zwischen den 35ern und den Plus-Nachfolgern bei der Ausarbeitungsleistung. Beträgt die Stundenleistung beim 3501i etwa 600 10x15-cm-Bilder, schafft die aktuelle Plus-Schwester 760 10er-Fotos. Noch größer ist der Unterschied zwischen dem 3501 und dem Plus-Pendant mit 600 zu 810 Bildern. Mit 1.010 zu 1.040 Fotos liegen 3502 und 3502 Plus nur geringfügig auseinander. Der einzige, aber durchaus markante Unterschied zwischen den Modellen 3501 (Plus) und 3502 (Plus) besteht denn auch in der Ausarbeitungsleistung.

Alle 35er-Geräte können Fotos von digitalen Bilddaten und – mit einem Filmscanner versehen – auch von analogem Aufnahmematerial ausarbeiten. Werden nur digitale Bilddaten ausgearbeitet, sind die 35er Plus-Modelle auch ohne Filmscanner als sogenannte „Pro“-Version zu haben.

Zur Grundausstattung der 35er Plus-Geräte gehört der EZ Controller Typ II. Er besteht aus dem maschinenspezifischen PC samt EZ-Controller-Software, einem 19-Zoll-Eizo-Farbmonitor, Tastatur, PC-Maus und dem MD2-Multi-Drive-Laufwerk, das alle gängigen Kameraspeicherkarten zur Datenübernahme aufnimmt. Alternativ bietet Noritsu auch den Typ III des EZ-Controllers an, der sich vom Iler durch einen leistungsfähigeren PC unterscheidet. Mit der neuen Gerätegeneration ist es möglich geworden, die Minilabs auch vom Gerät entkoppelt zu bedienen.

# Onsite-Printing-Partner

## Aus der European Imaging Service GmbH wird die Tetenal Imaging Service GmbH

Die ehemalige European Imaging Service GmbH, im April 2006 als hundertprozentige Tochter der Tetenal AG & Co. KG gegründet, heißt ab sofort Tetenal Imaging Service GmbH. Mit der Umbenennung demonstriert das Norderstedter Unternehmen die Integration seiner Aktivitäten als Anbieter umfassender Dienstleistungen für die Bildproduktion am Point of Sale in sein gesamtes Portfolio auch hinsichtlich der Namensgebung.

Die Tetenal AG & Co. KG ist einer der führenden Entwickler und Anbieter von High-end-Produkten und Konzepten für digitale und nicht-digitale bildgebende Verfahren. Die Tetenal Imaging Service GmbH ist europaweit unter dem Motto „Giving service a new image“ tätig; mit Vertriebsniederlassungen sowie einem etablierten Außendienst in den wichtigsten europäischen Ländern. Zur Philosophie des Unternehmens gehört es, die Partner zu betreuen und zu unterstützen, wo immer diese sind und was immer diese brauchen. Das Rundum-Service-Paket ab Werk für Partner und Kunden beinhaltet:

- Service für technische Ausstattung
- Onsite-Service
- Fernwartung
- telefonische Unterstützung
- Ersatzteillieferung



Die Ringfoto-Messe in Erlangen war Anlass für Tetenal, sich und die Tetenal Imaging Service GmbH, seinerzeit noch unter dem alten Namen, zu präsentieren.

- Serviceverträge für jedes Bedarfsniveau vom Basisservice bis zum vollständigen „Rundum-Sorglos-Service-Paket“
- Technisches und kaufmännisches Training
- Das Unternehmen sieht sich zudem als Ansprechpartner für jedes Imaging Thema.

Verantwortlich für den Verkauf von Hardware, den Rundum-Service und die Instandsetzung umfasst die Kernkompetenz der Tetenal Imaging Service die technischen Bereiche:

- Elektrotechnik / Elektronik
- Optik
- Fotochemikalien
- Informationstechnologie
- Netzwerk-Technologie
- Software

Das verstärkte Engagement Tetenals als Onsite-Printing-Partner des Foto-

handels mit einer eigenen Gesellschaft begann vor etwas mehr als anderthalb Jahren. Seinerzeit hatte die European Imaging Service GmbH das Minilab-Geschäft von Konica Minolta Photo Imaging Europe GmbH übernommen – nachdem das Unternehmen zuvor bereits über viele Jahre hinweg als Vertriebspartner für Konica Minilabs, Chemie und Papier agiert hatte. Mit der Gründung der neuen Gesellschaft zeichnete Tetenal aber vor allem auf europäischer Ebene für die Lieferungen von Verbrauchsmaterialien sowie das komplette Servicedienstleistungspaket für Konica Minolta Minilabs verantwortlich.

Der Zuständigkeitsbereich umfasst unter anderem die Länder Deutschland, Österreich, Schweiz, Holland, Belgien, Luxemburg, Großbritannien,

Norwegen, Finnland, Schweden, Tschechien, Slowakei und Spanien. Weitere Märkte wie zum Beispiel Griechenland, Türkei und Russland werden partnerschaftlich zusammen mit ausgewählten Distributoren betreut.

**Nutzen für die Kunden**

Die in den vergangenen Jahren entstandenen Synergien, die die Tetenal Imaging Service GmbH in die Tetenal Gruppe einbetten, sind für die Kunden nach Angaben von Tetenal von großem Nutzen. Während Tetenal ihnen alle Verbrauchsmaterialien liefert, hält Tetenal Imaging Service ihre Ausrüstung in gutem, produktivem und profitablen Zustand. „Was auch immer Ihre Anforderungen sind, wir werden Sie gern betreuen und unterstützen“, lautet das Credo der Mitarbeiterschaft.

Die qualifizierten und erfahrenen Servicetechniker sind in der Lage, schnelle und effiziente Reparaturen und Wartungen in allen europäischen Ländern mit dem Vorteil von Orts-



Unter der Internetadresse [www.tetenal-service.com](http://www.tetenal-service.com) können sich Interessenten über das Angebotsspektrum des Unternehmens informieren und Kontakt aufnehmen.

sowie Sprachkenntnissen anzubieten. „Im Geschäft unserer Kunden und Partner ist Zeit entscheidend, und wir haben uns dazu verpflichtet, unsere Partner und Kunden in ihrem Geschäft zu unterstützen. Wir werden sie an Wochenenden sowie an Wochentagen unterstützen, und unsere Arbeitszeit wird erst dann enden, wenn die Probleme gelöst sind“, so

Uwe Hofbauer, Bereichsleiter Service der Tetenal Imaging Service GmbH. „Die Kernelemente unserer Unternehmensphilosophie, beständige Innovationen und die konsequente High-end-Orientierung unserer Produkte, sind dabei eingebettet in eine Kultur, die seit 160 Jahren durch Vertrauen, Kundenorientierung und Servicequalität charakterisiert ist.“

**Wichtiges aus worldofphoto.de**

**FotoWare zieht in die Hamburger Innenstadt**

Der Software-Spezialist FotoWare Germany GmbH hat seinen Firmensitz vom Geesthachter Technologie- und Innovationszentrum in die Hamburger Innenstadt verlegt. Zusätzlich gab das Unternehmen eine Aktualisierung seiner Produktpalette bekannt. Die neue Adresse lautet: FotoWare Germany GmbH, Lindenstr. 9, 20099 Hamburg, Telefon 040-8787966-60, Fax 40-8787966-77.

Ab sofort stehen bei FotoWare die Versionen 6.0 der Produkte Foto Station Pro, Color Factory, Index

Manager und FotoWeb bereit. Die Programme wurden um die komplette Unterstützung des Metadatenstandards XMP erweitert. Damit will FotoWare die Kompatibilität mit zukünftigen Dateiformaten sicherstellen, Mehrsprachigkeit ermöglichen und die Integration mit anderen Systemen bzw. die Adaption an besondere Aufgaben erleichtern.

**Neuer Distributor für Hitachi Projektoren**

Die Hitachi Digital Media Group in Deutschland hat ihr Vertriebspartnernetz um den Präsentationstechnik-Spezialisten BestVision mit Sitz in Rod-

gau erweitert. Neben den bekannten Namen Ingram und Medium ist BestVision der dritte Partner im Hitachi-Vertriebsnetz für Businessprojektoren. Offizieller Start der Zusammenarbeit war Oktober 2007.

BestVision spricht vor allem Händler und Gewerbetreibende im Bereich Präsentationstechnik und Heimkino an. „BestVision ist mit dem Fokus auf Service und maßgeschneiderte Lösungen ein sehr wichtiger Partner für Hitachi in Deutschland“, meinte Nadja Zink, bei Hitachi in Deutschland für den B2B Markt verantwortlich. „Wir haben in den vergangenen Monaten im deutschen Markt sehr viel erreicht, und BestVision wird uns beim Ausbau unserer Segmente im Consumer- und AV-Bereich weiter unterstützen.“

**Täglich neue Branchen-Nachrichten: [www.worldofphoto.de](http://www.worldofphoto.de)**

**Neu**



**Defender 220**



**Defender 210**



**Defender 170  
Backpack**



**Defender 200**



**Defender 180**



**Defender 170**



**Defender 170 Colt**



**Defender 160**



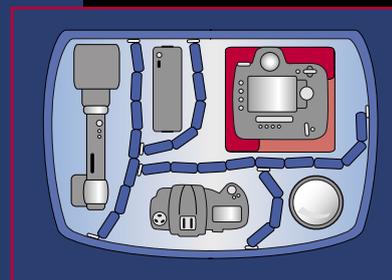
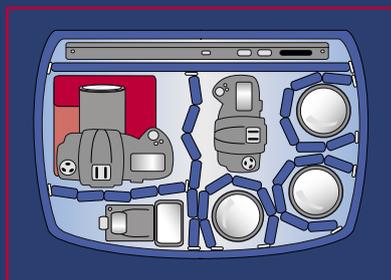
**Defender 140**

# Wir geben Munition Pr

## *Professional Series „Defender“*

Die neue professionelle Fototaschenserie „Defender“ von Hama setzt neue Maßstäbe im Segment der Profi- und Semiprofitaschen. Exzellente Verarbeitung trifft hier auf durchdachte Detaillösungen und höchste Funktionalität. Diese Taschenserie ist sofort zu erkennen am tiefen Schwarz des Materials und dem charakteristischen Streifen im Carbonlook. Niemand außer Hama kann auf eine 50jährige Erfahrung in der Taschenherstellung verweisen. Diese Expertise macht die Professional Series „Defender“ zu einem Angebot ohne Vergleich. Ordern Sie jetzt!

**2 von 1000 Möglichkeiten, die Tasche individuell einzuteilen.**

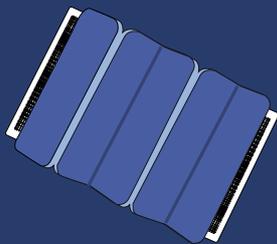


# en Ihnen für ofis!



L-Divider

Die L-Dividers umschließen jede Form in jeder Richtung: Quick in, quick out – mit perfektem Sitz geben sie optimalen Schutz.



Barricades

Die Barricades sind echte Raumteiler: Quick in, quick out – absolut flexibel, in jede Richtung formbar und trotzdem Halt gebend.



**hama**®

DIE PASSENDE LÖSUNG

# Neuer Anbieter

## Kam-imtec vertreibt Shanghai Doli Minilabs

„Die Silberfotografie ist nicht tot. Wir glauben daran und wollen sie wieder ausbauen. Deshalb haben wir die Kam-imtec GmbH gegründet“, so Heiner Alles, neben Gerhard Müller Geschäftsführer des neuen Unternehmens mit Sitz im bayrischen Peißenberg. „Sie soll Partner im Bildergeschäft mit Minilabs, Chemie und Papier versorgen.“

Im Sortiment der Kam-imtec GmbH finden sich derzeit die digitalen Minilabs der chinesischen Firma Shanghai Doli Photographic Equipment Co. Ltd., Papier von Fuji und Russell Photochemikalien. „Mit diesem Portfolio bieten wir von Beginn an Produkte, die sich durch hohe Qualität und ein exzellentes Preis-/Leistungsverhältnis auszeichnen“, betont Alles. Man wolle dokumentieren, dass höchste Bildqualität und Maschinenzuverlässigkeit einerseits, geringe Investitionen beziehungsweise günstige Preise und guter Service andererseits sich nicht gegenseitig ausschließen. „Für den Fotohandel werden Partner immer wichtiger, die auf den originalen Fotomarkt setzen und die langfristig mit dem Handel zusammenarbeiten wollen“, ergänzt Müller, der ebenso wie sein Geschäftsführerkollege die Branche als ehemaliger Agfa-Mitarbeiter in allen Details kennengelernt hat. „Und genau das wollen wir als Unternehmen zeigen.“

Dass Minilabs aus chinesischer Produktion und die vom deutschen Handel gewünschten Qualitätsansprüche zusammenpassen, steht für Alles und Müller außer Frage. „Schon vor mehreren Jahren haben Doli und Agfa zusammengearbeitet. Seit der Zeit ist die Maschinenzuverlässigkeit deutlich erhöht“, erläutert Alles. „Jetzt legen wir Wert darauf, dass nur Komponenten verbaut werden, die äußerst zuverlässig sind. Die Geräte sind einfach und logisch auf-

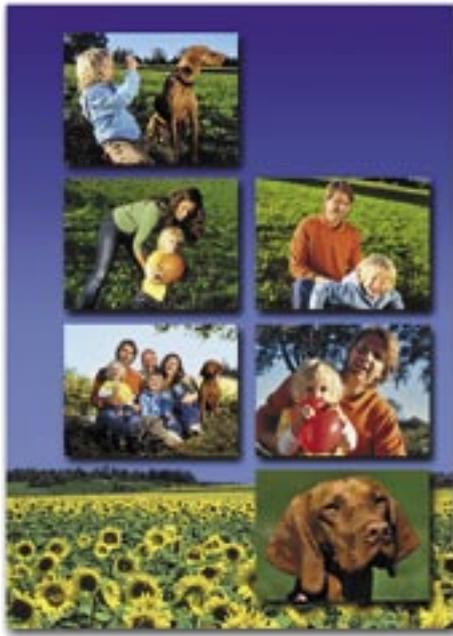
gebaut und absolut servicefreundlich.“ Großen Wert will das neue Unternehmen darüber hinaus auf den Service legen. So könne sich der Anwender darauf verlassen, dass der Kam-imtec Service innerhalb von 24 Stunden reagiere, falls es allen Erwartungen zum Trotz doch einmal ein Problem geben sollte. Und bei Bedarf könnten auch kürzere Reaktionszeiten vereinbart werden.

Doch nicht allein Qualität und Zuverlässigkeit werden als Pluspunkte genannt. Ein weiteres wichtiges Element der Kam-imtec Philosophie sind niedrige Investitionssummen und günstige Preise für Verbrauchsmaterialien. Müller: „Das stellt sicher, dass der Fotohandel im schwierigen Fotomarkt auch in Zukunft gute und profitable Geschäfte machen kann. Unserer Meinung nach ist das eine sehr positive Botschaft.“

Im Kam-imtec Minilabprogramm sind derzeit die acht Modelle DL-0810, DL-0811, DL-1210, DL-1220, DL-1810, DL-2300, DL-2410, DL-3020 und DL-3620 zu finden, die sich im wesentlichen durch die benötigte Standfläche, das maximale Bildformat, die maximale Anzahl von Prints pro Stunde und die maximale mögliche Auflösung unterscheiden. So ist beispielsweise das Doli DL-0810, das nur eine Standfläche von 0,55 m<sup>2</sup> benötigt, in der Lage, Printformate bis zu 15 x 23 cm zu verarbeiten und bis zu 550 10 x 15 cm-Bilder pro Stunde mit einer Auflösung bis zu 520 dpi zu produzieren. Dagegen ermöglicht das DL-3620 Bilder im Format bis zu 61 x 91 cm, bis zu 1.000 Prints im 10er-Format pro Stunde und eine maximale Auflösung von 850 dpi. Die Leistungsmerkmale der übrigen Modelle liegen zwischen diesen Werten.



Zwei Beispiele aus dem Mini-lab-Sortiment der Kam-imtec GmbH: Doli 0810 (l.) und Doli 1220.



# Die neue Vielfalt

**Die neuen Fujifilm Frontier Minilabs bieten hohe Flexibilität**



*Die Möglichkeit der Produktion von wertschöpfungsstarken Bildprodukten wie beispielsweise Albumprints, Bilder-Sets, Grußkarten oder Fotokalendern ist ein besonderes Merkmal der neuen Frontier Generation.*



Mit den sechs Minilab-Modellen der neuen Frontier Generation will Fujifilm seinen Kunden ermöglichen, eine umfassende Palette zeitgemäßer, margenstarker Bildprodukte anbieten zu können. Die neuen Geräte lassen sich mit zahlreichen verschiedenen Ein- und Ausgabe-Systemen kombinieren. Zudem wurde die Bedienung noch einfacher gemacht und die Bildqualität weiter verbessert.

Die neue Frontier Generation umfasst sechs Modelle mit Kapazitäten von 810 bis 2.360 10 x 15 cm digitalen Fotos pro Stunde. Bei den Modellen LP 7100 und LP 7200 beträgt die maximale Papierbreite 21 cm, bei den vier anderen Geräten LP 7500, 7600,

7700 und 7900 30,5 cm. Die letztgenannten Modelle bieten ein maximales Bildformat von 305 x 914,4 mm und sind damit auch für die Produktion von Banner-Prints geeignet. Das maximale Bildformat liegt bei den beiden Einstiegsgeräten bei 210 x 610

mm; mit Sonderzubehör können Bilder bis 210 x 914,4 mm geprintet werden. Alle neuen Frontier Minilabs sind serienmäßig mit zwei integrierten Papiermagazinen ausgestattet; bei den Modellen 7100 und 7200 ist die Erweiterung auf drei und bei den übrigen auf bis zu vier Papiermagazinen ab Werk möglich.

