

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

*TESTIT!*

„Mr. Bean“ wirbt  
europaweit  
für Fujifilm

Einführung der neuen Fujicolor  
Filme New Nexia und New Superia  
mit New Real-Technologie



# Ausgezeichnete Qualität gleich riegelweise

**Jetzt ordern!**  
Ab 8. März beginnt  
die Werbung!



- Jetzt beginnt die starke Multipack-Nachfrage!
- Reagieren Sie auf dieses Verbraucherverhalten mit dem Erfolgsprodukt für schnellen Abverkauf: dem Agfa Film-Riegel!
- Der verkaufstarke Multipack mit dreifach prämierter HDC plus-Qualität!
- Wir werben – Sie verdienen!  
Geballter Media-Einsatz auf allen reichweitenstarken TV-Sendern!

**Zum Glück ist es Agfa!**

**AGFA** 



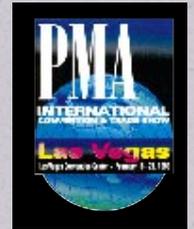
## Zum Titelbild: Mr. Bean präsentiert die Vorzüge der New Reala Technologie

Mit einer der umfangreichsten Kampagnen in der Geschichte des Unternehmens unterstützt die Fuji Photo Film (Europe) GmbH europaweit die Markteinführung der neuen Farbnegativfamilien Fujicolor New Nexia (für das Advanced Photo System) und Fujicolor New Superia (für Kleinbild), die über die Vorzüge der New Reala-Technologie verfügen. Die Promotion startet im März in Deutschland mit der Handelsansprache durch PR und Direktmarketing, eine POS-Kampagne und ein großes Gewinnspiel und setzt sich mit der Verbraucherwerbung ab April in TV und Print bis Anfang Juli fort. Die Kampagne wurde so konzipiert, daß andere europäische Fuji-film Niederlassungen und Vertretungen sie problemlos übernehmen können. **Seite 20**



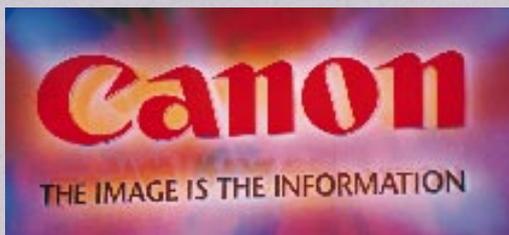
## Viele Besucher bei der PMA '99 in Las Vegas Die größte aller Zeiten

Mit mehr als 750 Ausstellern und einer Netto-Ausstellungsfläche von mehr als 35.000 qm war die PMA '99, die vom 18. bis 21. Februar dieses Jahres in Las Vegas stattfand, die größte aller Zeiten. Fünf Monate nach der photokina war die Zahl der Neuheiten im APS- und 35mm-Segment sehr begrenzt. Dagegen wurde bei den Digitalkameras bereits die nächste Produktgeneration präsentiert: Die Messlatte liegt jetzt bei über zwei Millionen Pixel. Nicht nur die Zahl der Aussteller, auch die Besucherfrequenz war auf dieser PMA außerordentlich hoch. Kenner der amerikanischen Messe schätzen die diesjährige Besucherzahl auf rund 30.000, das wären gut zehn Prozent mehr als bei der bisher besucherstärksten PMA, zu der im Jahre 1996 zur Einführung von APS rund 27.000 Besucher nach Las Vegas kamen. **Seite 8**



## Canon Digital Solution Forum in Berlin

Strategien für die digitale Zukunft präsentierte die Canon Europa N.V. auf dem hochkarätig besetzten Digital Solution Forum, das am 4. und 5. Februar 1999 in Berlin stattfand. Auf dem Weg vom Geräteleverantworbener zum Systemanbieter setzt Canon auf die Kooperation mit führenden IT-Unternehmen wie Microsoft und



Adobe. Mehrere Tausend Besucher aus zahlreichen europäischen Ländern, Nord Afrika und dem Mittleren Osten erlebten eine neue Welt des digitalen Büros, in dem auch die Bildkommunikation einen großen Stellenwert erhält. Für den Fotohandel gab es zudem eine handfeste Neuheit: Die neue PowerShot A5 Zoom erweitert die Produktpalette von Canon Euro-Photo. **Seite 26**

## Fotounternehmen im Internet

Die meisten Internet-Suchmaschinen informieren Interessierte auch darüber, wieviele neue Homepages täglich angemeldet werden. Bei großen Suchmaschinen wie Yahoo und Altavista sind es mehrere hundert täglich. Die Zahlen sprechen eine eindeutige Sprache: Immer mehr Privatmenschen, Gruppen, Vereine, Institutionen und Unternehmen entdecken die Möglichkeiten des World Wide Web, um Image zu gewinnen, um zu informieren, um sich darzustellen, um Geschäfte zu machen, um schnelle Kommunikationswege zu nutzen. Auch die Hersteller der Fotobranche gehören dazu. Alle namhaften Produzenten sind sowieso vertreten, und nach und nach kommen auch mittlere und kleine Unternehmen dazu. imaging+foto-contact hat einige dieser Homepages besucht und sich einen Eindruck von Angebot und Nutzen für den User verschafft. **Seite 36**



## Neue digitale Dienstleistungen von Kodak

Auf einer Kodak Pressekonferenz im Vorfeld der CeBIT stand neben Neuheiten aus den Bereichen Digitalkameras und Business Imaging Systems auch die Einführung neuer digitaler Dienstleistungen Kodaks im Vordergrund. Im Mai ist es soweit, der Kodak Photonet Online Service wird gestartet. Ab diesem Zeitpunkt können Fotoamateure mit dem Bildauftrag beim Händler gleichzeitig ihre Bilder im Labor digitalisieren und im Internet bereitstellen lassen. Den Händlern eröffnet sich damit die Möglichkeit, ihrer Kundschaft neben dem bekannten Entwicklungs- und Bilderservice die Digitalisierung von Filmen als eine ebenso selbstverständliche Dienstleistung anbieten zu können. imaging+foto-contact hat sich auf der Pressekonferenz über Photonet Online und weitere neue digitale Dienstleistungen des Unternehmens für den Fotohandel informiert. **Seite 32**



### Zum Titelbild

Mr. Bean präsentiert die Vorzüge von Fujifilms New Real-Technologie ..... **20**

### Editorial

Digital verkaufen..... **5**

### Industrie

Canon Digital Solution Forum in Berlin..... **26**

www.foto.de: Wie präsentiert sich die Fotoindustrie im Internet? ..... **36**

### Internationale Messen

PMA '99 in Las Vegas: Die größte aller Zeiten ..... **8**

### PMA-Neuheiten

Canon setzt weiterhin auf Spiegelreflex..... **12**

Neuheiten von Olympus ..... **61**

Zehn neue Samsung Kameras ..... **64**

### Labor

CeWe Color baut Kapazitäten in Polen aus ..... **63**

### Handel

Neue Unternehmensstruktur bei Photo Porst ..... **16**

Fujifilm startet paneuropäische Kampagne zur Einführung der neuen Fujicolor Filme..... **20**

Das Filmgeschäft bringt den Umsatzkick ..... **24**

H. D. Lehmann: Von Menschen und Messen ..... **60**

### Werbemittel preiswert selber gestalten

Für Fotohändler, die nach einer preiswerten Software suchen, mit der sie in Eigenregie Flyer, Aktionszettel, Briefköpfe usw. entwerfen können, ist die Software PagePlus 5.0 eine gute Alternative zu teuren Programmen wie PageMaker oder QuarkXPress. Mit der leicht bedienbaren Software lassen sich sogar mehrseitige Broschüren und Logos entwerfen, so daß die Kosten für den Grafiker eingespart werden können.



Außerdem ermöglicht die Eigenproduktion von Werbemitteln die Organisation von spontanen Verkaufsaktionen und -angeboten, mit denen sich auf dem schnelllebigen Fotomarkt Vorsprünge vor Wettbewerbern sichern lassen. **Seite 42**

### Ultimatte KnockOut unter der Lupe

Eine Aufgabe der Bildbearbeitung, die sich bisher allen einfachen Lösungen standhaft verweigert hat, besteht darin, Haare und halbtransparente Bereiche freizustellen. Aufwendige Bluescreen-Techniken können teilweise weiterhelfen, müssen aber schon beim Fotografieren zum Einsatz kommen und eignen sich prinzipiell nicht für Außenaufnahmen. So mußte denn bislang viel Handarbeit in die Freistellung von Portraits und ähnlichen Motiven investiert werden. Unter dem Motto „Keine Kanten – nur Übergänge“ hat das US-Softwarehaus Ultimatte sich nun dieses Problems angenommen und verspricht mit seiner neuen KnockOut-Software eine halbautomatische Lösung. **Seite 48**



### imaging+foto-contact-Interviews

Gunter Plapp, Kodak Consumer Imaging: Digitale Dienstleistungen geben Amateurfotografie neue Impulse ..... **34**

**Nachrichten ..... 6, 17, 54, 62, 65**

### Digital Imaging

Kodak verschmelzt klassische Fotografie mit moderner Bilderwelt ..... **32**

Digitale Neuheiten ..... **35, 51**

Werbemittel preiswert selber gestalten ..... **42**

Studio Polaroid 350: Schnell, handlich und echte Fotoqualität ..... **44**

Agfa und Lexmark präsentierten CeBIT-Neuheiten.. **46**

Ultimatte KnockOut unter der Lupe ..... **48**

Neue Digitalkameras von Kodak ..... **50**

### Video

Ulrich Vielmuth: Videolexikon (2) ..... **56**

**Neuheiten ..... 55, 57**

### Personelles

Hubert Rothärmel wurde 60 ..... **52**

**Rechtstips ..... 58**

**Fotoliteratur ..... 59**

**Klein- und Personalanzeigen ..... 66**

**Impressum, Inserenten-Verzeichnis ..... 69**

Das Internet ist  
auch ein Thema für  
den Fotohandel

# Digital verkaufen

Möchten Sie sich ein neues Buch kaufen, wissen aber nur noch den Namen des Autors und erinnern sich nicht an das Thema? Dann können Sie natürlich die nächstgelegene Buchhandlung aufsuchen, gemeinsam mit einem mehr oder weniger freundlichen Verkäufer oder einer Verkäuferin in einem der dicken Wälzer blättern, die der Börsenverein des Deutschen Buchhandels herausgibt, und wenn Sie Glück haben, finden Sie den gewünschten Titel – oder auch nicht. Oder Sie nehmen vor Ihrem Personalcomputer Platz, lassen sich im Internet mit der Adresse [www.amazon.com](http://www.amazon.com) verbinden, geben den Namen des Autors und vielleicht ein Stichwort ein und bekommen in Sekundenschnelle alle Titel auf den Bildschirm, auf die Ihre Suchkriterien zutreffen. Ein paar Mausklicks später haben Sie das Buch bereits bestellt, und nach wenigen Tagen bringt es der Paketbote zu Ihnen nach Hause.

Ein- und Verkaufen im Internet, auch neudeutsch e-commerce genannt, ist zur Zeit in aller Munde, auch wenn die tatsächlich über das Netz getätigten Umsätze noch eher gering sind. Ein neuer Trend bahnt sich an, wobei noch niemand weiß, welche Größenordnung er einmal annehmen wird. Fest steht: Die Zahl der Internetnutzer, die in Amerika bereits auf 30% der Haushalte geschätzt wird, steigt auch in Europa spürbar an. Natürlich wird deshalb nicht jeder, der im Netz surft, dort auch einkaufen wollen. Aber man

kann mit Recht erwarten, daß der Versandhandel über das Internet in den nächsten Jahren dramatische Wachstumsraten aufweisen wird.

Die großen Einzelhandelsunternehmen bereiten sich schon darauf vor, mit unterschiedlichem Erfolg. Spezialversender wie Amazon melden bereits gute Geschäfte, auch Computersoftware – naturgemäß ein für das Internet besonders geeignetes Produkt – wird immer häufiger direkt vom Netz heruntergeladen, ohne daß der Kunde sich zum Computerhandel bemühen muß. Die Kreditkarte macht die Abrechnung für beide Seiten einfach.

Die großen Einzelhandelsunternehmen sind inzwischen auch in Deutschland fast flächendeckend zumindest testweise in das neue Medium Internet eingestiegen. Die Umsätze wachsen dabei natürlich nicht vom Start weg in den Himmel. Sollte der Fotohandel also erst einmal abwarten und Tee trinken? Wie bei anderen neuen Märkten auch, drängt sich hier das berühmte Gorbatschow-Wort auf „Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben“.

Von digitalen Dienstleistungen im Bildergeschäft reden wir bekanntlich in unserer Branche schon seit einiger Zeit. Mehrere Fotofinisher haben inzwischen mit Digitalstationen zwar noch nicht den Weg ins Internet, aber zumindest ins On-line-Geschäft vorgezeichnet. Auch viele Hersteller unserer Branche sind bereits, wie Sie in dieser

Ausgabe lesen können, im Netz unterwegs.

In dieser Ausgabe berichten wir darüber, daß Kodak in diesem Frühjahr das PhotoNet endgültig in Deutschland etablieren will. Es wird, das kann man jetzt schon prophezeien, nicht das einzige Internetprojekt in dieser Branche bleiben. Dadurch bieten sich dem Fotohandel zunächst einmal neue Chancen. Den Kunden, die ihren Film abgeben, können nicht nur die Bilder verkauft werden, sondern auch das Einspielen der Bilder ins Internet mit einem entsprechenden Folgegeschäft von Nachbestellungen, Postern, Grußkarten etc.