## Komfortable Bedienung

Die neuen Frontier Minilabs arbeiten mit dem Fujifilm CP-49E Boxen-Chemiesystem, das extrem kurze Verarbeitungszeiten ermöglicht; die Boxen mit dem Regenerat können sauber,

## Bildergeschäft



Die automatische Bildverbesserung mit Fujifilm „Image Intelligence“ führt zu sichtbar besseren Bildergebnissen, zum Beispiel bei Gegenlicht-Aufnahmen oder Fotos mit Rote-Augen-Effekt.



schnell und sicher mit einem Handgriff ausgewechselt werden.

Die Inbetriebnahme ist durch die automatische Setup-Funktion sehr komfortabel: Nach Erreichen der Betriebstemperatur erstellt das Frontier Minilab automatisch einen Kalibrierungsausdruck und nimmt mit Hilfe des eingebauten Densitometers die erforderlichen Messungen und Einstellungen vor. Zusätzlich kann die Prozesskontrolle mit einer optionalen Einheit zur automatischen Kontrollstreifen-Entwicklung weiter vereinfacht werden.

### Bildkorrektur mit „Image Intelligence“

Ein weiteres gemeinsames Merkmal der neuen Frontier Modelle ist die automatische Bildkorrektur mit der Fujifilm-Technologie „Image Intelligence“. Sie korrigiert automatisch Gradation, rote Augen, Schärfe und andere Parameter und verbessert Aufnahmen, die bei schlechter Beleuchtung oder im Gegenlicht aufgenommen wurden, zu starke Kontraste aufweisen oder unter- bzw. überbelichtet sind. Hauttöne werden dabei optimiert, ohne dass die Farbwiedergabe in anderen Bildpartien beeinflusst wird. In der neuen Version werden Bearbeitungen wie die Weichzeichnung von

Hauttönen oder Farbkorrekturen, die früher eine manuelle Retusche erforderten, jetzt automatisch durchgeführt. Da die automatischen Bildkorrekturen parallel durchgeführt werden, führen sie zu keiner Verlängerung der Verarbeitungszeit.

### Flexible Ein- und Ausgabe

Ein besonderes Merkmal der neuen Frontier Generation ist ihre Netzwerkfähigkeit, die eine Vielzahl von Eingabe- und Ausgabe-Optionen ermöglicht. So können die Geräte mit verschiedenen Filmscannern, Order-Terminals oder Foto-Kiosks kombiniert werden und sind auch für die Verarbeitung von Aufträgen aus dem Internet geeignet. Auf der Ausgabe-seite können die Minilabs um verschiedene Drucksysteme ergänzt werden und ermöglichen es so, eine umfassende Palette marginstarker Bildprodukte herzustellen. So bietet Fujifilm ein Thermosublimationsdruck-System für die Sofortausgabe (auch als SB-Fotokiosk-System) an. Auch ein Farblaser-Drucker zur Herstellung beidseitig bedruckter Fotobuchseiten



Das Frontier LP 7200 bietet bereits in der Einsteigerklasse eine Kapazität von bis zu 1.040 Bildern 10 x 15 cm pro Stunde.



Ab dem Modell LP 7500 (Foto oben) gehört bei den neuen Frontier Minilabs ein maximales Bildformat von 30 x 90 cm zum Standard.

## Die neuen Frontier Minilabs



Frontier 7er-Serie	LP 7100	LP 7200	LP 7500	LP 7600	LP 7700	LP 7900
Printformat	82,5 x 117 mm – 210 x 610 mm (max. 210 x 914,4 mm mit Sonderzubehör)		82,5 x 117 mm – 305 x 914,4 mm			
<b>Entwicklungsleistung 135/24</b>						
Printformat 10 x 15 cm <sup>11</sup>	800 Prints/h <sup>21</sup>		1.180 Prints/h <sup>31</sup>	1.480 Prints/h <sup>31</sup>	1.800 Prints/h <sup>31</sup>	
<b>Entwicklungsleistung von Speichermedien<sup>41</sup></b>						
Printformat 10 x 15 cm <sup>11</sup>	810 Prints/h	1.040 Prints/h <sup>51</sup>	1.180 Prints/h	1.480 Prints/h	1.850 Prints/h (2.120 Prints/h <sup>61</sup> )	1.850 Prints/h (2.360 Prints/h <sup>61</sup> )
Entwicklungschemikalien	Chemieboxensystem CP-49E					
Belichtungsverfahren	Scanner-Belichtungsverfahren mit RGB-Laser, 300 x 600 dpi					
Papiermagazine	Zwei integrierte Papiermagazine (Standard), drei integrierte Papiermagazine (optional ab Werk)		Zwei integrierte Papiermagazine (Standard), drei integrierte Papiermagazine und vier integrierte Papiermagazine (optional ab Werk)			
Papierbreiten	8,9 cm, 10,2 cm, 11,7 cm, 12,7 cm, 15,2 cm, 20,3 cm, 21,0 cm		8,9 cm, 10,2 cm, 11,7 cm, 12,7 cm, 15,2 cm, 20,3 cm, 21,0 cm, 25,4 cm, 27,9 cm, 30,5 cm			
Rückseitenaufrück	Zwei Zeilen à 40 Zeichen für Informationen auf der Rückseite von Prints					
Printer-Sorter	Sorter für 12 Aufträge		Sorter für 17 Aufträge			
Entwicklungszeit (trocken zu trocken)	1 Min. 47 Sek.		2 Min. 7 Sek.	1 Min. 50 Sek.	1 Min. 42 Sek.	1 Min. 29 Sek.
Abmessungen B x T x H (Standard-Ausführung)	1.958 x 867 x 1.355 mm		1.660 x 953 x 1.375 mm			

<sup>11</sup> Papierbreite 152 mm    <sup>21</sup> mit SP 500    <sup>31</sup> mit SP 3000    <sup>41</sup> Digitalkamera mit 4,0 Mio. Pixeln    <sup>51</sup> Papierbreite 102 mm    <sup>61</sup> mit Hochleistungs-PC

steht zur Verfügung, und für XXL-Bildangebote können die Frontier Minilabs mit Großformat-Inkjet-Druckern kombiniert werden. Eine Option zur Produktion von CDs/DVDs soll in Kürze zur Verfügung stehen.

Damit die Auftragsannahme und die Ausgabe der Bilder reibungslos funktionieren, sorgt die Frontier Workflow Management Software „MS“ für die reibungslose Verwaltung der Printaufträge und ihre Ausgabe auf den entsprechenden Geräten. Mit einer unkomplizierten Vorschau-Funktion

hat der Operator dabei jederzeit den Überblick und kann sofort eingreifen, wenn es notwendig sein sollte.

Praktisch ist in diesem Zusammenhang die Möglichkeit der Printunterbrechung, die alle neuen Frontier Modelle bieten. Dabei können große Printaufträge während der Verarbeitung unterbrochen werden, um zunächst einen Schnellauftrag mit höherer Priorität auszuführen. Mit einer farbigen Markierung im Sorter (für 12 Aufträge bei Frontier LP 7100/7200 und 17 bei den anderen Modellen)

sind diese Schnellaufträge sofort auffindbar.

Durch ihre modulare Konzeption sind die neuen Frontier Minilabs nicht nur zuverlässige Geräte zur Herstellung von Bildern in vielen unterschiedlichen Formaten, sondern können auch zur Produktion attraktiver und vor allem margenstarker Bildprodukte eingesetzt werden, zum Beispiel Bildersets, Albumprints, Fotokalender, Grußkarten, Bilder mit Rahmen oder Text bis hin zur Posterproduktion mit abgeschlossenem Inkjet-Drucker. →

## Heinz Kuboth, Direktor Consumer Products Division Fujifilm

# „Alles, um am Wachstum teilzunehmen“



Mit der neuen Frontier Generation will Fujifilm seinen Kunden ermöglichen, nicht nur Bilder zu verkaufen, sondern auch vom rasanten Wachstum wertschöpfungsstarker Bildprodukte zu profitieren. *imaging+foto-contact* hat Heinz Kuboth, Direktor der Consumer Products Division von Fujifilm, nach Einzelheiten gefragt.

*Heinz Kuboth, Direktor Consumer Products Division Fujifilm: „Unsere Frontier Minilabs ermöglichen es, die ganze Bandbreite moderner Bildprodukte anzubieten.“*

**imaging+foto-contact:** Herr Kuboth, Fujifilm hat eine neue Generation von Frontier Minilabs vorgestellt. Was sind die wichtigsten Verbesserungen gegenüber der bisherigen Produkt-Palette?

**Heinz Kuboth:** Die wegweisende Technologie unserer Frontier Minilabs hat Fujifilm bekanntlich zum erfolgreichsten Minilab-Anbieter der letzten Jahre gemacht. Das wichtigste Merkmal der neuen Generation ist der modulare Aufbau der Geräte: Alle Modelle können mit verschiedenen Ein- und Ausgabe-Systemen ergänzt werden und ermöglichen es so, die komplette Palette zeitgemäßer Bildprodukte anzubieten – zum Beispiel Banner-Prints bis zum extremen Panoramaformat von 30 x 90 cm. Die leichte Integration unserer Geräte in Netzwerkumgebungen und unsere „MS“ Workflow Management Software sorgen dabei für hohe Produkti-

vität. Verbessert wurde zudem unsere „Image Intelligence“ Software zur Bildverbesserung: Das bedeutet eine noch höhere Bildqualität bei reduzierter Verarbeitungszeit. Mit der einzigartigen Technologie „Image Intelligence“ heben wir uns klar vom Wettbewerb ab.

**imaging+foto-contact:** Löst die 7er-Serie die bisherigen 5er-Frontier Minilabs vollständig ab?

**Heinz Kuboth:** Ja, die 7er-Serie tritt an die Stelle der 5er-Modelle. Als bewährte und exzellente Eingabe-Geräte für analoge Bilder von Colornegativ- und Diafilmen bleiben die Scanner SP 500 und SP 3000 im Sortiment.

**imaging+foto-contact:** Wie entwickelt sich der Markt für Minilabs in Deutschland zur Zeit? Weltweit gehen die Verkäufe ja deutlich zurück, weil vielen Betreibern nach dem weit-

gehenden Wegfall des Films das notwendige Volumen fehlt.

**Heinz Kuboth:** Die reine Zahl der Fotos ist heute nicht mehr der wichtigste Maßstab für den Betrieb eines Minilabs. Es geht vielmehr um die Wertschöpfung. Denn im Bilder-geschäft werden die Aufträge immer wichtiger, die über die Produktion von Standardbildern hinausgehen. Mit unseren neuen Frontier Minilabs können auf einfache Weise margenträchtige Bildprodukte wie Kalender, Albumprints oder Vergrößerungen angeboten werden. Auch die Ausgabe auf unserem hochwertigen Pearl Papier möchte ich hier erwähnen. Der Markt zeigt bereits, dass viele unserer Kunden diese Chancen erkannt haben: Viele Minilab-Betreiber möchten ihre älteren Geräte durch neue Systeme ersetzen, um von den renditestarken Segmenten profitieren zu können.

**imaging+foto-contact:** *Ist ein Minilab für die Herstellung von Bildern auf echtem Fotopapier, das ja wegen des Investitionsvolumens einen recht hohen Durchsatz erfordert, in der digitalen Welt noch zeitgemäß? Sind die preiswerteren Sofortdruck-Kiosks oder Minilab-ähnliche Systeme mit „trockenen“ Print-Technologien wie Thermosublimation oder Inkjet nicht eine wirtschaftlichere Alternative?*

**Heinz Kuboth:** Selbstverständlich kann man die von Ihnen erwähnten Druck-Technologien für schnelle Sofortbilder einsetzen, aber damit deckt man nur einen ganz kleinen Teil des Bildergeschäftes ab. Ein Minilab bietet ein Vielfaches mehr, denn es ermöglicht seinem Betreiber, die ganze Bandbreite moderner Bildprodukte anzubieten. Natürlich empfehlen wir für die Eingabe der Bilddaten im Geschäft ein Bestell-Terminal, das auch mit einem Sofortdrucker ausgestattet werden kann. Aber auch unsere Frontier Minilabs bieten ja die Möglichkeit, Bilder im Minuten-Service herzustellen – und zwar in einer deutlich besseren Qualität. Die Kombination eines Frontier Minilabs mit einem Large-Format-Printer oder auch einem Fotobuch-Drucker bietet alles, was man braucht, um am Wachstum des Bildermarktes teilzunehmen.

**imaging+foto-contact:** *Welche Voraussetzungen sollte Ihrer Ansicht nach ein Fotohändler mitbringen, der in ein digitales Minilab investieren möchte?*

**Heinz Kuboth:** Ein gewisses Niveau an Aufträgen sollte schon gegeben sein, und auch eine gute Lage mit entsprechender Kundenfrequenz ist notwendig. Mindestens genauso wichtig ist allerdings die Bereitschaft, die margenträchtigen Bildprodukte, die man mit einem Frontier Minilab produzieren kann, aktiv zu verkaufen.

**imaging+foto-contact:** *Nun haben die wenigsten Fotohändler das Geld für eine Minilab-Investition bar in der Kasse. Ist nicht die Kreditpolitik der Banken ein Hindernis für den Verkauf von Minilabs? Welche Unterstützung kann Fujifilm seinen Kunden in Finanzierungsfragen anbieten?*

**Heinz Kuboth:** Mit unserer kompetenten, computergestützten Finanzierungsberatung können wir gemeinsam mit unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen erarbeiten. Dafür bieten wir mehrere Finanzierungsformen an, von denen Leasing am meisten genutzt wird. Wir kooperieren hier mit einem Leasingunternehmen und bieten dem Fotohandel in dieser Hinsicht tatkräftige Unterstützung.

**imaging+foto-contact:** *Gilt das auch für den Marketing-Bereich, der ja besonders wichtig ist, um ein Minilab profitabel zu betreiben?*

**Heinz Kuboth:** Selbstverständlich liefern wir nicht nur die Geräte, sondern helfen unseren Kunden aktiv dabei, sie erfolgreich zu betreiben. Unsere umfassende FDI Shop-Konzeption, Leuchtwerbung und regelmäßige Promotions sind nur einige Elemente, mit denen wir unsere Kunden dabei unterstützen, den Endverbrauchern die spannende Welt der neuen Bildprodukte schmackhaft zu machen. Als einziger Anbieter hat Fujifilm Anwendungstechniker im Markt, die den Betreibern unserer Minilabs vor Ort mit Rat und Tat zur Seite stehen. Zudem listen wir unsere Vertriebspartner auf unseren Internetseiten, wo sie über die PLZ Suche leicht gefunden werden können. Unser FDI Partnerkonzept umfasst also alle Punkte einer übergreifenden Unterstützung.

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

**PoS-Material für Frontier Betreiber**

Fujifilm stellt seinen Frontier Vertriebspartnern jetzt neues PoS-Material zur Verfügung, mit dem der Fotohandel seinen Kunden die umfassende Palette von Bildprodukten und Bilddienstleistungen präsentieren kann. Ausgangspunkt ist eine übersichtliche Broschüre, in der das gesamte Programm in sechs Kapiteln vorgestellt wird. Dazu gehören unter anderem die Themen Fotoabzüge in Profi-Qualität, Sofortservice, Bilder digital archivieren, Bilder-Tuning, maschinenlesbare Passbilder und Foto-Visitenkarten sowie Fotokalender und Grußkarten. Weitere Fakten sowie Ideen zum Design individueller Fotokalender, Gruß- und Foto-Visitenkarten können in einem Acryldisplay im Geschäft präsentiert werden. Ein A1 Plakat zum Thema „Entdecken Sie, was wir aus Ihren Bildern zaubern können“ gewinnt die Aufmerksamkeit der Kunden schnell. Das gesamte Programm rund ums Bild ist auf der Fujifilm Internetseite [www.fujifilm.de/spass-am-foto](http://www.fujifilm.de/spass-am-foto) online. Hier können auch die Händler gefunden werden, die diesen Service anbieten.



# The Phone House und Ringfoto ebnen den Weg in das ertragsstarke DSL-Geschäft

## Leicht verdientes Geld

### Umfangreiche Unterstützung und einfache Prozesse helfen Fotohändlern beim Einstieg

Die Vermarktung von Festnetz- und DSL-Produkten findet im deutschen Fotohandel bis heute in nicht nennenswertem Umfang statt. Das soll sich jetzt durch die Zusammenarbeit des Münsteraner Komplettanbieters für Entertainment und Telekommunikation The Phone House und Ringfoto ändern. Ab sofort stehen den Ringfoto-Händlern, die sich an der Kooperation beteiligen, alle Festnetzangebote und -produkte von The Phone House zur Verfügung.

The Phone House arbeitet mit den wichtigsten Anbietern T-Home, Arcor, Versatel, 1&1 und O<sub>2</sub> zusammen, die gemeinsam den deutschen Consumer-DSL-Markt nahezu vollständig abdecken. So ist gewährleistet, dass dort, wo DSL überhaupt verfügbar ist, dem Kunden das für ihn optimale Angebot gemacht werden kann. Breitbandtechnologie ist extrem von physikalischen Gegebenheiten abhängig. Wichtigste Faktoren sind dabei Art und Kapazität der Leitungen sowie die Entfernung des Nutzers zur nächsten Vermittlungsstelle. Das ist der Ort, von dem aus die sogenannte „letzte Meile“ (siehe Glossar auf S. 45) vom Hauptstrang des DSL-Netzwerkes



*Viele Millionen Deutsche nutzen inzwischen schnelle DSL-Leitungen, um das World Wide Web zu nutzen, aber der Markt birgt nach wie vor riesiges Potential.*

zum Endkunden abgezweigt wird. Aufgrund der physikalischen Bedingungen kann es passieren, dass Nutzer A ein optimales Produkt von Netzbetreiber X bekommt, während Nutzer B auf der gegenüberliegenden Straßenseite auf Anbieter Y zurückgreifen muss, um ein vergleichbares Produkt zu erhalten.

#### Riesiges Potential

Doch bevor es um technische Probleme geht, die den Fotohändler im Prinzip gar nicht zu interessieren brauchen, sollte die Frage geklärt werden, warum Festnetz- und DSL-Produkte

überhaupt als Zusatzsortiment für den Fotohandel in Frage kommen? „Die Antwort besteht aus zwei Teilen“, meint Dieter Koßmeier, Leiter Indirekter Vertrieb bei The Phone House. „Erstens bietet der DSL-Markt ein riesiges Wachstumspotential, zweitens handelt es sich bei den Prämien für die Vermittlung eines DSL-Vertrages um leicht verdientes Geld.“ Leicht verdient, weil der Händler als Partner von The Phone House lediglich eine Maklerfunktion übernehme, für die notwendige Arbeit aber The Phone House und die Netzbetreiber verantwortlich seien – doch dazu später.

Der Breitband-Zugangsmarkt in Deutschland wächst seit Jahren enorm und wird von der DSL-Technik dominiert. Zwar flacht die Wachstumskurve bei den Neuanschlüssen inzwischen leicht ab, aber dank immer schnellerer Leitungen, neuer Technologien wie VDSL und der zusätzlichen Konzentration der Netzbetreiber auf Inhalte wie internetbasiertes Fernsehen oder Online-Videofilme wächst gleichzeitig das Bedürfnis bereits existierender DSL-Anwender nach Upgrades für ihre Produkte. Die Zahl potentieller DSL-Kunden wird damit auch noch in den kommenden Jahren in die Millionen gehen. Allein bei den Neuanschlüssen prognostizieren Experten für das laufende Jahr 18,2 Millionen (nach 14,2 Millionen im Jahr 2006 und 10,4 Millionen im Jahr 2005), und für 2008 lautet die Voraussage derzeit 21,7 Millionen. Hinzu kommen Kunden, die entweder den Anbieter wechseln oder innerhalb des Anbieters auf ein neues Produkt umschwenken wollen.

### Vorverkaufte Produkte

Millionen potentieller Kunden, die an denjenigen vorbeigehen, die DSL nicht anbieten. „Eines der wichtigsten Argumente für den Einstieg in das DSL-Geschäft ist die Tatsache, dass die Breitbandanbieter aufgrund des herrschenden Wettbewerbsdrucks ungeheure Summen in Werbung stecken“, sagt Sebastian Klute, Leiter Breitband/Festnetz bei The Phone House. „Egal, welches Medium der Endverbraucher nutzt, an Werbung für DSL kommt er im Moment nicht vorbei. Der Händler profitiert dadurch, weil DSL-Produkte auf diese Weise optimal vorverkauft sind und er Marketingausgaben weitgehend sparen kann.“ Alles, was ein Händler zu tun habe, sei, sich als Verkäufer von



Auf der Ringfoto-Hausmesse in Erlangen stießen auch die Festnetzangebote von The Phone House bei vielen Händlern auf großes Interesse.

DSL nach außen kenntlich zu machen, etwa mit Hilfe von Straßenstoppere oder Schaufensteraufklebern/-dekorationen, und natürlich müsse dem Thema auch im Geschäft Platz eingew

räumt werden. Klute: „DSL ist zu einem Mitnahmegeschäft geworden, und der Händler, der sich nach außen entsprechend positioniert, kann sicher sein, dass neue Kunden auch ohne weiteres Zutun seinen Laden betreten werden.“ Noch erfolgreicher sei es natürlich, die Angebote aktiv zu verkaufen.

### Spezielle Foto-Kunden

Der Fotohändler sei dabei in der glücklichen Lage, nicht nur diejenigen Kunden ansprechen zu können, die sich ohnehin für das Thema DSL interessierten. Ihm biete sich auch das Potential engagierter Fotografen, die mehr aus ihren Bildern machen wollen, als sie nur zu Hause auf dem Computer- oder Fernsehbildschirm zu betrachten. „Parallel zur wachsenden Zahl digitaler Spiegelreflexkameras steigt auch wieder das Bildergeschäft im Fotohandel“, so Klute. „Und vor allem DSLR-Fotografen haben es in der Regel mit großen Datenmengen zu tun. Wollen sie diese online ver-



Wer nicht nur DSL-Verträge vermarkten, sondern auch Festnetzprodukte anbieten will, erhält von The Phone House bei Bedarf passende Präsentationsmöbel.



Gleichzeitig telefonieren, im Internet surfen und Internet-Fernsehen nutzen, ist mit einem breitbandigen VDSL-Anschluss in optimaler Qualität möglich.

schicken, zum Händler, um Prints zu ordern, zum Großlabor, um ein Fotobuch zu bestellen oder um sie in einer Internet-Galerie zu präsentieren, brauchen sie einfach schnelle Datenleitungen.“

Nicht zu vergessen seien auch mögliche Kunden, die sich einen digitalen Camcorder oder ein Fotohandy mit Videofunktion zulegen. „Der Erfolg von Internetportalen wie YouTube und die zunehmende Zahl von virtuellen Tagebüchern, in denen die Menschen ihre Fotos und Videos zeigen, deuten auf den wachsenden Bedarf hin“, stellt Klute fest. Auch diese Aktivitäten erforderten einen schnellen Onlinezugang, um Spaß zu machen.

## Sonderaktionen

Um Fotohändlern den Einstieg in das DSL-Geschäft zu erleichtern, hat The Phone House zwei sehr leicht zu handhabende Sonderaktionen unter dem Motto ‚Mehr bekommen für weniger Geld‘ entwickelt. Klute: „Rund 15 Prozent der Telekom-Kunden haben heute noch einen XXL-

Fulltime-Tarif, und jeder zehnte nutzt derzeit noch einen alten T-Online Tarif. Für beide Vertragsmodelle gibt es aber inzwischen Alternativen, mit denen die Kunden nicht nur Geld sparen, sondern auch noch mehr Leistung bekommen. Und dem Händler bringt jede Aktivierung einer Vertragsumstellung sehr interessante Margen.“

Dabei sei zu bedenken, so Klute, dass die mit DSL erzielten Erträge zusätzliche Einnahmen seien. Das gewohnte Sortiment werde nicht kannibalisiert,

*So einfach können Fotohändler mit den Sonderaktionen von The Phone House Geld verdienen: Hohe Margen gibt es zum Beispiel bei der Umstellung auf einen neuen Tarif – von dem letztlich auch der Endkunde profitiert.*

und abgesehen von der bereits erwähnten optischen Positionierung als DSL-Anbieter brauche der Fotohändler nicht mehr zu tun, als jeden Kunden daraufhin anzusprechen, ob er ein besseres DSL-Angebot haben wolle. „Da viele Telekomkunden heute noch einen älteren Vertrag besitzen, wird die Trefferquote mit Sicherheit überzeugend sein“, betont Klute.

## Einfache Prozesse

Da DSL- und Festnetzprodukte gewöhnlich nicht zum alltäglichen Geschäft eines Fotohändlers gehören, hat The Phone House Prozesse entwickelt, die auch Einsteigern die Scheu vor diesem Thema nehmen sollen. „Wichtigstes Angebot ist hier der Anschlussstest, der dem Händler für jede Adresse in Deutschland zeigt, welches DSL-Produkt von welchem Anbieter dort verfügbar ist“, erläutert Margit Dombrowski, Key-Accounterin Festnetz bei The Phone House. „Das Design dieses DSL-Anschlussstests wurde so gestaltet, dass der Händler gemeinsam mit dem Kunden auf den Bildschirm sehen und mit einem Blick die vorhandenen Möglichkeiten beur-

Aktionsbeispiel 1		
Wechsel XXL-Fulltime zu Call&Surf Basic		
Produkt	XXL-Fulltime	Call&Surf Basic
Telefonflat	ja	ja
DSL-Leitung	nein	DSL 2000
Preis	35,95 Euro	34,95 Euro
Prämie: mindestens 65 Euro pro Aktivierung		

Aktionsbeispiel 2			
Wechsel T-Online-DSL (alt) zu Call&Surf Comfort (neu)			
alt		neu	
Telefonanschluss	15,95 Euro	Call&Surf Comfort	39,95 Euro
DSL 2000	19,99 Euro	DSL 6000	inklusive
DSL-Flat	9,95 Euro	DSL-Flat	inklusive
T-VoiP-Telefon-Flat	9,95 Euro	Telefon-Flat	inklusive
Summe	55,84 Euro	Summe	39,95 Euro
Prämie: mindestens 90 Euro pro Aktivierung			

teilen kann.“ Da The Phone House kein eigenes Netz betreibt, könne der Kunde sicher sein, dass ihm der Händler anschließend das für ihn optimale Angebot unterbreite. „Unabhängige Beratung ist Teil unseres Geschäftsmodells“, so Dombrowski. „Damit waren und sind wir von Beginn an im Mobilfunk erfolgreich, und damit wird es uns auch gelingen, in diesem Geschäftsjahr den Verkauf

Weitere Aktivitäten muss er nicht mehr unternehmen, denn eine der Besonderheiten des DSL-Marktes ist, dass für die Belieferung des Kunden mit der Leitung und dem gewünschten Endgerät der jeweilige Netzbetreiber zuständig ist. Der auch, sofern der Kunde diese Option wählt, die Installation beim Kunden übernimmt. „Natürlich kann der Fotohändler auch Festnetztelefone und DSL-Anlagen

## Kleines DSL-Glossar

**ADSL/ADSL2+:** Abkürzung für „Asymmetric Digital Subscriber Line“, asymmetrische digitale Anschlussleitung. Bei ADSL sind die Datenraten in Empfangsrichtung größer als in Senderichtung. ADSL2 und ADSL2+ bieten nicht nur eine noch höhere Übertragungsrate, sondern steigern auch die Reichweite der ADSL-Verbindung.

**DSL:** Abkürzung für „Digital Subscriber Line“, etwa digitale Teilnehmeranschlussleitung. Für die schnelle Datenübertragung kann die „normale“ Kupferdoppelader des Telefonanschlusses genutzt werden. Hochgeschwindigkeits-Technologien benötigen allerdings mindestens ein Hybrid-Netz aus einem Glasfaserkern mit Verbindungsstücken aus Kupfer auf der Letzten Meile.

**Letzte Meile:** Als „Letzte Meile“ wird bei Tk-Netzen der Abschnitt der Leitung zwischen der Vermittlungsstelle und dem Anschluss des Kunden bezeichnet.

**Triple Play:** Dieser Begriff bezeichnet kombinierte Dienstleistungsangebote aus Internet, Telefonie und multimedialen Informations- und Unterhaltungsservices. Auf der Basis von Breitbandnetzen können die Kunden solche IP-basierten Dienstleistungen über eine Leitung nutzen.

**VDSL:** Abkürzung für „Very High Speed Digital Subscriber Line“. VDSL2 bietet Downstream-Geschwindigkeiten von bis zu 52 MBit/s und Upstreams von bis zu fünf MBit/s.

**Voice over IP:** Auch Internet-Telefonie oder DSL Telefonie genannt. Die IP-Telefonie, auch als Voice over IP (kurz VoIP) bezeichnet, ist das Telefonieren über ein Computernetzwerk auf Basis des Internet Protocols. Wird die IP-Telefonie für Gespräche über das Internet genutzt, spricht man von Internet-Telefonie.



Der DSL-Anschlussstest von The Phone House zeigt übersichtlich, ob und welches DSL-Produkt der verschiedenen Anbieter an einer bestimmten Adresse zur Verfügung steht.

von DSL-Angeboten um mindestens ein Drittel gegenüber dem vorigen Geschäftsjahr zu steigern. Die Kunden honorieren unsere Objektivität.“ Genauso einfach wie der Überblick über das Angebot ist auch die restliche Abwicklung eines DSL-Verkaufs. Die jeweiligen Masken zeigen dem Händler, welche Angaben er wo machen muss – ein System, das auch von ungeübten Nutzern sehr schnell zu erlernen ist. Ist der Auftrag schließlich abgeschickt, kann der Händler über seinen Zugang bei The Phone House den aktuellen Status einzelner Verträge ebenso abrufen wie weitere Informationen, zum Beispiel seinen aktuellen Prämienstand.

verkaufen. Immerhin lassen sich auch damit attraktive Margen generieren“, so Dombrowski, „aber um DSL verkaufen zu können, ist das nicht zwangsläufig erforderlich.“ Um Fotohändlern den Einstieg zu erleichtern, hält The Phone House darüber hinaus ein umfassendes Unterstützungspaket bereit. Dazu gehört die Vor-Ort-Beratung des Händlers ebenso wie Schulungen durch The Phone House-Mitarbeiter oder Vertreter von Netzbetreibern, und auch die Ausstattung mit Werbe- und Verkaufsförderungsmitteln oder Präsentationsmöbeln ist sichergestellt. Und wer will, kann auch auf den Deko-service von T-Home zurückgreifen.



Nicht nur die redaktionell aufbereiteten Informationen zu den verschiedenen Sehenswürdigkeiten, die man sich schriftlich oder akustisch präsentieren lassen kann, zeichnen den Merian scout Navigator aus, sondern auch zahlreiche Hinweise auf Aktivitäten, die ebenfalls von den Redaktionen der Zeitschriften Merian und Feinschmecker ausgearbeitet wurden.

# Interaktive Reiseinfos

## Merian scout Navigator ist mehr als ein Navi

Noch vor gar nicht allzu langer Zeit war es kaum vorstellbar, dass Geräte für die mobile Navigation einmal zum Portfolio des Fotohandels gehören könnten. Doch wie andere Produktgruppen auch, haben diese High-Tech-Artikel in rasanter Geschwindigkeit ihren Siegeszug angetreten und sich als Produkte erwiesen, mit denen gute Erträge zu erzielen sind.

Inzwischen kann sich der Fotohandel sogar auf erklärungsbedürftige und gewinnbringende Navigationsgeräte mittlerer und hoher Preisklassen konzentrieren und das Feld fachkompetenzfreier Billigprodukte dem Lebensmittelhandel, den Kaffeeröstern oder sonstigen branchenfremden Vertriebskanälen überlassen. Eines der aktuellen Spitzenprodukte, der empfohlene Verkaufspreis lautet 779 Euro, die aufgrund ihrer umfassenden Möglichkeiten vor allem über kompetente Beratung verkauft werden können, ist der Merian scout Navigator.

Dieses Gerät eignet sich deshalb besonders gut für den Verkauf im Fotohandel, weil es über die üblichen Navigationsfunktionen hinaus als interaktiver multimedialer Reiseführer genutzt werden kann. Mittels GPS-Technologie erkennt der Merian scout Navigator, wo sich der Benutzer

gerade befindet. Durch Abfrage des aktuellen Bedarfs des Nutzers (Navigation, Restaurant, Sehenswürdigkeit, Shopping etc.) schlägt er aktiv verschiedene Alternativen vor und gibt nützliche Empfehlungen und Anregungen. Befindet sich auf dem Weg zum Ziel eine touristische Attraktion,

meldet sich der Reisebegleiter automatisch und bietet Informationen dazu zum Lesen (Text), Betrachten (Bild) oder Hören (AudioGuide) an. Hier liegt ein wesentlicher Unterschied zu anderen Navigationssystemen, die ebenfalls Informationen zu den sogenannten Points of Interest (POIs) anbieten: Die multimedialen Reiseinformationen des Merian scout Navigators werden unter anderem von den Redaktionen der Zeitschriften Merian und Feinschmecker ausgearbeitet und bieten das entsprechend hohe Niveau, für das auch die Printmedien stehen.

Die Informationen kann der Nutzer des Gerätes unabhängig von seiner Reise abrufen, also auch schon bei der Planung oder anschließend bei der Gestaltung eines Reise-Fotobuchs, für das er ergänzende Textinformationen sucht. Vorinstalliert sind über 800 Audiobeiträge zu touristischen Highlights (mehr als 30 Stunden) in Deutschland (DriveBy-AudioGuide), 27 Audiobeiträge (WalkBy-Audio-Guides) zu ausgesuchten Sehenswürdigkeiten in deutschen Großstädten sowie 100 kurze literarische Zeitreisen quer durch Deutschland.



Mit seinem ungewöhnlich großen Funktionsumfang bietet sich der Merian scout Navigator zum Verkauf im Fotofachhandel an.

## Robuste Man Taschen von Dörr

Dörr hat sein Portfolio um die robuste Taschenserie Man erweitert, die professionellen Ansprüchen gerecht werden soll. Als Material wird Balistic Nylon D1680 verwendet. Die Taschen sind mit extra Rucksackriemen und einem Bauchgurt ausgestattet und ermöglichen den Schnellzugriff auf Kamera und Zubehör. Wasserdichte Reißverschlüsse, eine Regenkapuze und der Gummi-Bodenschutz



bieten auch bei ungünstigen Wetterverhältnissen und an feuchten Standorten Schutz. An allen drei Taschenmodellen können zusätzlich Stative befestigt werden. Die Serie startet mit den drei Modellen Dörr Man 1 (32 x 16 x 17 cm) für eine Profi-DSLR-Kamera, drei bis vier Objektive, Blitzgerät und Zubehör, Dörr

Man 2 (37 x 19,5 x 22 cm) für eine Profi-DSLR-Kamera, drei bis sechs Objektive, Blitzgerät und Zubehör sowie Dörr Man 3 (43 x 20,5 x 22,5 cm) für zwei Profi-DSLR-Kameras, vier bis sieben Objektive, Blitzgerät oder Zubehör, bzw. eine komplette Mittelformatausrüstung oder ein Profi-Videosystem.

## quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

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

## Internetfähiges Sony Ericsson K660i

Sony Ericsson bringt mit dem K660i ein internetfähiges Handy auf den Markt, das durch seinen optimierten Internetbrowser das Surfen in HSDPA-Geschwindigkeit ermöglicht. Das Handy wurde von seiner Benutzeroberfläche her so ausgelegt, dass die Nutzung des Internets sehr einfach ist. Webseiten werden im Querformat dargestellt, und die Tasten ermöglichen den schnellen Zugriff auf die wichtigsten Browser-Funktionen. Die Verknüpfung mit Google Maps bietet Hilfe in vielen Situationen. Wer vergessen hat, wo das Restaurant war, schnell eine Straße suchen muss oder sich in einer fremden Stadt zurechtfinden will, kann diese Daten hier bekommen. Indem er seine aktuelle Adresse und den Zielort eingibt, weist das K660i den Weg. Das neue Sony Ericsson Quad-Band-Mobiltelefon K660i unterstützt HSDPA/UMTS sowie GSM/GPRS/EDGE und wird in den unkonventionellen Farben Lime-on-White und Wine-on-Black erhältlich sein. Die unverbindliche Preisempfehlung (ohne Vertrag) liegt bei 259 Euro.



## Jobo nimmt zwei neue Digitalrahmen mit 10,4"/26,42 cm-Diagonale ins Programm

Jobo hat sein Portfolio an digitalen Bilderrahmen vergrößert und mit den beiden neuen Modellen Photo Display PDJ100 und PDJ105 zwei optisch ansprechende Rahmen mit einer Bildschirmdiagonale von 26,42 cm (10,4") vorgestellt. Die Photo Displays zeichnen sich nach Jobo Angaben durch kristallklare Displays, große Speicher und benutzerfreundliche Funktionen aus. Das PDJ105 ist mit 512-MB-Speicher ausgestattet, das Photo Display PDJ100 mit 128 MB. Über die Speicherkarten-Slots können Bilder von CF, SD, MMC, MS, MS Pro und xD Karten sofort angezeigt und einfach gespeichert werden. Mittels USB OTG kann das Modell PDJ105 mit anderen



USB Geräten – wie zum Beispiel den Jobo Speichergeräten – verbunden und digitale Bilder bequem auf den Rahmen geladen werden. Die beiden neuen Jobo Photo Displays im klaren Acryl-Design und schwarzer Klavierlack-Optik bieten abwechslungsreiche, benutzerfreundliche Funktionen. Neben dem Anzeigen von Diashows und Collagen werden auch Bilderzoom und Drehfunktion sowie das Einblenden von Uhr und Kalender unterstützt. Eine Wandhalterung und eine Fernbedienung sorgen für hohen Komfort. Die beiden Photo Displays PDJ100 und PDJ105 sind ab sofort erhältlich. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten: PDJ100 209 Euro, PDJ105 239 Euro.

# Ricoh GR Digital II

## Bewährtes Konzept – verbesserte Leistung

Die Erfolgsstory der Ricoh GR begann vor mehr als zehn Jahren – damals noch als analoge Kleinbildkamera. Im Oktober 2005 kam die GR Digital auf den Markt, und genau wie beim analogen Ur-Modell überzeugte das einzigartige Konzept auch bei der digitalen Variante. Mit der neuen GR Digital II erlebt die Erfolgsstory der GR nun ihren vorläufigen Höhepunkt.



Es sind nur geringe, aber entscheidende Veränderungen, durch die sich die neue GR Digital II von ihrer Vorgängerin unterscheidet. An der Front fällt das fehlende Messfenster für die externe AF-Messung auf. Das neue interne AF-System arbeitet nun schnell und präzise, so dass eine externe Messung nicht mehr erforderlich ist. Das LC-Display hat jetzt eine Größe von 2,7 Zoll und eine Auflösung von 230.000 Pixeln (gegenüber 2,5 Zoll und 210.000 Pixeln) und ermöglicht einen Betrachtungswinkel bis zu 160° ohne Qualitätseinbuße. Ebenfalls von außen zu erkennen ist eine Taste zur Blitzaktivierung. Während bei der Vorgängerin eine automatische Blitzzuschaltung erfolgte, kann der

Anwender jetzt selbst entscheiden, ob er lieber mit oder ohne Blitz fotografieren möchte. Die Blitzstärke kann neuerdings ebenfalls manuell korrigiert werden. Ferner gibt es jetzt eine „Fn-Taste“ für benutzerdefinierte Einstellungen. Die entscheidenden Leistungssteigerungen befinden sich aber im Inneren der Kamera. Da wäre als erstes der CCD-Sensor, der auf 1/1,75 Zoll vergrößert wurde und eine Auflösung von 10,01 Megapixeln bietet (gegenüber 8,13 MP bei 1/1,8“). Der neu entwickelte Bildverarbeitungsprozessor „GR Engine II“ sorgt für eine schnellere Datenverarbeitung und verbessertes Rauschverhalten. So konnte beispielsweise die Datenverarbeitung einer RAW-Datei von 11

auf 3,8 Sekunden verringert werden. Außerdem steht eine Funktion zur Rauschreduzierung zur Verfügung. Völlig neu und äußerst effektiv ist eine elektronische Wasserwaage, die im Monitor angezeigt wird und die lotgerechte Ausrichtung der Kamera zum Beispiel bei Architektur- und Landschaftsaufnahmen mit starker Horizontbetonung erleichtert. Beim Zubehör hat sich ebenfalls etwas getan. So wurden der aufsteckbare Sucher (Minifinder GV2) kompakter und die Vorsatzobjektive um einen sogenannten Telekonverter erweitert, der die Standard-Brennweite von 28 mm auf ca. 40 mm verlängert. Das Zubehör ist mit beiden Modellen kompatibel.

**Caplio RR770**



Dass eine Einsteigerkamera nicht nur mit einem attraktiven Preis (169,- Euro UVP), sondern auch mit technischen Details überzeugen kann, beweist Ricoh mit der neuen Caplio RR770, die die Nachfolge der RR750 antreten wird. Neben einer Auflösung von 7,1 Megapixeln gehört der hochauflösende 3-Zoll-Monitor (230.000 Pixel) zu den primären Ausstattungsmerkmalen. Des Weiteren bietet die nur 140 Gramm leichte Caplio 3fach-Zoom (34 bis 102 mm), Makro ab 5 cm, sieben Aufnahmefunktionen (inkl. Video), 32-MB-Speicher und SD-Speicherkarten-Steckplatz.



*Der Monitor wurde auf 2,7 Zoll vergrößert, und der neue aufsteckbare Sucher ist kompakter geworden.*



**90 Jahre  
Stativinnovationen**

# Gitzo feiert Geburtstag

**Limitiertes Titanstativ  
zum Jubiläum**

Durch innovative Stativlösungen und kompromisslose Qualität hat sich Gitzo als feste Größe im Profibereich etabliert. In diesem Jahr kann die Traditionsmarke ihren 90. Geburtstag feiern. Gefeiert wird mit einer Weltpremiere: dem ersten Stativ mit einem Titangelenk.

Gegründet wurde das Unternehmen 1917 durch den französischen Ingenieur Arsène Gitzhoven. In den Anfangsjahren wurden Filmkassetten aus Holz und Metall für eine Vielzahl europäischer Kamerahersteller gefertigt. Mitte der zwanziger Jahre begann die Produktion eigener Kamerasysteme von 6 1/2 x 11 Zoll bis 24 x 36 cm. Im Jahr 1930 wurde zudem anderes Präzisionszubehör wie Blitzlichtadapter, Kabelauslöser, Kameraverschlüsse oder Filmpack-Rahmen hinzugenommen, deren Fertigung bis ins Jahr 1990 reichte. Ende der vierziger Jahre startete die Entwicklung und Produktion von Stativen, Stativköpfen und dem entsprechenden Zubehör. Inner-

halb weniger Jahre avancierte Gitzo zum Synonym für Stativqualität.

1992 erfolgte die Integration in die Vitec Group und der Umzug der Entwicklung und Produktion nach Italien. Unter dem neuen Dach wurde die Entwicklung der Produktpalette forciert und durch neue Materialien verbessert. Jüngste Innovation ist das Jubiläumsstativ Titanium Traveler GT90TT, eine Sonderauflage des legendären Traveler Stativs, das auf weltweit 390 Stück limitiert wurde. Die Besonderheit des Carbon-Stativs ist das Stativgelenk, das aus hochwertigem, langlebigem und extrem belastbarem Titanium besteht. Dadurch

konnte eine Verdoppelung der maximalen Belastung auf 8 kg erreicht werden, und das bei einem geringen Eigengewicht von 1,18 kg und einer maximalen Höhe von 146 cm. Titanium zeichnet sich durch eine einzigartige Härte, Farbe und Oberflächenbeschaffenheit aus. Zusätzlich gilt es als absolut korrosionsfest.

Das Sondermodell wird zusammen mit einem schwarzen, hochwertigen Lederköcher inklusive Trägersystem ausgeliefert. Durch eine Gravur des Käufernamens erfolgt eine Individualisierung dieses einmaligen Kult-Objekts. Der Preis (inkl. MwSt.) liegt bei 2.099,- Euro.



Links: Gitzo war und ist bei Profis in aller Welt für innovative Stativlösungen bekannt. Rechts: Arsène Gitzhoven gründete 1917 das erfolgreiche Unternehmen in Frankreich.

# Nische für den Fachhandel

## Analoge Kameramodelle im Überblick

Es gibt sie noch, die analogen Sucher- und SLR-Kameras. Zwar ist die Modellvielfalt gegenüber den rund 900 aktuellen Digitalmodellen verschwindend gering, aber immerhin wurden von Januar bis August dieses Jahres ca. 140.000 Stück dieser Kategorie verkauft. Zahlreiche Anfragen unserer Leser nach lieferbaren Analogmodellen haben die Redaktion von *imaging+foto-contact* veranlasst, sich diesem immer noch wichtigen Bereich zu widmen. Die derzeit lieferbaren Kameras finden Sie in den Tabellen auf den folgenden Seiten.

Die Stückzahl der verkauften analogen Kameras ging im Vergleich zum Vorjahr zwar erneut um 50 Prozent zurück, trotzdem lohnt es sich für den traditionellen Fotohandel, sich diesem Bereich zu widmen. Denn wo sonst kann der Verbraucher diese Kameras, das entsprechende Zubehör und die erforderliche Beratung finden? Die auf Stückzahlen und schnellen Produktumschlag fixierten Technikhändler haben sich von der traditionellenameratechnik bereits verabschiedet. Grund genug für den Fotohandel, sich diese Nische zu eigen zu machen.

Es ist vielfach die ältere Generation der Verbraucher, die sich nicht mit Digital- und Computertechnik beschäftigen will und deshalb nach wie vor analoge Kameras präferiert. Das gilt sowohl für solche, die mit einfach zu bedienenden Modellen Erinnerungen festhalten wollen, als auch für engagierte SLR-Fotografen und Profis, die ihre Ausrüstung erneuern möchten. Aber auch bei den Jüngeren findet man noch genügend Fans der klassischen Fotografie. Für viele ist es nach wie vor erstrebenswert, eines der klassischen Modelle der renommierten Hersteller zu besitzen, ohne nach dem Preis oder Nutzen

zu fragen. Vielmehr zählen Renommee, mechanische Verarbeitung, haptische Anmutung und emotionale Erwägungen. Und gerade diese, in den meisten Fällen hochpreisigen Kameramodelle sind es, die auch die Beratungskompetenz des Fotohandels erfordern.

Zweifelsohne werden die Verkaufszahlen der analogen Kameras auch in den nächsten Jahren weiter sinken. Trotzdem: Solange eine Nachfrage besteht – und sei sie noch so gering – sollte die analoge Nische mit Kameras, Filmen und dem entsprechenden Zubehör vom Fachhandel gepflegt und gefördert werden. Schließlich bringt sie nicht nur einen zusätzlichen Umsatz, sondern auch eine Rendite, die mit digitalen Produkten nur schwer zu erzielen ist.

Hersteller/Modell	Braun Action BF-1	Braun FM 300	Braun Handy-S
			
UVP (Euro)	40,95 im Set*	30,95 im Set*	20,95 im Set*
Typ	Sucherkamera	Sucherkamera	Sucherkamera
Scharfeinstellung	AF ab 1,5 m	AF ab 1,5 m	Fixfokus
Batterietyp	2 x AA	2 x AA	2 x AAA
Maße (in mm)	118 x 68 x 43	122 x 73 x 43	108 x 62,5 x 40
Gewicht	181 Gramm	173 Gramm	112 Gramm
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Großbildsucher</li> <li>• Automatische Belichtung</li> <li>• Automatikblitz</li> <li>• Motorische Filmfunktionen</li> <li>• DX-Einstellung</li> </ul> *mit Film, Tasche Batterien und Trageriemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Großbildsucher</li> <li>• Automatische Belichtung</li> <li>• Automatikblitz</li> <li>• Motorische Filmfunktionen</li> <li>• DX-Einstellung</li> </ul> *mit Film, Tasche Batterien und Trageriemen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manueller Filmtransport</li> <li>• Blitz (manuell)</li> <li>• Standard- oder Panoramaformat</li> </ul> *mit Film, Tasche Batterien und Trageriemen

Hersteller/ Modell	Braun SR 2000 MD/PK	Braun SR 2000 Y	Canon EOS IV	Canon EOS 30V	Canon EOS 300X	Canon EOS 3000V	Fujifilm ClearShot VII
							
UVP (Euro)	205,-*	205,-*	2.358,46 Gehäuse	409,32 Gehäuse	234,93 Gehäuse	152,86 Gehäuse	14,99
Typ	SLR-Kamera	SLR-Kamera	SLR-Kamera	SLR-Kamera	SLR-Kamera	SLR-Kamera	Sucherkamera
Scharfeinstellung	manuell	manuell	AF oder manuell	AF oder manuell	AF oder manuell	AF oder manuell	Fixfokus ab 1,5 m
Batterietyp	2 x LR44	2 x LR44	1 x 2CR5	2 x CR123A	2 x CR2	2 x CR2	1 x AA
Maße (in mm)	136 x 87 x 54	136 x 87 x 54	161 x 120,8 x 70,8	146,7 x 103 x 69	130 x 90 x 64	130 x 88 x 64	107 x 63,5 x 38,5
Gewicht	434 Gramm	434 Gramm	945 Gramm	575 Gramm	365 Gramm	340 Gramm	120 Gramm
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für Objektive mit Minolta MD- bzw. Pentax K-Bajonett</li> <li>• manuelle Einstellungen</li> <li>*mit Zoomobjektiv 28-70 mm, Batterien, Tasche, und Tragegurt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für Objektive mit Yashica-Bajonett</li> <li>• Mehrfachbelichtungen</li> <li>• manuelle Einst.</li> <li>*mit Zoomobjektiv 28-70 mm, Batterien, Tasche, und Tragegurt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Automatische oder manuelle Einstellungen</li> <li>• 45 AF-Felder</li> <li>• Serienaufnahmen</li> <li>• 20 Individual-Funktionen mit 63 Einstellungen</li> <li>• 30-1/8.000 s</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Automatische oder manuelle Einstellungen</li> <li>• 7 AF-Felder</li> <li>• Messfeldwahl mit Augensteuerung</li> <li>• 4 Bilder/Sek.</li> <li>• Blitz</li> <li>• 30-1/4.000 s</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Automatische oder manuelle Einstellungen</li> <li>• 7 AF-Felder</li> <li>• 6 Individual-Funktionen</li> <li>• 6 Motivprogr.</li> <li>• Blitz (LZ 13)</li> <li>• ISO bis 6.400</li> <li>• 30-1/4.000 s</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Automatische oder manuelle Einstellungen</li> <li>• 7 AF-Felder</li> <li>• Zahlreiche Belichtungs-funktionen</li> <li>• 1,5 Bilder/Sek.</li> <li>• Blitz (LZ 12)</li> <li>• 30-1/2.000 s</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 27 mm Objektiv</li> <li>• Großer Sucher</li> <li>• Automatische Belichtung</li> <li>• Manuelle Blitz-zuschaltung</li> <li>• Manuelle Film-funktionen</li> <li>• DX-Einstellung</li> </ul>

Hersteller/ Modell	Fujifilm ClearShot MII	Fujifilm Zoom 70V	Fujifilm Zoom 120V	Leica M7	Leica MP	Leica R9	Minox GT-S
							
UVP (Euro)	19,99*	69,-	99,-*	3.395,- Gehäuse	3.395,- Gehäuse	2.995,- Gehäuse	519,-*
Typ	Sucherkamera	Sucherkamera	Sucherkamera	Mess-Sucher	Mess-Sucher	SLR-Kamera	Mess-Sucher
Scharfeinstellung	Fixfokus ab 1,2 m	AF ab 1,2 m	AF ab 0,65 m	manuell	manuell	manuell	manuell ab 0,7 m
Batterietyp	2 x AA	2 x AA	1 x CR123A	2 x DL 1/3 N	1 x DL 1/3 N	2 x CR2	2 x DL 1/3 N
Maße (in mm)	106 x 66 x 42	114 x 68 x 41	110 x 63 x 49	138 x 79,5 x 38	138 x 77 x 38	158 x 101 x 62	100 x 61 x 34
Gewicht	110 Gramm	200 Gramm	185 Gramm	610 Gramm	585 Gramm	790 Gramm	190 Gramm
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 29 mm Objektiv</li> <li>• Großer Sucher</li> <li>• Automatische Belichtung</li> <li>• Automatikblitz</li> <li>• Motorische Film-funktionen</li> <li>*mit Film, Tasche Batterien und Trageriemen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35-70 mm Zoomobjektiv</li> <li>• Zoomsucher</li> <li>• Automatische Belichtung</li> <li>• Automatikblitz</li> <li>• Motorische Film-funktionen</li> <li>• DX-Einstellung</li> <li>• Easy-Loading</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 38-120 mm Zoomobjektiv</li> <li>• Automatische Belichtung</li> <li>• Automatikblitz</li> <li>• Motorische Film-funktionen</li> <li>*mit Film, Tasche Batterien und Trageriemen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für Wechsel-objektive mit M-Bajonett</li> <li>• Leuchtrahmen-Mess-Sucher</li> <li>• Zeitautomatik oder manuell</li> <li>• 32 - 1/1.000 s</li> <li>• In Silber oder Schwarz erh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für Wechsel-objektive mit M-Bajonett</li> <li>• Leuchtrahmen-Mess-Sucher</li> <li>• Manuelle Belichtung</li> <li>• 1 - 1/1.000 s</li> <li>• In Silber oder Schwarz erh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für Wechsel-objektive mit R-Bajonett</li> <li>• Mehrfach-Auto-matik</li> <li>• Mikroprozessor-Steuerung</li> <li>• 16 - 1/8.000 s</li> <li>• In Silber oder Schwarz erh.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objektiv 2,8/35</li> <li>• Doppelaufzug</li> <li>• Glasfaserverst.</li> <li>• Makrolon-Geh.</li> <li>• Zeitautomatik</li> <li>• 30 - 1/500 s</li> <li>• DX-Einstellung</li> <li>• Langzeitwarnung</li> <li>*mit Elektronen-blitz FC-S</li> </ul>