Dies wird am Anfang sicher eine sehr kleine Nische sein, von der man nicht weiß, wie schnell sie sich entwickelt. Und auch wer nicht Cassandra heißt, darf prophezeien, daß in diesem Bereich noch viele Fehler gemacht werden. Das spricht aber nicht dafür, sich jetzt nicht darum zu kümmern. Im Gegenteil! Wer die Fehler macht, solange der Markt noch klein ist, hat hoffentlich genug gelernt, wenn er größer wird. Darum hat auch der Fotohandel keine Zeit zu verlieren. Steigen Sie ein ins Netz – jetzt!

Wir halten Sie gerne über die neuesten Trends aktuell auf dem Laufenden. Und wenn Sie uns digital besuchen wollen: Herzlich willkommen auf <http://www.cat-verlag.de>.

Th. Blömer

### Neues Aufsichtsratsmitglied bei CeWe Color

Andreas F. Schubert ist zum neuen Mitglied des Aufsichtsrates der CeWe Color Holding AG mit Wirkung zum 01. Januar 1999 ernannt worden. In dem Gremium war durch den Tod des Firmengründers und Aufsichtsratsvorsitzenden, Senator h.c. Heinz Neumüller, ein Platz freigeworden. Andreas F. Schubert ist Mitglied der Unternehmensleitung der Bahlsen KG, Hannover. Zum Vorsitzenden des Aufsichtsrates der CeWe Color Holding AG ist Dr. Wolfgang Rupf, Vorstandsvorsitzender der Bankgesellschaft Berlin AG, gewählt worden. Rechtsanwalt Hartmut Fromm, Partner der Sozietät Fromm Heberer, wurde zum stellvertretenden Vorsitzenden des Aufsichtsrates ernannt.

### Gretag Imaging übernimmt Cymbolic Sciences

Gretag Imaging, der Hersteller von Laborsystemen und Minilabs aus der Schweiz, wird das amerikanische Unternehmen Cymbolic Sciences vollständig übernehmen. Die Transaktion, über deren Finanzvolumen Still-schweigen vereinbart wurde, soll bis Ende März 1999 abgeschlossen werden. Cymbolic Sciences ist ein starker Anbieter von digitalen Laserbelichtungsgeräten und Filmrekordern, die primär in professionellen Fotolabors für die Produktion von Großfotos und Displays, z. B. für Messestände oder Promotionzwecke, eingesetzt werden. Darüber hinaus bietet das Unternehmen Belichtungssysteme für die Druckindustrie an, die beim Computer-to-Plate-Verfahren

eingesetzt werden. Damit können von digitalen Daten ohne Zwischenstufen Druckplatten hergestellt werden. In einer Pressemitteilung wird betont, daß Gretag Imaging mit dieser Akquisition dem strategischen Ziel, führender Anbieter von Systemen für die Herstellung von großformatigen digitalen Bildern zu sein, einen großen Schritt näher kommt. Weltweit sind bereits über 1.500 Digital Imaging Systeme von Cymbolic Sciences im Einsatz.

### Gretag Imaging meldet starkes Wachstum

Gretag Imaging hat 1998 den konsolidierten Umsatz um 27 Prozent auf 481 Mio. sFr. (1997: 380 Mio. sFr.) gesteigert. Das innere Wachstum im Geschäftsjahr 1998 beträgt 53 Mio. sFr. Die im Rahmen der Börseneinführung im Juni 1998 und beim Halbjahresabschluß formulierten hohen Umsatzziele wurden damit erreicht, hieß es in einer Pressemitteilung. Beim Reingewinn erwartet das Unternehmen ein noch stärkeres Wachstum als beim Umsatz. Die stärkste Zunahme verzeichnete den Angaben zufolge der Bereich Point-of-sale-Geräte. In diesem Markt konnten die Verkäufe um 43 Prozent auf 315 Mio. sFr. gesteigert werden. Die Verkäufe von Großlaborgeräten nahmen um acht Prozent auf 150 Mio. sFr. zu. Im Markt für professionelle Laborgeräte wurden die Verkäufe von 6,2 Mio. sFr. auf 7,7 Mio. sFr. gesteigert. In der Region Amerika erwirtschaftete Gretag Imaging 68 Prozent (1997: 62 Prozent), in Europa 30 Prozent (1997: 35 Prozent) und in Asien zwei Prozent (1997: drei Prozent) des Umsatzes.

### Führungswechsel bei Canon in Deutschland

Dr. Roderich Stomm (51) ist zum neuen Geschäftsführer der Canon Euro-Photo GmbH, Willich, ernannt worden. Er übernimmt das Amt am 1. März von Hajime Tsuruoka, der zum Präsidenten der europäischen Canon Hauptverwaltung in den Niederlanden berufen wurde. Wie sein Vorgänger wird Stomm auch Geschäftsführer der Canon Deutschland GmbH in Krefeld. Stomm erwarb seine akademische Ausbildung an der Hochschule für Welt-handel in Wien, wo er 1975 auch promovierte. Berufliche Erfahrung in Mar-

keting und Vertrieb sammelte er bei namhaften Unternehmen, bevor er 1980 zum Direktor und Mitglied der Geschäftsleitung der Agfa-Gevaert GmbH in Wien berufen wurde. 1985 trat Stomm dem Unternehmen Canon bei. Zuletzt war er Geschäftsführer der Canon Vertriebsniederlassung in Österreich. In Doppelfunktion war Stomm gleichzeitig für das Osteuropageschäft von Canon verantwortlich, das als Canon East Europe GmbH ebenfalls von Wien aus geführt wird.

### Berichtigung: Polaroid Umsatz ist höher

Der Satzfehlerteufel hat in imaging+foto-contact 1-2/99 (S. 6) den Umsatz der Polaroid Corporation weitaus kleiner gemacht als er im vergangenen Jahr tatsächlich war. Zwar mußte das Unternehmen einen Umsatzrückgang hinnehmen, doch sank dieser von 2,15 Milliarden US-\$ im Jahre 1997 auf 1,85 Milliarden US-\$ im vorigen Jahr und nicht, wie in unserer vorigen Ausgabe zu lesen war, auf 1,185 Milliarden US-\$.

Unabhängig davon hat Polaroid den Verkauf seines Geschäftsbereichs Fiber Laser an die amerikanische SDL Inc., San José, Californien, bekanntgegeben. SDL wird für fünf Millionen US-\$ das gesamte Anlagevermögen, das geistige Eigentum und 38 Patente sowie Lizenzen von 22 Patenten für Fiber Laser übernehmen und auch die Produktion weiterführen. Der Vertrag schließt eine langfristige Vereinbarung zur Lieferung von Fiber Laser Systemen an die Polaroid Tochtergesellschaft Polaroid Graphic Imaging ein.

### Ricoh bleibt im Kleinbild-Geschäft

Meldungen aus den USA, wo Ricoh den Vertrieb von 35mm Kameras eingestellt hat, treffen für Europa nicht zu. Das erklärte Dietmar Franken, Leiter der Düsseldorfer Niederlassung Cameras im Digital Solution Center von Ricoh Europe B.V., auf Anfrage dem imaging+foto-contact. Zwar werde der Entwicklung des Digitalkamerageschäftes große Bedeutung beigemessen, doch werde Ricoh auch mit herkömmlichen Kameras in Deutschland und Europa präsent bleiben. Die Entscheidung für die USA sei aufgrund der speziellen Wettbewerbssituation in den Vereinigten Staaten getroffen worden. Ricoh produziert und verkauft große Mengen von Kompaktkameras in China und stellte auf der PMA sechs neue Modelle vor. Einige von diesen, erklärte Franken, würden auch in Deutschland auf den Markt kommen. Darüber hinaus werde das Unternehmen zur CeBIT eine neue Digitalkamera präsentieren.

# OLYMPUS

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

## ADVANCED PHOTO SYSTEM HIGHLIGHTS

*i* ZOOM 75



**NEU!**

### Styling vom Feinsten

- innovative Technik im ultra-kompakten Design
- exklusive Farbführung
- vollautomatische Autofocus-Sucherkamera mit 3fach Zoom
- vielseitige Blitzfunktionen inclusive Reduzierung des „Rote-Augen-Effekts“
- Datenrückwand zur Einbelichtung von Uhrzeit/Datum/Monat/Jahr
- wetterfest



**Centurion S**

### Die perfekte Kombination

- All-In-One Spiegelreflexkamera mit Autofocus
- ergonomisches Design, geringes Gewicht und komfortabel in der Ausstattung
- leistungsstarkes 4fach-Zoomobjektiv
- vielseitige Blitzfunktionen
- Wechsel von teilbelichteten Filmen möglich



MXM 901

Service-Partner:

# Bremaphot

Bremaphot Biedebach & Co. (GmbH & Co.) Photo-Großhandel  
28087 Bremen • Postfach 11 07 51 • ☎ (04 21) 46 89 89 • Fax (04 21) 4 68 98 33  
... mit einem Verkaufsbüro auch in Ihrer Nähe!

umsätze und Rohgewinne sorgen und zugleich die wichtige Kundenfrequenz steigern.

Über die Kernkompetenz Foto hinaus sieht das Porst Management große Chancen im starken Ausbau des Bereichs Telekommunikation. Mit der Entwicklung spezieller Photo Porst Telefonshops in den Geschäften und der Schulung der Partner und Mitarbeiter soll die Grundlage für ein über dem Markt liegendes Wachstum geschaffen werden.

### Gemeinsam mit den Partnern

Verantwortliche von Photo Porst haben wiederholt öffentlich betont, daß die Neuformierung des Unternehmens in enger Abstimmung mit den Franchisepartnern erfolgen soll. Eine Franchise-reform soll dafür die Voraussetzungen schaffen. Dazu wird gemäß einer Erklärung des Photo Porst Vorstandes eine moderate und nachvollziehbare Franchisegebühr und ein vereinfachter und klar verständlicher Vertragstext gehören. Im Vordergrund soll die Ausgestaltung marktgerechter Fotoarbei-



*Werner Fuchs, Mitglied des Vorstands bei Photo Porst, Schwabach: „Unter dem Strich hat Photo Porst im zweiten Halbjahr einen Gewinn erzielt.“*

ten-Preise stehen, die für alle Partner als wichtigste Voraussetzung für eine erfolgreiche Vor-Ort-Arbeit angesehen werden. Wörtlich erklärt der Photo Porst Vorstand dazu: „Rohgewinnsicherung durch Mengenzuwachs ist nur durch abgestimmte, lokale Bilderpreispolitik möglich.“

### Weitere Details folgen

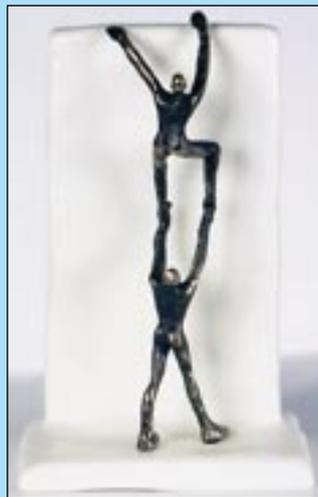
Gemeinsam mit der Unternehmensberatung Roland Berger, die die Umstrukturierung des Einzelhandelsteils betreut, ist die Geschäftsführung von Photo Porst der Ansicht, daß das Unternehmen den Break-Even-Point auf Jahresbasis erreichen kann. Die vorläufig realisierten Fortschritte, d. h. der bessere Umsatz und die erzielten Kosteneinsparungen, werden dabei als positives Zeichen gewertet. In der Pressemitteilung wird betont, daß durch die Saisongebundenheit der Aktivitäten das Break-Even-Budget 1999 für Photo Porst notwendigerweise noch einen Verlust für das erste Halbjahr des Jahres beinhaltet.

Sobald die Bilanzzahlen von Photo Porst veröffentlichungsreif sind, wird Spector in einer Pressekonferenz weitere Erklärungen zum Verlauf der Umstrukturierung des Unternehmens bekanntgeben. Details zu den Marketing- und Produktaktivitäten von Photo Porst werden auch auf der Frühjahrsmesse erwartet, die vom 23. bis 25. April 1999 in Schwabach stattfinden wird.

## i+fc Nachrichten

### Kodak ruft Netzteile für Digitalkameras zurück

Die Eastman Kodak Company ruft auf freiwilliger Basis Netzteile zurück, die als Zubehör für Digitalkameras angeboten wurden. Betroffen sind Netzteile der Firma Elpac Electronics Inc. mit den folgenden Modellnummern: 2534, 2457, M12008 und M42008. Die Produktbezeichnung und die Modell-Nummern befinden sich auf dem Etikett des Netzteils. Wird das Verbindungsstück dieser Netzteile nicht vollständig in die Digitalkamera eingesteckt und befinden sich Batterien in der Kamera, können diese überhitzen und im Extremfall platzen. Die Netzteile wurden als Zubehör für die Kodak Digitalkameras DC20, DC40, DC50 und DC120 angeboten. Sie werden von Kodak kostenlos umgetauscht. Kunden, die eines dieser Modelle besitzen, können bei der kostenfreien Hotline 0130/825402 Details zur Umtauschaktion erfragen.



*Diese Skulptur wurde polyplan zur Ernennung als „Distributor of the Year 1998“ überreicht.*

### Rexam Graphics ehrt Kölner polyplan GmbH

Rexam Graphics, einer der weltweit führenden Anbieter von beschichteten Papieren, Folien und Spezialsubstraten für digitale Bildbearbeitung, hat die Kölner polyplan GmbH zum „Distributor of the Year 1998“ ernannt. polyplan, seit 1994 auf großformatigen Digitaldruck

spezialisiert, betreut mit derzeit 18 Mitarbeitern etwa 800 Installationen in Deutschland. 1998 erzielte das Unternehmen einen Umsatz in Höhe von elf Millionen DM. Zum polyplan Serviceangebot gehören neben Druckmedien und den entsprechenden Tinten auch Schulungen in Desk Top Publishing und Großformatdruck bis zur Weiterverarbeitung.