# Handel

Hersteller/ Modell	Nikon F6	Olympus μ[mju:]III 80	Olympus SZ-80S	Olympus Trip AF 60	Olympus Trip AF 61	Praktica M50 BF2	Praktica M60/M60AF
							
UVP (Euro)	2.089,- Gehäuse	109,- im Kit*	59,90 im Kit*	39,90 im Kit*	49,90 im Kit*	18,-*	23,-* / 30,-*
Typ	SLR-Kamera	Sucherkamera	Sucherkamera	Sucherkamera	Sucherkamera	Sucherkamera	Sucherkamera
Scharfeinstellung	AF oder manuell	AF ab 0,6 m	Autofokus	Autofokus	Autofokus	Fixfokus ab 1,4 m	Fixfokus / AF
Batterietyp	Akku EN-EL4	1 x CR2	k. A.	k. A.	k. A.	2 x AAA	2 x AAA
Maße (in mm)	157 x 119 x 78,5	111,5 x 59 x 40	k. A.	k. A.	k. A.	103 x 65 x 38	101 x 62 x 34
Gewicht	975 Gramm	180 Gramm	k. A.	k. A.	k. A.	120 Gramm	115 Gramm
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Metallgehäuse</li> <li>• 5,5 Bilder/Sek.</li> <li>• 11 AF-Felder</li> <li>• 41 Individual-Funktionen</li> <li>• 3D-Color-Matrixmessung</li> <li>• Großes Objektiv- und Zubehörangebot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2,1fach-Zoom (38–80 mm)</li> <li>• 11-Punkt-AF</li> <li>• 6 Blitzmodi</li> <li>• Wetterfest</li> <li>• Verwacklungswarnung</li> <li>*mit Film, Tasche Batterien und Trageriemen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2,1fach-Zoom (38–80 mm) mit asphärischen Glaselementen</li> <li>• Unendlichmodus</li> <li>• 6 Blitzmodi</li> <li>• Aluminiumgeh.</li> <li>*mit Film, Tasche Batterien und Trageriemen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 28 mm Objektiv</li> <li>• Automatische Blitzzuschaltung</li> <li>• Automatischer Filmtransport</li> <li>• Selbstauslöser</li> <li>*mit Film, Tasche Batterien und Trageriemen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 28 mm Objektiv</li> <li>• Automatische Blitzzuschaltung</li> <li>• Selbstauslöser</li> <li>• Trip AF 61 QD mit Datenrückwand (59,90 €)</li> <li>*mit Film, Tasche Batterien und Trageriemen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Großer Sucher</li> <li>• 28 mm Objektiv</li> <li>• motorischer Filmtransport / Rückspulung</li> <li>• DX-Einstellung</li> <li>• Blitz</li> <li>*auch mit Datenrückwand lieferbar (24,- Euro)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 26 mm Objektiv</li> <li>• Motorische Filmfunktionen</li> <li>• DX-Einstellung</li> <li>• Blitz</li> <li>• LC-Display</li> <li>*jeweils auch mit Datenrückwand lieferbar (33,- / 39,- Euro)</li> </ul>

Hersteller/ Modell	Praktica Z 2860 AF	Voigtländer Bessa R2A/R3A	Voigtländer Bessa R2M	Voigtländer Bessa R3M	Voigtländer Bessa R4A/R4M	Zeiss Ikon Messsucher	Zeiss Ikon SW-Kamera
							
UVP (Euro)	59,-	599,- Gehäuse	999,-*	999,- Gehäuse	699,- Gehäuse	1.449,- Gehäuse	899,- Gehäuse
Typ	Sucherkamera	Mess-Sucher	Mess-Sucher	Mess-Sucher	Mess-Sucher	Mess-Sucher	Sucherkamera*
Scharfeinstellung	AF ab 1,25 m	manuell	manuell ab 1 m	manuell	manuell	manuell	manuell
Batterietyp	2 x AA	2 x LR44	2 x LR44	2 x LR44	2 x LR44	2 x LR44	1 x CR 1/3
Maße (in mm)	110 x 66,4 x 38	135 x 81 x 33	135 x 81 x 33	135 x 81 x 33	135 x 81 x 33	138 x 78 x 32	138 x 72,5 x 32
Gewicht	176 Gramm	430 Gramm	430 Gramm	430 Gramm	440 Gramm	500 Gramm	395 Gramm
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 28 – 60 mm Zoomobjektiv</li> <li>• Zoomsucher</li> <li>• Motorische Filmfunktionen</li> <li>• DX-Einstellung</li> <li>• Blitz (Leitzahl 9)</li> <li>• LC-Display</li> <li>• Nachtaufnahme-Modus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechselobjektive mit M-Bajonett (15 bis 90 mm)</li> <li>• Sucher mit Entfernungsmesser</li> <li>• Metallschlitzverschluss</li> <li>• Blitzschuh und X-Kontakt</li> <li>• Entf.-Messer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechselobjektive mit M-Bajonett (15 bis 90 mm)</li> <li>• Sucher mit Entfernungsmesser</li> <li>• Metallschlitzverschluss</li> <li>*Jubiläummodell mit Objektiv Heliar 2/50 mm</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechselobjektive mit M-Bajonett (15 bis 90 mm)</li> <li>• Sucher mit Entfernungsmesser</li> <li>• Metallschlitzverschluss</li> <li>• Blitzschuh und X-Kontakt</li> <li>• Entf.-Messer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechselobjektive mit M-Bajonett (15 bis 90 mm)</li> <li>• Sucher mit Entfernungsmesser</li> <li>• Metallschlitzverschluss</li> <li>• Blitzschuh und X-Kontakt</li> <li>• Entf.-Messer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechselobjektive mit M-Bajonett (15 bis 85 mm)</li> <li>• Zeitautomatik</li> <li>• manueller Filmtransport</li> <li>• Sucher mit Entfernungsmesser</li> <li>• In Schwarz oder Silber erhältlich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Speziell für Vw-Fotografie</li> <li>• Wechselobjektive mit M-Bajonett (15 bis 85 mm)</li> <li>• *Aufsteckbare Sucher je nach Brennweite</li> <li>• In Schwarz oder Silber erhältlich</li> </ul>



### Neue Profi-Taschenserie Defender von Hama

Die neue Fototaschenserie Defender von Hama soll Maßstäbe im professionellen und semiprofessionellen Bereich setzen. Deshalb zeichnen sich die Taschen nicht nur durch exzellente Verarbeitung, durchdachte Detaillösungen und hohe Funktionalität aus, sondern sie lassen sich auch den individuellen Anforderungen des jeweiligen Nutzers anpassen. Dafür stehen Barricades und L-Divider in verschiedenen Formen zur Verfügung. Barricades sind Raumteiler, die sich gerade, winklig oder gebogen und trotzdem haltgebend

einsetzen lassen. Sie umhüllen, stabilisieren und schützen die einzelnen Ausrüstungsgegenstände und lassen sich je nach Bedarf schnell umpositionieren. L-Dividers umschließen jede Form und geben zusätzlichen Halt. Sie können waagrecht und senkrecht, einzeln oder gestapelt genutzt und zu Quadraten oder Rechtecken zusammengefügt werden. Äußeres Erkennungszeichen der Defender Taschen ist das tiefschwarze Material mit charakteristischen Streifen im Carbon-Look. Das Hauptfach aller Modelle der Serie



lässt sich vom Körper weg öffnen, der „Attack-Schnellzugriff“ ist per wasserabweisendem Doppelreißverschluss möglich. Cargo-Schlaufen an den Seiten und Leash-Stativhalter an vielen Modellen stellen sicher, dass auch Zubehör transportiert werden kann, das nicht (mehr) in die Tasche passt. Als Material für Flaps und den Deckel verwendet Hama Ultra Dobby Nylon. Das Tarpolin-Bodenmaterial ist besonders schmutz- und wasserabweisend. Auf alle Modelle gewährt der Hersteller 30 Jahre Garantie.

Zur Abverkaufsunterstützung hält Hama verschiedene Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien bereit. So gibt es beispielsweise Prospekte, und an jeder Tasche findet sich ein Anhänger mit den wichtigsten Produktinformationen. Mit Verbraucheranzeigen sorgt Hama außerdem für Aufmerksamkeit.

### Neue Zeiss Objektivreihe ZF-I für anspruchsvolle industrielle Anwendungen

Mit der neuen Objektivreihe ZF-I bringt Carl Zeiss hochwertige Optiken auf den Markt, die für die anspruchsvollen Aufgaben bei industriellen Applikationen optimiert wurden. Die Abbildungseigenschaften der ZF-I Objektivreihe sind den Angaben des Unternehmens zufolge ebenso hervorragend wie die der ZF-Objektive. Äußerlich ist die Industrie-Variante auf einen Blick am silbernen Metallgehäuse erkennbar. Die ZF-I Reihe ist zusätzlich besonders für den rauen technischen Einsatz ausgestattet. Die Objektivreihe sind spritzwassergeschützt und speziell gegen Staub abgedichtet. Einsatzgebiete für die neuen Industrieobjektive sieht Zeiss neben dem klassischen „image capturing“ vor allem in Anwendungen wie Machine



Vision, Qualitätssicherung und Nahbereichsphotogrammetrie. Für Aufgaben dieser Art sind sowohl die Blendeneinstellung als auch die Fokussierung fixierbar. Dafür werden die Objektivreihe mit jeweils fünf Feststellschrauben geliefert, mit denen sich einmal eingestellte Justierungen zuverlässig sichern lassen. Die ersten verfügbaren Varianten der neuen Industrieobjektivreihe sind die Weitwinkel-Brennweiten Distagon T\* 2,8/25 ZF-I, Distagon T\* 2/28 ZF-I sowie Distagon T\* 2/35 ZF-I. Alle Objektivreihe bieten die sprichwörtliche Abbildungsleistung und Farbtreue im Zeiss Standard, und sie verfügen mit dem F-Bajonett über den im technischen Bereich weitestverbreiteten Standard-Kameraanschluss.

# Es gibt kein „heiliges“ Streikrecht!

# Kann man von „Erfolg“ sprechen, wenn andere viele Millionen Euro verlieren?

Schon in meinem letzten Kommentar habe ich geschrieben, dass die Politiker eingreifen müssen, damit „Sparten-Gewerkschaften“ nicht wie kleine Kinder mit einem Rasiermesser spielen dürfen und dabei viele Millionen Euro Schaden verursachen, nur weil sie ein paar eigene, nur zum Teil verständliche finanzielle Forderungen für ihre kleine Lokführer-Gewerkschaft durchsetzen wollen. Ich freue mich, dass ich sogar mit dem Parteivorsitzenden der SPD, Kurt Beck, einmal einer Meinung bin. Für mich sind Streikführer wie Schell und Weselsky mit dem Versuch, ihre Wünsche kompromisslos durchzusetzen, so etwas wie „Wirtschaftskriminelle“, weil sie zu ihrem Eigennutz der Allgemeinheit mit Dauerstreiks drohen und ihr dann sehr schnell unangemessene, große Schäden zufügen können.

Was ich als besonders schlecht in unserem Lande empfinde, ist die Tatsache, dass, laut Urteil des Sächsischen Landesarbeitsgerichtes in Chemnitz, die rücksichtslosen Streiker unter dem Schutz der „Tarifautonomie“ sozusagen einen Blanko-Scheck in der Hand haben, der ausreicht, um Wirtschaft und Industrie und damit unseren beginnenden Aufschwung auf das stärkste zu schädigen. Dauerstreiks können also möglich sein! Das darf wegen der Unverhältnismäßigkeit einfach nicht sein! Hier ist der Gesetzgeber gefordert.

Die Sache wird auch nicht verständlicher, wenn Mitarbeiter des Zweiten Deutschen Fernsehens auf irgendwelche Bahnhöfe gehen und ein paar Bahn-Kunden befragen, die dann mehr

oder weniger für oder gegen den Bahnstreik sind, weil sie „aus dem Bauch heraus“ urteilen und die richtigen Probleme gar nicht kennen. Viel sichtbarer wird das Problem, weil es schon nach ein paar Streiktagen zu Millionen-Schäden im Hamburger Hafen gekommen ist, da große Frachtschiffe den Hamburger Hafen erst gar nicht angelaufen haben, sondern stattdessen in Rotterdam, in England oder Irland ihre Fracht löschten, die dann mit LKW's nach Deutschland gefahren werden musste. Leider hört man dazu nichts von einem ach so wachsamem Umweltschutz-Minister Gabriel, der doch diese zusätzliche Luftverschmutzung eigentlich schärfstens verurteilen müsste.

Ich empfinde es zum Jahresschluss 2007 richtig tragisch, wenn ich sehe, wie unsere Politiker, anstatt sich um wichtige Themen – wie z. B. Sparten-Gewerkschaften in der EU – für unser ganzes Volk zu kümmern, sich dafür gegenseitig mit Verunglimpfungen heruntermachen. Da wird der Bundeskanzlerin beim Thema Mindestlohn gleich „Wortbruch“ oder „Treulosigkeit“ usw. vorgeworfen; oder wenn ich daran denke, was der Bundestags-Vizepräsident Thierse über Alt-Bundeskanzler Kohl gesagt hat; oder wenn wir hören mussten, wie manche Politiker das Ausscheiden des Parteivorsitzenden Müntefering kommentierten, dann darf es einen nicht wundern, wenn das Ansehen Deutschlands in der ganzen Welt, das gerade durch unsere Bundeskanzlerin sichtlich verbessert wurde, wieder negativ ausfällt, so dass wir uns als

Deutsche eigentlich schämen müssten, solche Politiker zu haben.

### Zum Schluß: Wofür ich gerne streiken möchte!

Ein großes Thema ist zur Zeit der mögliche Abbau unseres Schuldenberges aufgrund der vielen Milliarden zusätzlicher Steuereinnahmen. Hierbei erlaube ich mir, an Alfred Herrhausen, den früheren Chef der Deutschen Bank, zu erinnern (er wurde am 30. November 1989 in Bad Homburg ermordet), und an den früheren SPD-Politiker Karl Otto Pöhl, der zum Zeitpunkt der Wiedervereinigung Deutschlands Chef der Deutschen Bundesbank war. Beide Herren haben den damaligen CDU-Bundeskanzler Kohl inständig gebeten, keine Umstellung der Ost-Mark zur D-Mark 1:1 bei der Vereinigung von West und Ost vorzunehmen (der Tageskurs war damals etwa 1 D-Mark zu 6–7 Ostmark). Als Pöhl 1991 von seinem Amt zurücktrat, war von Insidern zu hören, dass die Vorgehensweise von einem unbelehrbaren Kohl ihn zum Rücktritt veranlasst hat, weil wir dadurch freiwillig ca. 200 Milliarden zusätzliche DDR-Schulden übernommen haben, die dazu führten, dass wir bis heute noch monatlich mit dem Solidarabzug bestraft werden – und das mindestens bis 2019! Bei den vielen Milliarden zusätzlicher Steuereinnahmen in diesem Jahr wäre es wirklich an der Zeit, dass sich unsere Politiker endlich entschließen, diese permanente „Volksbestrafung“ endgültig abzuschaffen. Es würde dann auch das Eintreten, was sich alle Wirtschaftler wünschen, nämlich ein gesteigerter Inlands-Konsum. H. J. Blömer

## Lowepro führt neue Taschen für Notebooks ein

Lowepro führt eine neue, hochwertige Notebooktaschen-Serie namens Factor ein, die für Young Professionals und Studenten entworfen wurde. Die komfortable und haltbare Factor Serie umfasst drei sehr leichte Modelle: 1. Slim Factor Taschen, 2. Messenger und 3. einen Rucksack für verschiedene Platzbedürfnisse. Die Slim Factor gibt es in den Größen klein, mittel und groß; und die Messenger Factor wird in mittel und groß angeboten. Für maximalen

Komfort bietet die Factor Serie Schutz für 12–13 Zoll, 14–15,4 Zoll und 15,4–17 Zoll Notebooks. Alle Factor Taschen bieten einen verstärkten, gepolsterten Schutz für das Notebook und langlebige, wasserabweisende Außenmaterialien in Schwarz oder in Zieffarben. Die Slim Factor ist in drei Größen



erhältlich mit jeweils erweiterbaren Fronttaschen. Die Messenger Factor Tasche ist mit einer atmungsaktiven, gepolsterten Netzurückseite zur besseren Luftzirkulation sowie mit außen leicht erreichbaren Taschen für einen schnellen Zugang auf das Computernetzwerk ausgestattet. Die Schultergurte des Rucksacks „Backpack Factor“ sind ergonomisch geformt und mit einer integrierten Handytasche versehen. Die Factor Serie erweitert das Lowepro Sortiment an Notebooktaschen um sechs Modelle in drei Farben mit einem ansprechenden, aktuellen Design. Alle Taschen sind flugzeugtauglich als Handgepäck und ab sofort für den Handel zu haben. Die unverbindlichen Preisempfehlungen liegen zwischen 34,99 Euro und 74,90 Euro.