### ICI Imagedata erhält Umweltzertifizierung

ICI Imagedata, Produzent von Medien für die Bildherstellung, ist nach der internationalen Norm für Umweltmanagementsysteme zertifiziert worden. Die ISO-Akkreditierung wurde dem Unternehmen nach Beurteilung durch einen externen ISO-Auditor für seine Anstrengungen bei der Implementierung und Aufrechterhaltung umweltverträglicher Produktionssysteme und Prozesse in seiner britischen Anlage verliehen. Dort werden sämtliche Beschichtungen für die Tintenstrahl-Druckpapiere und Transparentfolien von ICI Imagedata hergestellt.

## Rollei Beratungshotline steht jetzt zur Verfügung

Rollei hat Anfang Februar eine neue Beratungshotline eingerichtet. Unter der Telefonnummer 0531/6800277 beantworten Rollei-Experten montags bis freitags, jeweils von 8 - 20 Uhr, Fragen rund um Fotografie und Projektion. Für Service-Fragen steht nach wie vor die Telefonnummer 0531/6800333 zur Verfügung.

## 28 Verkaufsseminare in CeWe Color Labors

Ermutigt durch den Erfolg der letztjährigen Veranstaltungen, hat sich Europas größter Fotofinisher, CeWe Color, entschlossen, auch in diesem Jahr Verkaufsschulungen für seine Kunden durchzuführen. Auf dem Programm stehen insgesamt 28 Veranstaltungen in den neun deutschen CeWe Laborbetrieben. Als Schulungsleiter fungiert der Trainer Klaus Nohr, der die Teilnehmer durch Themen wie Neu-

kundengewinnung bei Fotoarbeiten, Basistraining Film und Bild oder Kundenbindung der Zukunft führen wird. Nähere Informationen zu Inhalt, Veranstaltungsort und Termin gibt es bei: CeWe Color AG & Co., Frank Zweigle, Meerweg 30-32, 26133 Oldenburg, Telefon 0441/404-311.



## Minolta verbessert Service für Profikamera Dynax 9

Minolta übernimmt für die Profikamera Minolta Dynax 9 erstmals eine dreijährige Garantie. Außerdem sichert die Service-Abteilung des Ahrensburger Unternehmens allen Dynax 9-Besitzern

eine Reparatur innerhalb von 72 Stunden zu. Beim Kauf der Kamera, die Ende März mit einem Gehäusepreis von zirka 3.000 DM auf den Markt kommen soll, liegt ein spezieller Profi-Aufkleber bei. Der wird im Falle einer Inspektion auf das Paket geklebt, um eine bevorzugte Bearbeitung in Poststelle und Service-Abteilung bei Minolta zu sichern. Bei der Rücksendung der Kamera wird ein neuer Profi-aufkleber beigelegt.

## polyplan eröffnet in Köln Großformat-Democenter

Die in Köln ansässige polyplan GmbH, Spezialist für Medien und Drucksysteme im Bereich Large Format Printing, eröffnet Anfang März ihr LFP-Democenter. Ziel ist es, Interessenten und Kunden umfassend über die aktuellen Möglichkeiten der verschiedenen Drucktechnologien zu informieren. Das Unternehmen will einen besonderen Schwerpunkt auf die Vorstellung von Systemlösungen legen, die aufgrund ihrer offenen Softwarestruktur die Einbindung von bereits vorhandenen Installationen berücksichtigen. Darüber hinaus bietet polyplan auch Schulungen und Marketingunterstützung für LFP-Dienstleister sowie Beratung über die geeigneten Printmedien bzw. -systeme an. Unter der Telefonnummer 0221/92153011 können Interessenten sich für Einzelführungen durch das Democenter anmelden.

## Minolta System Club startet wieder durch

Unter dem Motto „Wege zum besseren Foto“ bietet der Minolta System Club in diesem Jahr ein erweitertes Programm mit Veranstaltungen aller Art an. Das Angebot reicht von Aktivseminaren und Fotoworkshops bis zu Fotoreisen. 1999 reist der Club unter anderem nach Griechenland und in die USA.

Ziel der rund 100 Veranstaltungen ist es, den Club-Mitgliedern eine stetige Verbesserung ihres fotografischen Könnens zu ermöglichen. Die thematischen Schwerpunkte liegen bei Blitzlicht-, Schwarzweiß-, Tier-, Landschafts-, Modell- und Sportfotografie. Auch die digitale Fotografie mit Minolta Produkten sowie die Bildbearbeitung am Computer werden berücksichtigt.

Die Angebote „Natur im Sucher der Kamera“, „Dynax 9 im professionellen Einsatz“, „Bodyart-Körperkunst“,

„Live-Zirkusfotografie im Zirkus Roncalli“, „Windjammer“, „Licht im Grenzbereich“ oder „Live-Reportage: Kaltenberger Ritterspiele“ geben ei-



MSC-Seminar „Blumenimpressionen“ mit dem GEO-Fotografen Heinz Teufel.

nen kleinen Einblick in das breite Spektrum der Club-Aktivitäten. Interessenten erhalten ein kostenloses Informationspaket inklusive Minolta-Spiegel und Jahresprogramm bei: Minolta System Club, Christiane Gröger, Postfach 1544, 73605 Schorndorf, Telefon: 07181/929535, Fax: 07181/929533, E-Mail: MSCTeam@minolta.de

## Agfa Systemhaus Süd nimmt die Arbeit auf

Im Rahmen einer Feierstunde hat Albert Reyerman, Leiter der Vertriebsregion Süd im Bereich Grafische Systeme bei der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft, Anfang Februar die Agfa Systemhaus-Urkunde an Jürgen Latus und Kurt Herschel übergeben, die gemeinsam die Geschäftsführung des Agfa Systemhauses innehaben. In dem neuen Unternehmen gingen der 1976 gegründete Grafische Fachhandel der Wifag GmbH (Leinfelden-Echterdingen) und die Paul Unger KG (Kornthal) auf. Den Kunden in Baden-Württemberg und dem angrenzenden Umland bleiben die Ansprechpartner an beiden Standorten erhalten, lediglich der Name des Lieferanten hat sich geändert.