## tecxus Mignon-Zellen jetzt auch im Zehner-Vorratspack

Für alle, die im Alltag besonders viele elektronische Geräte nutzen oder einfach nur gut vorsorgen möchten, bietet tecxus seine Alkaline Mignon-Zellen jetzt nicht nur im klassischen Vierer-Blister, sondern auch im praktischen Vorratspack mit zehn Zellen an. Der Käufer bezahlt aber nur acht Zellen – und bekommt zwei gratis dazu. Alkaline-Zellen sind nicht nur für eine ganze Reihe unterschiedlicher Geräte geeignet, sondern auch sofort einsetzbar. Sie sind außerdem aufgrund ihrer geringen Selbstentladung sehr lange lagerfähig und bieten ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Der tecxus Aktions-Blister 8 + 2 ist ab sofort erhältlich.





## PHOTO + MEDIENFORUM KIEL

### 36. Hauptlehrgang 2008

**Handelsfachwirt/-in (IHK) Fachrichtung "Foto- und Medientechnik"**  
3. Januar bis 18. Juni 2008

Verantwortung übernehmen, den Aufstieg im Beruf in den Branchen des "Umfeld des Bildes" schaffen! Das setzt Fachkompetenz und einen erweiterten kaufmännischen Horizont voraus. In praxisnaher Ausbildung wird Ihnen das notwendige Wissen der Betriebswirtschaftslehre und der Foto-/Medientechnik vermittelt.

- 1. Kaufmännischer Teil: Abschluss "Handelsfachwirt (IHK)" vom 03.01.-03.04.2008
- 2. Foto- und Medientechnik: Abschluss "IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik" vom 07.04.-18.06.2008

Eine Förderung nach Meister-BaföG und BFD ist möglich.

PHOTO + MEDIENFORUM KIEL Feldstr. 9-11 24105 Kiel Tel.: 04 31 / 57 97 00  
Fax: 04 31 / 56 25 68 www.photomedienforum.de mail@photomedienforum.de

### Abfindungen

...werden von Arbeitnehmern gerne gegen den Job getauscht – es lohnt sich. Die einzige, die das Glück trübt, ist die Agentur für Arbeit. Sie kann bei grundloser Lösung von Beschäftigungsverhältnissen eine Sperrzeit verhängen. Das ist bei einem gerichtlichen Vergleich zwar grundsätzlich ausgeschlossen. Es kommt aber auf den Einzelfall an. Ist der Prozessvergleich nur ein Umgehungsgeschäft, läuft der Arbeitnehmer in die Sperrzeitfalle (BSG – Urteil vom 17.10.2007 – B 11a AL 51/06 R).

### Heiße Tage

...hat nicht jeder Sommer. Trotzdem kann es passieren, dass sich Geschäfts- und Büroräume aufheizen. Ob das immer gleich ein Mietmangel ist, der zur Minderung berechtigt, muss nach den Umständen des Einzelfalls geklärt werden. Dabei kommt es entscheidend auf die Vereinbarungen im Mietvertrag an. Es gibt keinen generellen Anspruch des Mieters auf Einbau einer Klimaanlage oder einer Dach- oder Fassadendämmung (OLG Frankfurt am Main – Urteil vom 19.1.2007 – 2 U 106/06).

### Stichtagsregelungen

...haben sich im Sonderzahlungsrecht fest etabliert. Vorformulierte Vertragsklauseln können allerdings unwirksam sein, wenn sie den Vertragspartner entgegen Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Das kann bei unklaren und unverständlichen Regelungen der Fall sein. Sichert eine Vertragsklausel die Teilnahme am betrieblichen Bonus-system und sagt eine andere, dass die Zahlung freiwillig sei, ist das widersprüchlich – und unwirksam (BAG – Urteil vom 24.10.2007 – 10 AZR 825/06).

### Übererlös

...heißt beim Leasingvertrag, was nach einem Schaden in der Vollkaskoversicherung übrig bleibt, wenn die Zahlung des Versicherers höher als der amortisierte Gesamtaufwand einschließlich des kalkulierten Gewinns ausfällt. Leasinggeber und Leasingnehmer streiten sich dann oft, wem dieses Geld zusteht. Klare Antwort des Bundesgerichtshofs: Die Voll-

## Im Fokus: Wenn's mal wieder peinlich war...

Der **Markt** schreit nach Bildern, die andere bloßstellen. Die Peinlichkeiten der Nation gewinnen eine zunehmende Fangemeinde. Das Amüsement der einen ist das Leid der anderen – aber die sind nicht schutzlos.

Die **Einwilligung** des Abgebildeten ist die erste Voraussetzung für eine Veröffentlichung von Bildern. Das Okay wird vermutet, wenn der Fotografierte für seine Abbildung Geld bekommen hat. Der Gesetzgeber will nicht verhindern, dass sich Leute freiwillig blamieren. Nun, wer's braucht...

Das **Kunsturhebergesetz** (KunstUrhG) kennt auch Fälle, in denen keine Einwilligung erforderlich ist. Der Persönlichkeitsschutz tritt unter anderem bei Bildnissen aus dem Bereich der Zeitgeschichte, bei Bildern, auf denen Personen nur schmückendes Beiwerk sind, und bei Bildern von Versammlungen zurück (§ 23 Abs. 1 KunstUrhG). Die öffentliche Neugier wird hier höher bewertet.

Der **Persönlichkeitsschutz** ist auch in Fällen des § 23 Abs. 1 KunstUrhG nicht völlig aufgehoben. Die einwilligungslose Veröffentlichung von Bildern wird mit § 23 Abs. 2 KunstUrhG wieder eingeschränkt. Das Verbreiten oder Zur-Schau-Stellen ist unzulässig, wenn dadurch ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten verletzt wird. Ob das der Fall ist, muss durch eine sorgfältige Abwägung der Interessen der Person und der Öffentlichkeit herausgefunden werden.

Die **Rechtsfolgen** einer widerrechtlichen Herstellung oder Verbreitung von Fotos sind breit gefächert. Das erste, woran man denkt, sind Unterlassungsansprüche. Der zweite Schritt geht in Richtung Geld: Wer der Öffentlichkeit auf Kosten anderer Bilder präsentiert, kann auf Schadensersatz oder fiktive Lizenzgebühren in Anspruch genommen werden. Beide Ansprüche stehen nebeneinander. Während der letztere eine unberechtigte Vermögensverschiebung ausgleichen soll, ist der erste eine Genugtuung für den immateriellen Schaden.

Das **Kunsturhebergesetz** will noch mehr. Der § 37 Abs. 1 sagt konsequent: „Die widerrechtlich hergestellten, verbreiteten oder vorgeführten Exemplare und die zur widerrechtlichen Vervielfältigung oder Vorführung ausschließlich bestimmten Vorrichtungen (...) unterliegen der Vernichtung. Das Gleiche gilt von den widerrechtlich verbreiteten oder öffentlich zur Schau gestellten Bildnissen und den zu deren Vervielfältigung ausschließlich bestimmten Vorrichtungen.“ Der Verletzte kann stattdessen auch verlangen, dass er die Exemplare und Vorrichtungen übernimmt. Und das maximal zum Preis der Herstellungskosten.

kaskoversicherung dient dem Eigentümer der Sache, ihm steht damit auch der Übererlös zu (BGH – Urteil vom 31.10.2007 – VIII ZR 278/05).

### Verantwortung

...trägt ein Unternehmer in der Regel nur für eigenes Handeln. Im Wettbewerbsrecht weicht § 8 Abs. 2 UWG von diesem Grundsatz ab: „Werden die Zuwiderhandlungen in einem Unternehmen von einem Mitarbeiter oder Beauftragten begangen, so sind der Unterlassungsanspruch und der Beseitigungsanspruch auch gegen den Inhaber des Unternehmens begründet“. Privates Mitarbeiterhandeln wird dem Unternehmer allerdings nicht zugerechnet (BGH

– Urteil vom 19.4.2007 – I ZR 92/04).

### Zeitarbeitsverträge

...sind nur bei Neueinstellungen ohne Sachgrund möglich. Ein die Befristung rechtfertigender sachlicher Grund kann das Motiv sein, dem Mitarbeiter im Anschluss an seine Ausbildung den Übergang in eine Folgebeschäftigung zu erleichtern. Dieser Sachgrund wird allerdings gleich bei der ersten Befristung verbraucht. Er rechtfertigt keine Verlängerungsverträge (BAG – Urteil vom 10.10.2007 – 7 AZR 795/06). Insofern hat es Sinn, die Befristung von Ex-Azubis als Neueinstellung anzulegen.

**Heinz J. Meyerhoff, Rechtsanwalt  
Fachanwalt für Arbeitsrecht**

# Ein Vierteljahrhundert

## Duttenhofer Großhandel feiert Jubiläum

Das Würzburger Unternehmen Duttenhofer Großhandel (DGH) blickt in diesen Tagen auf sein 25jähriges Bestehen zurück. Das Jubiläum wird mit Gewinnspiel, zahlreichen Sonderangeboten und verschiedenen Aktivitäten in Printmedien und im Internet gefeiert.

Gestartet ist DGH, das heute als Zweigniederlassung der Duttenhofer Gruppe agiert, 1982 als neu ins Leben gerufene Abteilung des damaligen Foto-Einzelhändlers Duttenhofer. Den ersten Kontakt zu den potentiellen Kunden stellte man seinerzeit mit Angeboten her, die auf einer einzigen A4-Seite zusammengefasst waren. Wie sich das Unternehmen seither entwickelt hat, dokumentiert der aktuelle Jubiläumskatalog, der soeben mit



Walter Dürr

einem Umfang von zirka 230 Seiten erschienen ist. Der Katalog ist aber nicht das einzige Kommunikationsmittel aus dem Hause DGH. Gedruckte und elektronische Newsletter, ein umfangreicher Online-Shop und Roadshows sorgen ebenfalls dafür,



Das Team von Duttenhofer Großhandel

dass der Handelskunde stets umfassend und aktuell informiert wird.

Das klassische Fotosortiment der Anfangsjahre ist im Laufe der 25 Jahre um Tausende von Artikeln aus der Foto- und UE-Branche gewachsen. So finden sich im aktuellen Portfolio auch LCD- und Plasma-TV-Geräte, Flachbildmonitore, Digitalprojektoren, Multimedia-Computer, Navigationsgeräte und Handys. Aber auch Randsortimente sind über DGH zu beziehen. Dürr: „Wer eine Kaffeemaschine, einen Toaster, einen Mixer, einen Radiowecker oder einen Weltempfänger sucht, wird bei uns ebenso fündig.“

Begann man 1982 im vierten Stock im Gebäude des Einzelhandelsgeschäftes in der Würzburger Innenstadt, so wird die Arbeit heute von der Zentrale in der Würzburger Alfred-Nobel-Straße aus gesteuert. Dort kümmert

sich derzeit ein Team, zu dem auch fünf Auszubildende und zwei Außendienstmitarbeiter gehören, ausschließlich um die Kundenkontakte, während man gemeinsam mit dem ebenfalls an diesem Standort beheimateten Rest der Duttenhofer Gruppe die notwendigen Verwaltungs- und Logistikprozesse der gesamten Zentrale nutzt. Der Warenversand erfolgt heute aus einem Logistikzentrum vor den Toren Würzburgs, das im Jahr 2000 gebaut und 2006 erweitert wurde. Den dortigen 90 Mitarbeitern stehen auf rund 10.000 m<sup>2</sup> Fläche 8.000 Paletten- und bis zu 33.000 Kommissionierplätze zur Verfügung. Modernste Software sorgt dafür, dass Aufträge innerhalb kürzester Zeit bearbeitet werden können – und zwar mit einer Fehlerquote nahe null und ohne Mindermengenzuschlag, der noch von verschiedenen Lieferanten gefordert wird.

# Trend bei Speichersystemen (2)



Ulrich Vielmuth

Obwohl die Festplatte als Speichermedium bei der Videoaufzeichnung gegenüber dem Band inzwischen schon einen Marktanteil von 24% erreicht hat (GfK, August 2007), gehen die Prognosen für die Zukunft der MiniDV-Kassette als Speicher bei den Fachleuten im Detail auseinander. Jörg Ammon von Canon, Video+DSC-Spezialist:

„Im Videobereich setzen wir nach wie vor auch stark auf den bekanntesten und etabliertesten Standard MiniDV-Band. Speziell durch den Qualitätsanspruch, der im semiprofessionellen Bereich und bei engagierten Amateuren gesetzt wird, hat dieses Format heute noch einen hohen Stellenwert im Markt. Diesen Stellenwert wird das MiniDV-Band voraussichtlich auch noch über die nächsten Jahre behalten. AVCHD bietet mehr Komfort, erfordert aber neben entsprechender Bearbeitungs-Software eine deutlich höher aufgerüstete PC-Umgebung, die momentan noch selten in Privathaushalten zu finden oder verfügbar ist. Das wird sich in den kommenden Jahren vermutlich ändern, so dass dieses Format sich dann auch mehr durchsetzen wird.“

Ist es denn wirklich schon soweit, dass man die MiniDV-Kassette inzwischen als schon angezählt betrachten kann, obwohl viele kleine und größere Produktionsfirmen gut und gerne mit bandgestützten Camcordern arbeiten?

Dazu Silke Mösing, bei Panasonic General Manager Marketing Creative Network & Media: „Die MiniDV-Kassette ist ein etabliertes Aufnahmemedium, welches noch einige Jahre im Markt parallel zu den neuen Aufnahmeformaten existieren wird.“

Mittelfristig wird es aber aufgrund seiner Nachteile (kein direkter Zugriff auf einzelne Szenen, keine externen Abspielgeräte) von den neuen Aufnahmemedien abgelöst werden.“ Da kann ich jedoch nur sagen, hoffentlich bleibt uns das Band noch längere Zeit als Speichermedium erhalten. Warum? Ganz einfach: Weil ich letzte Woche für eine Produktionsfirma einen Tag mit einer fremden Kamera drehen musste. Der Mitarbeiter erklärte mir die Details, wobei jedoch die geplante Aufzeichnung auf Festplatte nicht funktionierte. Da dieser Camcorder darüber hinaus aber auch mit Speicherkarte und MiniDV-Band aufnehmen konnte, habe ich mich für das mir seit Jahren vertraute und zuverlässige Band entschieden. Und es klappte, so wie ich es mir vorgestellt hatte.

## Bandlose Zukunft

Doch der Trend scheint in eine andere, bandlose Zukunft zu gehen! Oliver Kaltner, Divisional Marketing Director Con-

sumer Electronics & IT: „Die Zukunft gehört dabei klar Festplatte und Festspeicher. Enormes Entwicklungspotential sehen wir insbesondere im Bereich Speicherkarten: Aufgrund ihrer Robustheit und ihrer kompakten Bauform lassen sich Speicherkarten problemlos auch in großen Mengen transportieren. Unser Topmodell, die HDR-CX6 mit Memory Stick, wird mit einem 4-Gigabyte-Speicher im Lieferumfang angeboten, optional sind auch 8 Gigabyte verfügbar. Die HDR-SR8, unser High-end-Gerät im Bereich Festplatte, kann bis zu 38 Stunden Video in HD aufnehmen und verfügt dazu über sensationelle 100 GB Festplattenspeicher.“

Kann man denn im Hinblick auf das bevorstehende neue Jahr 2008 und die zahlreichen Prognosen, die die Branche zur Zeit besonders beschäftigen, etwas rustikal formulieren, dass die MiniDV-Kassette angezählt ist?

Sony-Mann Oliver Kaltner weiter: „Gemessen an den Stückzahlen deckt die MiniDV-Kassette mit einem Marktanteil von 54% immer noch den größten Teil des Marktes für Camcorder-Speichermedien ab (GfK-Zahlen, Menge, August 2007). Die Betonung liegt dabei jedoch auf „noch“, was die stark rückläufige Tendenz von ca. minus 24% zeigt (GfK-Zahlen, August 2007 im Vergleich zum Vorjahr, Menge). Unserer Meinung nach wird die Bedeutung der Kassette innerhalb der nächsten fünf Jahre stark abnehmen und in näherer Zukunft durch Festplatte und Festspeicher ersetzt werden.“

## Schwere Entscheidung

Doch wie soll sich der ambitionierte Filmer entscheiden, wenn es darum geht, einen nennenswerten Betrag in den Kauf eines neuen hochauflösenden Camcorders zu investieren? Welchem Speichermedium gehört die Zukunft? Und weiter: Welches Format wird sich am Markt wirklich durchsetzen können? So manche Flops in dieser Hinsicht aus der Vergangenheit haben uns gelehrt, vorsichtig bei Investitionen zu sein! Denn die Euphorie bei den zurückliegenden Branchenmessen wie IFA und IBC über variabel einstellbare Qualitätsstufen bei hochwertigen Handheld-Camcordern darf nicht den immer skeptischen Blick verschleiern, inwieweit die Schnitt-Nachbearbeitung umständlich ist oder wo es dabei hakt. Da herrscht so manche Unsicherheit.

Und überhaupt: Vielleicht werden wir irgendwann einmal dem guten alten Magnetband noch nachtrauern. Doch nun ist allmählich alles anders und die richtige Entscheidung viel komplizierter für den Digitalfilmer geworden. Denn die Antwort auf die Frage nach dem besten Speichermedium ist bei dem derzeit unterschiedlichen Formatangebot nicht leicht zu beantworten. Denn gleichzeitig mit dem Anwachsen der Systemvielfalt ist auch die Verunsicherung der potentiellen Käufer größer geworden.