## Seminare mit Ch. Keller und A. Weidner

Zu einem Schwarzweiß-Fine-Art-Workshop hatte die Fachschule des Deutschen Fotohandels Mitte Januar in Zusammenarbeit mit dem Veranstalter der Kieler Fotoworkshops eingeladen. Zwölf hochmotivierte Teilnehmer waren erschienen, um unter der Leitung von Andreas Weidner ihre Kenntnisse der Fine Art-Laborarbeit in Theorie und Praxis zu erweitern. An den zwei Tagen erstellten sie vom eigenen 4 x 5"- oder Mittelformatnegativ einen Fine Print. Von der Vergrößerung über die Tonung bis zur „Art-gerechten“ Präsentation nutzten sie die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten deutlich zu steigern.

Die Fotoschule hat darüber hinaus den Schweizer Werbefotografen Charlie Keller, der selbst eine Fotoschule in Spanien leitet, dafür gewonnen, im März die überbetriebliche Ausbildung der Fotografen im zweiten Ausbildungsjahr durchzuführen. In zwei zweiwöchigen Kursen wird er sein Know-how in Sach- und Materialfotografie an die Nachwuchsfotografen weitergeben.

## KölnMesse lädt zum medienforum NRW

„Cross over Media!“ ist der Titel des diesjährigen medienforums NRW, zu dem die KölnMesse in Zusammenarbeit mit der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen für den 13. bis 16. Juni einlädt. Das medienforum NRW ist als Innovationskongress für die Medienwirtschaft und die korrespondierenden Branchen angelegt. In acht Fachkongressen und der Fachmesse „Media Vision Cologne“ soll unter dem Schwerpunktthema „Cross over Media“ die zunehmende Konvergenz der verschiedenen Branchen und Gattungen im Medienbereich analysiert, diskutiert und präsentiert werden. Dabei geht es sowohl um das Wachstums- und Innovationspotential der Medien- und Telekommunikationswirtschaft als auch um die Schnittstellen zur gesellschaftlichen Entwicklung. Das medienforum NRW wird dabei nicht nur einen Überblick über Entwicklungen und Trends geben, son-

dern es will unterschiedliche Angebote zusammenführen, auf aktuelle Tendenzen einwirken und zukunftsweisende Leitlinien formulieren.



## Evelyn Baginski vertritt Dörr und reflecta

Die Berlinerin Evelyn Baginski hat die Vertretung für Dörr und reflecta Produkte übernommen. Sie stellt sich

in diesen Wochen beim Handel in Berlin, Brandenburg, Sachsen und Mecklenburg-Vorpommern vor. Ziel der neuen Außendienstmitarbeiterin ist es, die Zusammenarbeit zwischen dem Fotohandel und der Dörr GmbH zu intensivieren.

## Kölner Photo Börse jetzt auch im Frühjahr

Nach zwölf Jahren mit einer der größten Herbstbörsen in Deutschland haben sich die Verantwortlichen der Kölner Photo Börse entschlossen, die Veranstaltung ab 1999 auch im Frühjahr durchzuführen: Am 21. März findet der Spezialmarkt für sammelnswerte Fotokameras, -zubehör, alte Fotos und Fachliteratur von elf bis 17 Uhr in der Stadthalle Köln Mülheim, Wiener Platz, statt. Genauere Informationen gibt es bei: B. Grahner, Schwinningstraße 77, 52076 Aachen.



Norbert Keller (r.) und Ludwig Venhaus überreichen die Minolta Dimâge EX und den Filmscanner Scan Multi an Gabriele Scheibel, die Geschäftsführerin der Kieler Fotoschule.

## Minolta unterstützt Kieler Fotoschule

Damit die Schüler der Kieler Fachschule des Deutschen Fotohandels weiterhin mit Technik auf modernem Stand arbeiten können, hat Minolta für die Digitalseminare der Schule den professionellen Filmscanner Dimâge Scan Multi und die neue Digitalkamera Dimâge EX gestiftet. Anlässlich eines Gespräches im Hause Minolta mit Gabriele Scheibel, der Geschäftsführerin der Fachschule, wurden die Geräte von Minolta Vertriebsdirektor Norbert Keller und Minolta Marketingdirektor Ludwig Venhaus übergeben. Bereits im vergangenen Jahr hatte das Ahrensburger Unternehmen der Fachschule eine professionelle Digital-Spiegelreflexkamera RD-175 zur Verfügung gestellt.

## Scannerkamera Leica S1 mehrfach ausgezeichnet

Die hochauflösende digitale Scanner-Kamera Leica S 1 ist Ende 1998 erneut mit drei international bedeutenden Produktpreisen ausgezeichnet worden. Anlässlich der Paso-Marú '98 in Tokio, einer Messe für Personal Multimedia, wurde die Kamera unter 14 renommierten Modellen zur „Digitalkamera des Jahres 1998“ gekürt. Sie erhielt dafür den vom Herausgeber der Zeitschrift Imaging Business, Seriyu-sha, gestifteten Design Grand Award. Vom Arbeitskreis Designpromotions wurde die Leica S 1 in der Produktgruppe der professionellen Digitalkameras mit dem „Top Design Award '98“ prämiert. Diesen in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Designer Club und der Redaktion der Zeitschrift Designers Digest vergebenen Preis hatte 1997 bereits die Spiegelreflexkamera Leica R8 in Empfang nehmen dürfen. Sieben Redakteure führender Digital-Publikationen haben die Leica S 1 schließlich zum „Innovative Digital Product of PMA '98“ gewählt. Im Auftrag der Abteilung

Digital Imaging Markets der US-amerikanischen Photo Marketing Association (PMA) bewerten die Redakteure dazu seit drei Jahren die besonders innovativen Neuvorstellungen der mehr als 730 Aussteller der Messe. Maßgebend für das Urteil der Jury war die hohe Auflösung, die mit der Single-Scan-Technik der Leica S 1 erzielt wird.

## JVC ehrte Gewinner des 21. Tokyo Video Festivals

Beim 21. JVC Tokyo Video Festival sind Anfang Februar auch vier deutsche Einsendungen mit Preisen ausgezeichnet worden. Jeweils ein Gold Award (2.500 US-\$, JVC Digitalkamera, Trophäe, Urkunde) ging an den 47jährigen Angestellten Klaus Fleischmann aus Hirschaid und den 22jährigen Studenten Sven Taddicken aus Stuttgart. Mit einem Bronze Award (1.000 US-\$, Urkunde, Plakette) wurde Daniel Mertens (28, Student, Essen) ausgezeichnet, und der Special Prize for Video Communication (1.000 US-\$, Urkunde, Plakette) ging an die IG Stralauer Filmspatzen, Grundschule

Berlin-Friedrichshain. Den Video Grand Prize erhielt die 75jährige japanische Hausfrau Fumiko Koza. Insgesamt hatten die Juroren 2.154 Einsendungen aus 40 Ländern zu begutachten. 44 Videos wurden prämiert.

## Miller Freeman kauft „Pro Sign“ in Frankfurt

Der Düsseldorfer Messeveranstalter Miller Freeman Deutschland hat die „Pro Sign – Internationale Fachmesse für Werbetechnik & Digitaldruck“ erworben. Die im Zweijahres-Rhythmus bereits dreimal durchgeführte Messe ergänzt das Portfolio von Miller Freeman im Bereich Sign/Visual Communications. In Deutschland veranstaltet Miller Freeman bereits seit 1991 auf dem Düsseldorfer Messengelände die „Viscom – Internationale Fachmesse für visuelle Werbetechniken und Signmarketing“, die im jährlichen Wechsel mit der Pro Sign in Frankfurt stattfindet. Zur Pro Sign 1998 kamen rund 7500 Fachbesucher und 187 Aussteller aus 13 Nationen. Die nächste Pro Sign ist für November 2000 geplant.

# Seit 1. April 1998: 16% Mehrwertsteuer!

## Bestellen Sie die praktischen Kalkulationstabellen beim C.A.T.-Verlag

Für die Mehrwertsteuererhöhung ab dem 1. April 1998 hat der C.A.T.-Verlag für jeden, der mit Ein- und Verkaufspreisen kalkulieren muß, eine wertvolle Kalkulationshilfe herausgebracht. In übersichtlicher Tabellenform findet der Anwender neben Einkaufspreisen von 100 bis 999 (Mark oder Pfennig) sieben mit den gebräuchlichsten Handelsspannen berechnete Bruttoverkaufspreise einschließlich des neuen Mehrwertsteuersatzes aufgeführt.

Auf der Rückseite der neuen Kalkulationstabelle sind als weitere Hilfen 14 Umrechnungsfaktoren für Spannen von 10 bis 40 Prozent einschließlich 16% Mehrwertsteuer genannt. Damit wird die Preisminderung sowohl in der Aufwärts- als auch in der Abwärtskalkulation äußerst vereinfacht. Auch für die Errechnung des Mehrwertsteuersatzes als reinen DM-Betrag oder des Verkaufspreises ohne Mehrwertsteuer sind Hilfen aufgeführt. Die Kalkulationshilfe ist auf schmutzabweisendem laminiertem 170 g Karton im DIN A4-Format gedruckt.

Bestellen Sie Ihre Kalkulationstabelle(n) zum Preis von 15,- DM für die erste Tabelle und 5,- DM für jedes weitere Exemplar inkl. Portokosten und MwSt. mit dem unten abgedruckten Bestellcoupon direkt beim:

**C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen, Tel. 02102/2027-0, Fax 02102/2027-90.**

**Ja, ich/wir bestelle(n) ..... Exemplar(e) der C.A.T.-Kalkulationstabelle.**

Der Preis für das erste Exemplar beträgt 15,- DM, für jedes weitere Exemplar 5,- DM, inkl. Portokosten und MwSt.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH  
Kalkulationstabelle 1998  
Postfach 12 29  
40832 Ratingen

**Fax.: 0 21 02 / 20 27 90**

Meine Anschrift lautet:

Name/Firma:.....

Straße/Nr.: .....

PLZ/Ort:.....

Telefon/Fax: .....

Unterschrift: .....



Viele Besucher  
bei der PMA '99  
in Las Vegas

Die größte  
aller Zeiten



*Eröffneten die größte PMA aller Zeiten in guter Stimmung: PMA Executive Director Roy S. Pung und PMA Präsident Johan Mussche, der in dieser Funktion am letzten Messttag turnusgemäß von Matt Hesketh abgelöst wurde.*

**Mit mehr als 750 Ausstellern und einer Netto-Ausstellungsfläche von mehr als 35.000 qm war die PMA '99, die vom 18. bis 21. Februar dieses Jahres in Las Vegas stattfand, die größte aller Zeiten. Fünf Monate nach der photokina war die Zahl der Neuheiten im APS- und 35mm-Segment sehr begrenzt. Dagegen wurde bei den Digitalkameras bereits die nächste Produktgeneration präsentiert: Die Messlatte liegt jetzt bei über zwei Millionen Pixel.**

Nicht nur die Zahl der Aussteller, auch die Besucherfrequenz war auf dieser PMA außerordentlich hoch. Kenner der amerikanischen Messe schätzen die diesjährige Besucherzahl auf rund 30.000, das wären gut zehn Prozent mehr als bei der bisher besucherstärksten PMA, zu der im Jahre 1996 zur Einführung von APS rund 27.000 Besucher nach Las Vegas kamen.

Nach der erfreulichen Entwicklung des Kameraangebotes für APS auf der photokina legten einige Hersteller in Las Vegas noch einmal nach. Kodak präsentierte eine ganze Familie von APS-Modellen, auch andere Hersteller wie Canon, Pentax und Samsung stellten neue APS-Kameras vor. Die elegante Konica Revio ist jetzt auch in einem dunkelmetallisch-grünen Gehäuse zu haben, welches, zumindest nach Einschätzung des Chronisten, diese Kamera geradezu in sensationeller Weise aufwertet.

Im Kleinbildbereich stellte Canon mit der EOS 300 eine neue Brot- und Butter-SLR vor.

*APS!  
Todschick  
für knapp  
200 DM:  
Kodak  
Advantix  
T550.*



## Die neue EOS 300 und ihre Technik:

- >> Ultraschneller Autofokus.
- >> Sieben Autofokus-Meßfelder.
- >> Belichtungssystem mit 35-Zonen-Mehrfeldmessung.
- >> Schärfentiefenkontrolle.
- >> Belichtungsreihenautomatik.
- >> Batterie-Handgriff BP200 mit Hochformatauslöser als Zubehör.
- >> Handlicher, ergonomischer Body.



Konica führte mit der Z-up 120 VP eine elegante 3fach Zoom Kompaktkamera in zweifarbigen Design ein. Pentax präsentierte die Espio 115G in neuem Design und bietet die 738G jetzt auch in Silber an.

Auch Samsung rundete seine Kom-

paktkamerapalette mit einigen Modellen ab, und kann jetzt eine durchgestylte Familie im harmonischen Design vorweisen.

Agfa und Ricoh bieten bei ihren neuen Digitalkameras eine USB-Schnittstelle, mit deren Hilfe die Ladezeiten auf einen Bruchteil der bisher benötigten Zeitspanne reduziert werden.

Agfa, Fuji, Canon und Kodak hatten ihre wichtigsten Digitalneuheiten bereits vor der PMA in Deutschland zwar nicht der Öffentlichkeit, aber der Presse in Pressekonferenzen zur CeBIT-Vorschau, präsentiert. Konica stellte mit der Q-M 200 ein Modell mit 2,1 Millionen Pixel vor, das dem Anwender zusätzlich zum 6,9 mm Hexanon-Objektiv (entspricht einer Brennweite von 38 mm im Kleinbild-Format) ein zweifach Digitalzoom anbietet.