Fortsetzung im nächsten Heft

# 35 Lieferanten kamen

## Hausmesse bei 1000 Töpfe trotz dem Orkan

Am 9. November wurde Hamburg von Orkan Tilo durchgeschüttelt, weite Bereiche des Hafens und der Fischmarkt standen unter Wasser, und der Wetterdienst meldete den höchsten Wasserstand seit 17 Jahren. Allen Wetterunbilden zum Trotz lud 1000 Töpfe in Hamburg Bahrenfeld zu Hamburgs größter Foto-Show.

Und nicht nur 35 Lieferanten waren vertreten, sondern auch eine sehr große Menge an Kunden und Interessierten ließ sich durch die äußeren Umstände nicht von einem Besuch abhalten. Zu sehen gab es das gesamte Spektrum der digitalen Fotografie, von der Aufnahme bis zu Ausgabe, Archivierung und Präsentation, darunter auch viele der Neuheiten, die auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin ihre Premiere gefeiert hatten. Doch nicht nur der umfassende Überblick über die Branche machte die Veranstaltung der Fotoabteilung von 1000 Töpfe für die Besucher interessant. Sie freuten sich auch über viele Sonderangebote und die Möglichkeit, sich fotografieren zu lassen.

„Diese Hausmesse ist unser Weg gegen das Preismarketing der Großmärkte“, erklärte Geschäftsführer Armin Thorn. „Wir setzen hier auf Fachberatung und ein breites Sortiment. Die Fotoabteilung ist in einer 2.500 m<sup>2</sup> großen Multimedia-Halle untergebracht. Diese Halle haben wir so gebaut, dass die Veranstaltung

darin stattfinden kann.“ Dadurch könne die Veranstaltung für das Unternehmen und die Partner aus der Industrie zu relativ geringen Kosten durchgeführt werden. „Zu dieser IFA-Nachlese haben wir die größte Werbekampagne unserer Firmengeschichte für die Foto-Abteilung auf-

Makrofotografie, Bildbearbeitung und Gestaltung von Fotobüchern fanden Interessenten. Das Seminar-Highlight war ein Ganztagesseminar mit praktischer Fotografie. „Hier unterstreichen wir als Foto-Fachhändler unsere Kompetenz über die Grenze Hamburgs hinaus“, so Thorn.



Volles Haus meldete 1000 Töpfe in Hamburg Bahrenfeld zur IFA-Nachlese.

gelegt“, ergänzte Thorn. „Neben unserem normalen 16seitigen Monatsprospekt, den wir in einer Auflage von zirka 500.000 Exemplaren verteilen, haben wir einen 24seitigen Foto-Special-Prospekt über Hamburger Abendblatt, Welt am Sonntag und per Kundenmailing verteilt. Parallel lief in TV Hamburg 1 noch eine halbstündige Sendung mit Ankündigung der Hausmesse.“

### Gut besuchte Seminare

Besonders gut seien im Rahmen der Messe von den Kunden die Seminare zur Digitalfotografie angenommen worden. Die Spiegelreflexseminare verzeichneten ebenfalls einen großen Andrang, und auch die Themen

Abteilungsleiter Horst Müller-Heel bestätigte, was auch schon die beiden Handelskooperationen europafoto und Ringfoto für ihre Einkaufsmessen konstatiert hatten: „Bei der Industrie gibt es eine Rückbesinnung auf den klassischen Fachhandel. Für die aktuelle hochwertige, teure Technik will der Kunde wieder beraten werden. Nur die platte Darstellung am Warensicherungs-System reicht dem Kunden nicht. Wir bedanken uns deshalb bei unseren Partnern in der Foto-Industrie, die das erkannt und uns in der Durchführung dieser lebendigen Veranstaltung unterstützt haben. Die Messestände waren durchweg sehr repräsentativ und mit kompetenten Mitarbeitern besetzt.“



Horst Dieter Lehmann

# Weihnachtsgeschenke

Wer sich noch wie ein Kind auf Weihnachten freuen kann, ist zu beneiden – obwohl viele dies gar nicht mehr verstehen können. Wer sich hierdurch nicht beirren lässt, der hat Weihnachten als ein Fest der Liebe und der Zuversicht verstanden, egal welchen Glauben er hat. Nicht immer war es ja nur ein Fest für die Christenheit, und ist es auch heute nicht, aber an keinem geht es unbemerkt vorbei. Fragt man nun nach dem Ursprung und dem Sinn dieses Festes, so bekommt man oft sehr vage Antworten, wenn überhaupt. Für mich ist Weihnachten auch ein Fest der Geschichten, Erzählungen, Märchen, Tannen, Kerzen, Gesängen, Marzipan und Lebkuchen, Duft von Nüssen und dem Tannenbaum.

Vieles geht in der Erinnerung verloren oder wird erst durch Zufall wieder bewusst. Blättert man in alten Alben, dann werden Erinnerungen wach, die sonst wohl verlorengegangen wären. Leicht ließe sich ein dickes Buch über selbst erlebte und vielleicht im Laufe der Zeit etwas verklärte Geschichten schreiben. Doch vergessen wir nicht ganz die weniger romantischen Seiten der Weihnachtszeit, die niemandem erspart bleiben, der neben dem Klang der Glocken auch auf das Klingeln der Kasse hören muss.

Nach Weihnachten ist meistens erst mal Ebbe am Strand, eine leichte Brise noch um Silvester/Neujahr. Dann kann auch die leichte Belebung durch Winterurlaubsfotos keine rechte Freude aufkommen lassen, die Pappnasen im Fasching auch nicht. Es heißt: Durchhalten bis Ostern.

Wir hoffen vor Weihnachten, wie immer, auf ein gutes Geschäft, mit vielen verkauften Kameras und Zubehör, und wünschen dem Fotografen recht viele Aufnahmen. Was bei den Kameras an besseren, leistungsstärkeren, digitalen Spiegelreflexkameras über den Tresen geht, ist beim Atelierfotografen unübersehbar der „Akt“ in Schwarzweiß.

Hatte ich zuerst angenommen, diese Masche wäre eher von kurzer Dauer, so muss ich mich hier eines „Besseren“ behelfen lassen. Hauptsache aber ist, dass es ein gutes Geschäft ist, denn darauf sind wir nun einmal angewiesen. Wir wollen ja nicht vergessen, dass wir erst dann etwas verschenken können, wenn wir es vorher verdient haben.

„Wie sage ich es meinem Kinde?“, ist eine oft gestellte Frage. Diese stellt sich zu Weihnachten immer wieder neu. Was ist

Dichtung, was ist Wahrheit? Wir sagen uns selbst und unseren Kindern: „Du sollst nicht lügen!“ Gleichzeitig erzählen wir ihnen Geschichten vom Christkind und dem Weihnachtsmann. Nachweislich glauben viele Menschen eher dem geschriebenen als dem gesprochenen Wort. Wir aber wissen, dass beides alles sein kann, nur nicht die „reine Wahrheit“, denn die kennen wir alle nicht, gleich welchen Glaubens wird sind.

Wenn ich nun hier an dieser Stelle mehr von Gedanken zur Weihnacht als zur Fotografie schreibe, so vor allem aus dem Grunde, dass – wenn nicht zur Weihnachtszeit, wann sonst – man sich Sorgen um die Mitbewohner unseres Planeten macht. Dieser selbst erlebte gerade in diesem Jahr mehr als einmal Katastrophen mit Wasser und Feuer, Hunger und Elend.

Wenn wir auch oft jammern und zetern, der eine mehr, der andere weniger, so geht es den meisten von uns doch recht gut. Was ich natürlich nicht nur zur Weihnachtszeit allen von Herzen wünsche!

Ich wünsche uns allen aber auch, dass uns die Technik nicht ganz überrollt, wir uns aber von ihr gern überraschen und von ihr profitieren können. Dabei dürfen oder sollten wir uns gar wundern. Vor allem, wenn wir schon einige Weihnachten erlebt und überlebt haben und uns noch wundern können. Denn auch dieses ist eine Gabe, die nicht verachtet werden sollte. Vor allem nicht, wenn es gerade heißt: Es weihnachtet sehr!

Alle Jahre wieder, vor allem zur Weihnachtszeit, kann sich der Atelierfotograf darüber ärgern, dass in Kindergärten und Schulen preiswerte und meistens nicht einmal schlechte Aufnahmen gemacht werden. Und zwar nicht nur von dem einzelnen Kind und der Gruppe, sondern auch Passbilder bis zum Poster – alles, was das Herz begehrt. Viele Fotografen holten nun zum Gegenschlag aus und boten ihrerseits Kinderbilder zum Nulltarif an, von denen dann (nicht zum Nulltarif) Bestellungen gemacht werden konnten.

Den Kunden Arbeit abnehmen, bevor man ihnen das Geld abnehmen kann, ist die Devise. Erfolgreich zeigt sie sich bei den vom Labor angefertigten Alben! Gerade im digitalen Zeitalter, wo der Druck auf den Auslöser oft viel zu schnell und unüberlegt geschieht, ist die Auswahl wichtig, wenn es zum „echten Bild“ kommen soll. Doch für das Album „fehlt es an Zeit“. Die wollen wir dann gerne „opfern“. Nicht nur aus christlicher Nächstenliebe, sondern weil wir nette Menschen sind. Und das wollen wir bleiben!

# Jetzt neu im grossen foto-katalog Online:

## Canon:

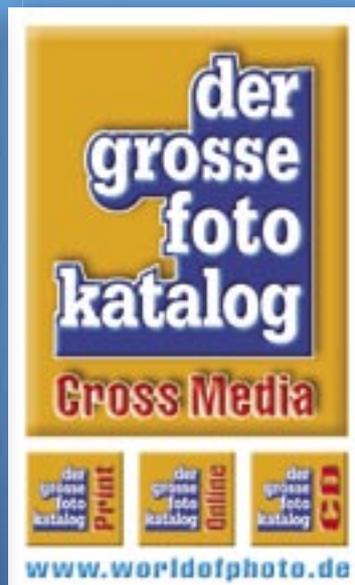
CanoScan 8800F  
CanoScan LIDE 90  
Pixma iP 3500  
Pixma iP 4500  
Pixma MP 210  
Pixma MP 220  
Pixma MP 520  
Pixma MP 610  
Pixma MP 970  
Pixma MX 300  
Pixma MX 310  
Pixma MX 700

## Ricoh:

GR Digital II  
Caplio RR 770

## Sigma:

10 mm/2,8 EX DC HSM  
4,5 mm/2,8 EX DC HSM



Die umfassende  
Produkt-Datenbank  
für den Fotohandel!

Jetzt Newsletter  
und/oder aktualisierte CD  
anfordern bei [newsifc@cat-verlag.de](mailto:newsifc@cat-verlag.de)  
Für imaging+foto-contact  
Abonnenten kostenlos!

### 51. Auflage des Varta-Führers erschienen

Kürzlich erschienen und wie gewohnt zuverlässig, aktuell und kritisch präsentiert sich die überarbeitete 51. Auflage des renommierten Hotel- und Restaurantführers. So werden auf 1.222 Seiten 5.125 Hotels und 2.641 Restaurants in Deutschland und 700 Betriebe in Österreich und Südtirol empfohlen und ein flächendeckendes Angebot der besten Adressen für jeden Anlass aufgelistet.

Ein Novum ist der „Varta-Tipp Ambiente“, der an außergewöhnliche Hotels vergeben wird, die sich durch ihre besondere Architektur, eine hochwertige Innenausstattung oder ein individuelles Flair auszeichnen.

23 Hotels erhielten dieses Mal die Höchstbewertung und wurden mit fünf Diamanten eingestuft. 977 Häuser werden mit der Auszeichnung „Gut & Günstig“ empfohlen. Bei den Varta-Tipps überzeugt eine kontinuierliche Leistung in der Spitzengruppe.



Im Datenteil sind zahlreiche, häufig bebilderte Informationen über die empfohlenen Häuser innerhalb der alphabetisch aufgeführten Orte zu finden. Dabei ist alles Wissenswerte von der kompletten Anschrift über die Varta-Bewertung bis hin zu Ausstattungsmerkmalen aufgeführt. Auch geben die bewährten Citypläne einen Überblick über die Lage der aufgeführten Betriebe.

Abgerundet wird das Buch im Einleitungssteil mit einem Register bei der

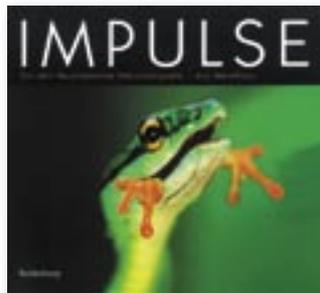
Listung der Betriebe, die mit einem „Varta-Tipp“ ausgezeichnet wurden.

Der Varta-Führer 2008, Experten testen, Sie genießen! Mit Cityplänen sowie Hotels und Restaurants mit Varta-Bewertung. Hrgb. Varta-Führer GmbH, Ostfildern 2007, 1.222 Seiten, 29,95 Euro.

### Impulse

#### Ein Jahr faszinierende Naturfotografie – aus NaturFoto

In diesem Bildband werden die Highlights aus einem Jahr NaturFoto dargestellt. Die circa 60 beteiligten Fotografen waren rund um den Globus im Einsatz, um wieder einmal faszinierende Aufnahmen von Tieren, Pflanzen



und Landschaften zu machen. Dabei begeistern nicht nur großflächige Bilder schneebedeckter Berge oder nebelverhangener Täler, viele Fotos lassen erst bei genauerer Betrachtung atemberaubende und erstaunliche Details erkennen. Die Vielfalt und Einzigartigkeit der Natur faszinieren immer wieder aufs neue, ganz gleich ob vor der eigenen Haustür oder in fernen Ländern und zu verschiedenen Jahreszeiten. Im Spiel von Licht und Schatten enthüllt sich ihre Schönheit in allen Facetten und setzt beeindruckende Impulse. 32 Aphorismen ergänzen die Fotos und laden zum Schmunzeln ein – oft mit einer gehörigen Portion schwarzen Humors.

Die Sonderausgabe schließt mit einem Anhang, der Kurzbiographien aller beteiligten Fotografen nebst Bild enthält.

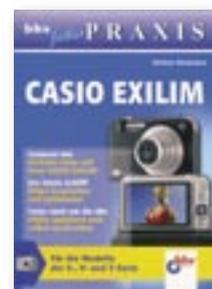
Impulse. Ein Jahr faszinierende Naturfotografie – aus NaturFoto, 128 Seiten, 137 Abbildungen, gebunden, 26,5 x 24 cm, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2007, ISBN 10: 3-939172-13-8, Euro 24,50.

### Helmut Neumann: Casio Exilim

In der Reihe Foto Praxis ist bei bhv, Redline GmbH, ein Buch für die Modelle der S-, V- und Z-Serie der Casio Exilim erschienen. Die jeweiligen Spitzenmodelle dieser Serie sind derzeit die EX-S770D, die EX-Z1050 sowie die EX-Z1200.

Nach einem Überblick über die Exilim-Familie und deren technische Grundlagen liefert der Autor wichtige Informationen, die dazu dienen, die Kamera richtig im Griff zu haben: Bedienelemente, Aufnahme und Wiedergabe, Zoom, Menüführung, Best Shot, Einstellungen und Pflege heißen hier die Stichworte. Anschließend erfährt der Fotoenthusiast, wie er zu perfekten Fotos mit der Casio Exilim gelangen kann: Grundregeln, Lichtverhältnisse, Menschen, Tiere, Landschaften, Panoramen, Architektur, Serienbilder, Videos. Weitere Themen sind nützliches Zubehör, Schönheitskorrekturen am PC und das Drucken, die Präsentation und Archivierung von Fotos.

Helmut Neumann: Casio Exilim. Für die Modelle der S-, V- und Z-Serie. 252



Seiten, zahlr. Schwarzweiß-Abbildungen, bhv foto Praxis, bhv, Redline GmbH, Heidelberg 2007, ISBN 978-3-82266-7469-3, 11,95 Euro.

## Kata stellt zwei Rucksäcke in der neuen Digital Photo Serie vor

Mit der Digital Photo Serie (DPS) hat Kata eine neue Taschen-Serie für digitale Hobbyfotografen und anspruchsvolle Fotoamateure vorgestellt. Als erste Modelle der DPS-Linie sind ab sofort zwei Rucksäcke verfügbar. Das schwarze, glatte Äußere verleiht den Rucksäcken DR-465 und DR-467 ein elegantes, futuristisches Aussehen. An zentralen Stellen sorgt die Kata Thermo-Shield-Technologie mit ihrer gerippten Struktur für optimalen Schutz. So ist das Außenmaterial abrieb-, wasser- und staubfest, schützt gegen Stöße und Aufprall und isoliert gegen Kälte, Hitze und Feuchtigkeit. Eine integrierte Schutzhülle kann zusätzlich über den Rucksack gestülpt werden. Ein Netz in einer der kleinen Seitentaschen dient der Aufbewahrung und Trocknung des Witterschutzes außerhalb des Rucksackes. Dank des unterstützenden, einfach einzustellenden Brust- und Hüftgurts (nur zur Fixierung) wird ein hoher Trage-



komfort erreicht. Das geräumige Hauptfach nimmt eine digitale SLR-Kamera mit montiertem Objektiv, drei bis vier weitere Objektive und ein Blitzgerät auf. Kamera und Zubehör werden durch modulare Trenner, die per Klettverschluss individuell angepasst werden können, organisiert und geschützt. Das Hauptfach lässt sich nach vorne klappen, so dass sich die komplette Fotoausrüstung in Griffposition befindet. Das große, obere Fach eignet sich als Stauraum für zusätzliches Zubehör oder persönliche Gegenstände, die von der Fotoausrüstung getrennt aufbewahrt werden sollen. Das Modell DR-467 verfügt zudem über ein großes, gut geschütztes Notebookfach für Geräte bis 17". Beide DPS-Rucksäcke sind mit dem optional erhältlichen Kata Trolley einsetzbar. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen liegen bei 88 Euro für den DR-465 und 105 Euro für den DR-467.

## Dietrich Müller verlässt Lowepro Deutschland

Dietrich Müller, langjähriger Geschäftsführer der Lowepro Deutschland GmbH, tritt zum Ende dieses Jahres in den Ruhestand. Seit der Gründung der damaligen gbb GmbH im Jahr 1983 war Müller als Geschäftsführer dabei und hat wesentlich zum Wachstum des Unternehmens beigetragen. Aus kleinsten Anfängen heraus entwickelte sich gbb zu einem wichtigen Zubehör-Lieferanten des Fotohandels. Zu Beginn des Jahres 2003 wurde das Unternehmen von Lowepro übernommen und verlagerte seinen Schwerpunkt auf das Geschäft mit den Fototaschen des amerikanischen Herstellers. Dabei hat Müller an vorderster Vertriebsfront für die



*Auf einem festlichen Empfang in Krefeld stieß Dietrich Müller mit Kunden, Mitarbeitern und Partnern der Lowepro Deutschland GmbH auf seinen Eintritt in den Ruhestand an, der Ende dieses Jahres erfolgt.*

## Foto-Aktienkurse

		16.11.2007	Vormonat	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Canon	YEN	5.570	5.930	5.300	7.450
Casio	YEN	1.316	1.101	1.071	2.815
CeWe Color	EUR	26	30,60	25,10	45,48
Du Pont	USD	45,37	47,20	45,06	53,90
Eastman Kodak	USD	24,13	27,45	22,41	30,20
Epson	YEN	566	666	534	1.064
Fujifilm	YEN	4.910	5.130	4.420	5.710
Hewlett-Packard	USD	48,90	51,83	38,15	53,47
Hitachi	YEN	733	735	650	947
ICI	GBP	664	658	385	664,50
Imation	USD	19,84	23,92	18,98	49,20
Jenoptik	EUR	6,12	6,72	6,15	8,24
Leica	EUR	12,18	12,34	9,80	13
Metro	EUR	62,42	60,80	44,70	68,46
Olympus	YEN	4.310	4.690	3.450	5.320
Samsung	KRW	557.000	524.000	500.000	687.000
Sharp	YEN	1.742	1.850	1.751	2.445
Sony	YEN	5.350	5.230	4.470	7.190
Spector	EUR	1,13	1,25	0,89	1,58
Toshiba	YEN	855	976	705	1.185

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Düsseldorf

Präsenz der Marke Lowepro im Fotohandel gesorgt und auch neue Vertriebswege, zum Beispiel für Notebook-Taschen, aufgebaut.

Auf einem festlichen Empfang verabschiedete sich Dietrich Müller Ende November in Krefeld von den Mitarbeitern, Kunden und Partnern des Unternehmens. In seinem Ruhestand wird er nicht nur seine Leidenschaft für das Golfspiel weiterentwickeln, sondern auch in einer speziellen Funktion der Fotobranche erhalten bleiben. imaging+foto-contact wird über Einzelheiten zu gegebener Zeit berichten.

## Kleinanzeigen/Personalanzeigen

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



FOTO-, VIDEO-, HIFI-  
REPARATUREN  
HERBERT GEISSLER  
Lichtensteinstraße 75  
72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN  
Telefon 070 72/92 97-0  
Telefax 070 72/20 69  
E-mail: Geissler-Reutlingen@t-online.de  
www.geissler-service.de

Autorisierte  
Vertragswerkstatt

**Canon**  
**Panasonic**  
Service-Center  
Reutlingen

**Rollei**  
**Kodak**



**reflecta**



**Saeco**  
Kaffeautomaten



**SOLIGOR**  
HARMAN/BECKER  
AUTOMOTIVE SYSTEMS

Hochwertige **WEIHNACHTS-BLANKETTEN** zum Einkleben Ihrer 9x13 Fotos  
in unterschiedlichen Schmuckfarben zu besonders günstigen Preisen:

Staffelpreis von EUR 0,48 bis EUR 0,30 p.Stück zzgl. MwSt.  
Zum Lieferumfang gehören Briefumschläge sowie Cellohüllen.  
Schrift in Goldfolien-Prägung! Format: Lang-DIN



Fordern Sie noch heute die Unterlagen an:

**WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG**

Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn

Telefon: 0 52 51 / 6 26 14 • Telefax: 0 52 51 / 6 50 46

E-Mail: klocke-verlag@web.de

**...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

## FILM- u. VIDEOSERVICE

Filmkopien – Tonspuren

Filmabtastung

8 mm Filme auf DVD

Kopien auf Video - CD - DVD

CD / DVD Einzel- u. Serienkopien

alle Formate

8, 9,5, 16 mm Filme

attraktive Festpreise

alle Systeme

schnell und preiswert

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

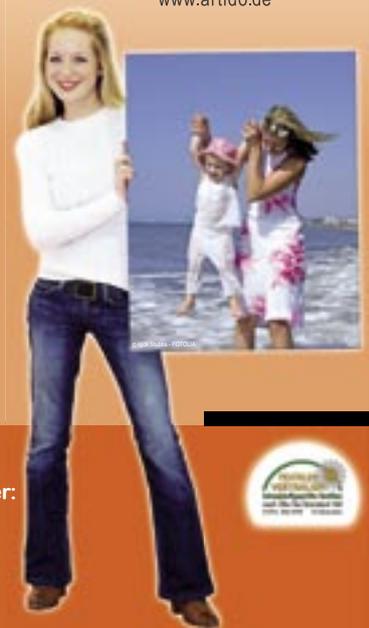
# Reseller gesucht

## für die artido! Fotoleinwand!

- Von jedem Foto herstellbar
- Hängefertig auf Keilrahmen
- Brilliante matte Optik
- Lösemittelfrei und damit gesundheits- und umweltverträglich
- Als einziger Fotoleinwandhersteller von Öko-Text zertifiziert
- Absolut kratzfest und UV-beständig
- Garantiert kein Kantenbruch

**artido!**<sup>®</sup>

Mein Foto auf Leinwand  
www.artido.de



- Mit unserem Reseller- Angebot bieten Sie Ihren Kunden eine neue Form der Fotodienstleistung an. Sie sind durch uns in der Lage, die zu verkaufenden Fotos nicht nur wie bisher auf Fotopapier, sondern auch in beliebig großen Formaten auf Leinwand gedruckt, anzubieten.
- Sie haben dabei nicht den geringsten Mehraufwand und profitieren von unseren einmaligen Einkaufskonditionen.
- Außerdem stehen Ihnen weitere Maßnahmen zur Präsentation und Verkaufsförderung zur Verfügung.

Jetzt müssen Sie nur noch eins tun:

Registrieren Sie sich absolut kostenlos und unverbindlich unter:

**www.artido-partner.com**

Dieses und weitere Produkte bieten Sie Ihren Kunden zu Topp-Preisen an:



# 6.435 Abonnenten (IVW 3/2007)

## lesen Monat für Monat imaging+foto-contact mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 7.500 Exemplaren bundesweit (IVW 3/2007). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 7.500 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengenstaffel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 35 v. 01.01.2008) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

**Kleinanzeige 1-spaltig  
(40,5 mm breit) zum mm-Preis  
von 1,21 € x 27 mm Höhe =  
32,67 € zzgl. gesetzl. MwSt.**

### Fotofachgeschäft

in einer norddeutschen Stadt mit 70.000 Einwohnern, große Industrieansiedlung, gute Lage, aus persönlichen Gründen zu verkaufen.  
Tel. 0 00/00 00 00

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

### Fotografen/-in

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

**Foto Studio • Mustermannstr. 30 • 60000 Bilderberg**

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

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

zum

**mm-Preis von**

**1,61 € x 85 mm hoch =**

**136,85 €**

**zzgl. gesetzl. MwSt.**



## Auftrag

## Klein- und Personalanzeigen

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

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

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

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

Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste an meine e-Mail-Adresse: .....

**C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
Anzeigenabteilung imaging+foto-contact  
Postfach 12 29  
40832 Ratingen**

## Gelegenheits- und Stellenanzeigen

### Mein Anzeigentext lautet:

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

i+fc 12/2007

**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/Verkäufe

### Der Verband für Journalisten

bietet Beratung, Fachinfos, Presseausweis, Medienversorgung und vieles mehr. Kostenlose Infos für hauptberufliche Journalisten & Pressesprecher:

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

### 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

Freier Dipl. Fotograf, künstlerisch orientiert, oft reisend, Mitte 40, sucht eine Frau für ein gemeinsames Leben, Lieben und Arbeiten.  
 Telefon 0163 / 8 47 66 66

### CCS FORM UND LICHT

----- Neu Mini-Hintergrund-Abroller -----  
 Tel. 04265/8772 – www.ccs-licht.de

### Anzeigenschluß für Kleinanzeigen

in der Ausgabe 1-2/2008 ist der 18. Januar 2008.

Senden Sie uns einfach ein Fax an: 0 21 02 / 20 27 90



**DAYLIGHT POWER**  
**DIE ERLEUCHTUNG**

7.000 Std. Brenndauer bei 5.200 K (Daylight)

Tageslicht Profi-Leuchten.  
 Große Leistung – kleiner Preis.  
 800 Watt helles, weißes Licht durch Metall-Halogenbrenner.  
 Auch im Profi-Set erhältlich.

Unterlagen und Händlernachweis:  
 Tel. 0 22 03 / 16 26 2, Fax 1 35 6 7  
 e-mail: info@cf-photo-video.de  
**www.fotolicht.de**

### Gute und preiswerte Color-Chrom-Farb-ANSICHTSKARTEN

#### 4-farb Druckträger WPK

Einbildkarte nach Dia € 110,-

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

#### Auflagendruck

1500er Aufl. € 60,- p.1000 St.

3000er Aufl. € 45,- p.1000 St.

5000er Aufl. € 40,- p.1000 St.

10000er Aufl. € 35,- p.1000 St.

Fordern Sie die Unterlagen an:

+ MwSt. u. Versandkosten

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



### Zentraler Reparatur - Service

## GEDDERT

Edixa – Voigtländer – Porst – Samsung – Service

Camcorder – Computer – Service

Film – Foto – Elektronik – Hifi – Video – TV

Benno-Strauß-Straße 39  
 90763 Fürth  
 Postfach 22 41, 90712 Fürth  
 Telefon 09 11/65 85 184  
 Fax 09 11/65 85 144  
 www.zrs-geddert.de  
 e-mail: info@zrs-geddert.de

#### SPEZIAL REPARATUREN FÜR:

Alfo – Braun – Carena – Chinon  
 Cosina – Exakta – Haking – Noris – Nalcom  
 Petri – Porst – Revue – Ricoh – Samsung  
 Projektoren – Objektive – Blitzgeräte  
 u.v.a. Geräte

## Inserenten-Verzeichnis

Brückner .....	53	Mitsubishi .....	2. U.
C.A.T.-Verlag .....	61	Noritsu .....	25
Canon .....	4. U.	Photo+Medienforum .....	55
Fujifilm .....	7	PMA .....	11
Hama .....	34, 35	SanDisk .....	3. U.
Loersch .....	47	The Phone House .....	15
Messe Frankfurt .....	17	Kleinanzeigen .....	63–66

Beilage: BHS Binkert

## IMPRESSUM

### imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studioteknik

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,  
 Thomas Blömer, Geschäftsführer

#### Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)  
 Dipl. Kfm. Andreas Blömer  
 Jürgen Günther

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

#### Neuheitenredaktion:

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. 35 v. 1. Januar 2008

#### Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,  
 Dieter Heilenbach, Albert Willmann

#### Vertrieb:

Silke Gräbel

#### Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

#### Druck:

D+L Printpartner GmbH, Bocholt

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:

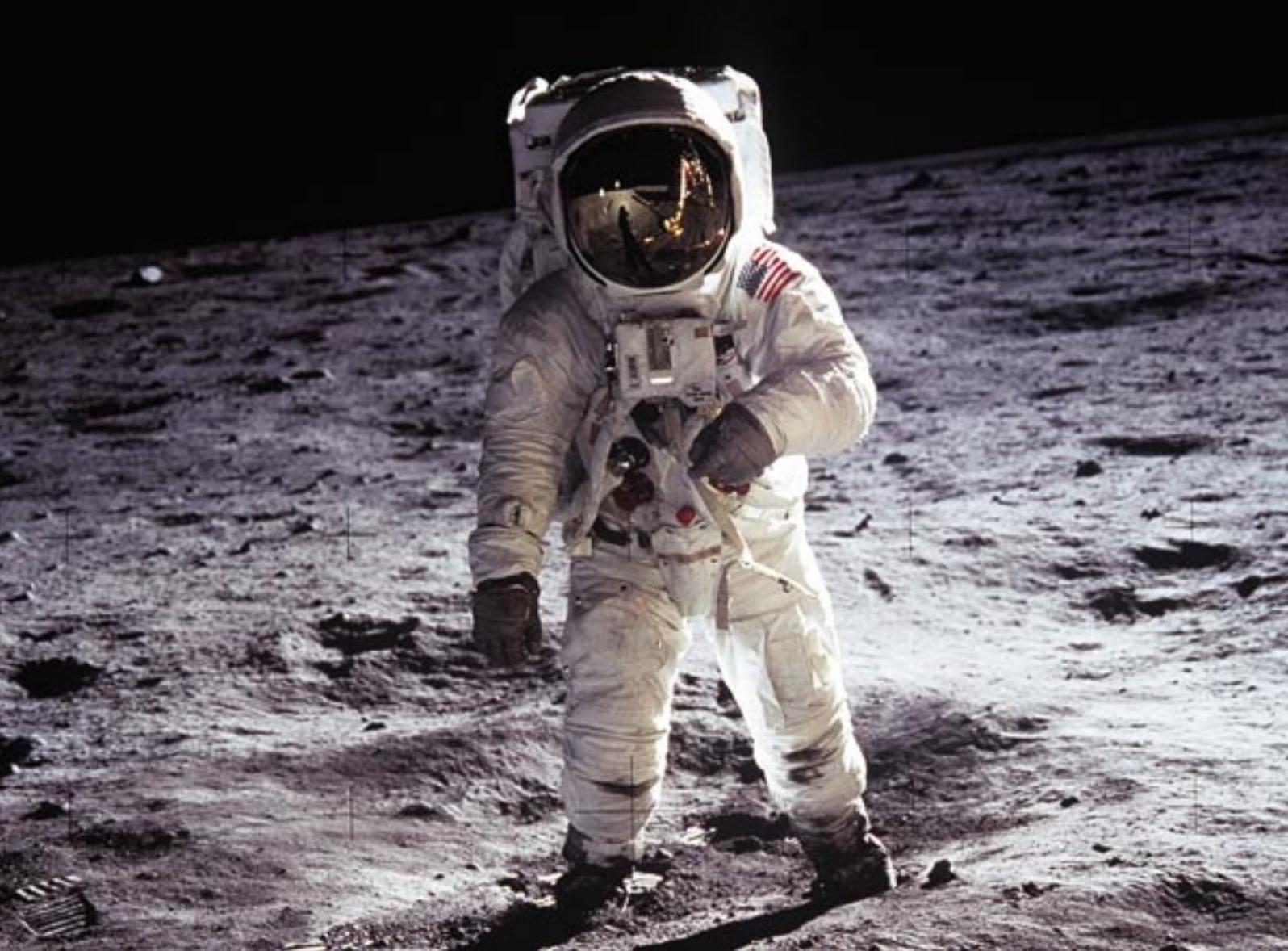
Ratingen  
 Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.  
 Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
 Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

#### Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.  
 Der Abonnementspreis beträgt:  
 Inland: 39,90 € jährlich  
 Ausland: 60,00 € jährlich  
 Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1430-1121



**Ein großer Sprung für die Menschheit. Die Kamera: Hasselblad.**



**Jetzt gehen wir noch einen Schritt weiter.**

Jetzt neu: 40MB/s\* SanDisk® Extreme® IV, die schnellste SanDisk Speicherkarte. Schnell genug, um die Leistung der neuen Hasselblad H3D zu optimieren. SanDisk und Hasselblad sind ein unschlagbares Team. Machen Sie sich ein Bild von den Möglichkeiten: [sandisk.com/extreme](http://sandisk.com/extreme)



**H A S S E L B L A D**

**SanDisk®**

SanDisk, das SanDisk Logo, SanDisk Extreme und CompactFlash sind in den USA und anderen Ländern eingetragene Marken von SanDisk Corporation. Das ESP Technology Logo ist eine Marke von SanDisk Corporation. Alle anderen Marken dienen lediglich zur Kennzeichnung und können Marken ihrer jeweiligen Eigentümer sein. © 2007 SanDisk Corporation. Alle Rechte vorbehalten. \*Auf der Grundlage interner Tests von SanDisk. 1 Megabyte (MB) = 1 Million Bytes; 1 Gigabyte (GB) = 1 Milliarde Bytes.

Foto mit freundlicher Genehmigung der National Aeronautics and Space Administration (NASA). Foto von Buzz Aldrin auf dem Mond, Apollo XI, 20. Juli 1969. Scan von JSC-scan.

you can  
**Canon**



**EOS**  
**400D**  
**DIGITAL**

Die Welt ist ein Spielplatz. Sehen Sie sie aus einem neuen Blickwinkel – entdecken Sie überall neue Perspektiven mit Ihrer EOS 400D. Gehen Sie raus und spielen Sie. Weitere Informationen unter: [www.canon.de/eos400d](http://www.canon.de/eos400d)