Ein 7 bis 21 mm Zoomobjektiv zeichnet die neue Nikon Coolpix 950 aus, die sich ebenfalls durch eine hohe Auflösung von 2,11 Millionen Pixel auszeichnet. Das schwenkbare Objektiv ermöglicht Aufnahmen aus verschiedenen Perspektiven. Als Zubehör stehen zwei Televorsätze sowie Fisheye und Weitwinkellinsen zur Verfügung. Ohne Zoomobjektiv in kompaktem Kamera-

*Im eleganten zweifarbigen Look präsentiert sich die neue Konica Z-up 120 VP.*



## Digitalkameras – die neue Generation

Digitalkameras mit einer Auflösung von mehr als zwei Millionen Pixel waren die unbestrittenen Stars der PMA '99. Die höhere Auflösung ist aber nur ein Teil des technischen Fortschrittes, der bei den neuen Modellen deutlich wird. Ausstattung und Handhabung werden immer praxisgerechter; kaum eine Digitalkamera kommt heute beispielsweise ohne optischen Sucher auf den Markt. Das ebenfalls zum Standard gehörende stromfressende LCD-Display braucht daher nur eingeschaltet zu werden, wenn seine wichtigste Funktion, die sofortige Kontrolle des Bildergebnisses, gewünscht wird. Auch beim bisher so zeitraubenden Herunterladen der Bilder in den PC ist Land in Sicht:



*Kompakt und schön anzuschauen: Olympus Camedia C-2000Zoom.*

2,1 Millionen  
Pixel



**Nikon Cool-  
Pix 950**  
mit schwenkbarem  
3-fach Zoom-  
Objektiv  
und 2,1  
Millionen Pixel.

metern gemacht werden. Das Einladen der Bilder in den PC geht dank der eingebauten USB-Schnittstelle in rasanter Geschwindigkeit.

design kommt die neue Nikon Coolpix 700, die mit einfacherer Ausstattung als ihre große Schwester ebenfalls 2,11 Millionen Pixel bietet.

Digitalkamera-Marktführer Olympus stellte mit der neuen Camedia C-2000Zoom ein weiteres Modell mit 2,11 Millionen Pixel vor, das mit Sicherheit das Zeug zum Bestseller besitzt. Das außergewöhnlich kompakte und handliche Gerät bietet neben einem drei-fach Zoomobjektiv zusätzlich ein Digital-Zoom für noch mehr kreative Möglichkeiten.

Ricoh stellte mit der neuen RDC-5000 ebenfalls ein hochauflösendes Digitalkamera-Modell vor, dessen Leistungsfähigkeit mit 2,3 Millionen Pixel angegeben wird. Das 2,3fach Zoomobjektiv ist aus neun Glaselementen in sechs Gruppen aufgebaut und enthält vier asphärische Linsen. Mit der Ricoh RDC-5000 können ohne Umschaltung oder Vorsatzlinse Nahaufnahmen mit einer kürzesten Entfernung von vier Zenti-

## Labor- geräte – Zeit für Politik

Bei den Geräten für Großlabors und Minilabs sind die Innovationszyklen bekanntlich etwas länger als bei Digitalkameras. Demgemäß war die Zahl der wirklich neuen Produkte in Las Vegas gering. Herausragende Neuheit war ohne Zweifel die von Gretag Imaging angekündigte Möglichkeit, die Syntra Hochgeschwindigkeitsprinter mit einer Vorrichtung zur lokalen Dichtekorrektur auszustatten und dieses Feature als Aufrüstmodul auch für bestehende Printer anzubieten. Auch bei Gretag wird, wie beim Agfa DIMAX Printer, dem ersten Großlaborgerät für lokale Dichtekorrektur, das Prinzip der un-

scharfen Maskierung eingesetzt. Agfa ließ zu diesem Thema auf der Messe verlauten, man sei bereits vor einem Jahr von anderen Unternehmen nach Lizenzen der DIMAX Technologie gefragt worden und habe diese Anfragen abschlägig beschieden. Patentverletzungen werde man, so betonten Agfa-Sprecher, auf juristischem Wege beantworten. William Recker, Chairman der Gretag Imaging Gruppe, erklärte dazu auf Anfrage von imaging+foto-contact, die von Gretag Imaging eingesetzte Technologie unterscheide sich so wesentlich von den Agfa-Produkten, daß von einer Patentverletzung nicht die Rede sein könne.

Um Politik ging es auch beim neuen digitalen Minilab von Noritsu. Das neue QSS-2711 DLS-System enthält eine Technologie, die die Eastman Kodak Company auf der photokina für ein eigenes Produkt unter dem Namen DLS (Digital Lab System) vorgestellt hatte. Auf der PMA gaben beide Unternehmen bekannt, daß Kodak das Gerät unter eigener Marke nicht mehr vertreiben wolle und die Technologie an Noritsu lizenziert habe. Das von Kodak unter eigener Marke auf der photokina gezeigte Gerät sollte damals dagegen zu verschiedenen Teilen von Gretag Imaging produziert werden. Kodak Sprecher erklärten dazu auf der PMA, man arbeite sowohl mit Gretag als auch mit Noritsu hervorragend zusammen und lizensiere Technologien an beide Unternehmen, je nach den Anforderungen, die sich durch die spezifischen Stärken beider Minilabhersteller ergeben. Für die zahlreichen Besucher aus Deutschland hat sich die Reise ins sonnige, aber kühle Las Vegas auch in diesem Jahr gelohnt. Man trifft sich auf der PMA, hat Zeit für Hintergrundgespräche und kann sich hervorragend über neue Entwicklungen in der Branche informieren. Dazu trug auch in diesem Jahr das umfangreiche Vortrags- und Seminarprogramm bei, das bereits mit dem Treffen der Schulfotografen am Montag der PMA-Woche und der folgenden Versammlung der Digital Imaging Marketing Association (DIMA) am Dienstag und Mittwoch begann. Wir werden in der kommenden Ausgabe ausführlich über die PMA '99 in Las Vegas berichten. THB



**Ricoh RDC-5000**  
Mit USB Schnittstelle und 3-fach Zoom-  
Objektiv mit asphärischen Linsen:

# Rollei



Foto: Erik de Goederen, Niederlande

**Jetzt fange ich meine Träume mit einer Rolleiflex 6008 integral ein.**

Fotografen sind Träumer. Sie werden immer danach verlangen, auch das Ungreifbare in ihren Fotos festzuhalten: Momente von Schönheit, unaussprechliche Gefühle, Momente der Verwunderung.

Die Rolleiflex 6008 integral kann die Grenzen zwischen Traum und Geschehen optimal überbrücken.

Zum Beispiel mit der Quick Release-Funktion, um praktisch ohne Verzögerung fotografieren zu können. Oder mit den PQS-Objektiven, die mit ihrem Zentralverschluß eine Verschußzeit von  $\frac{1}{1000}$  Sek. ermöglichen.



Weitere Informationen:

Rolleiflex Fototechnic GmbH · Salzdahlumer Straße 196 · 38126 Braunschweig  
Telefax (05 31) 6 80 02 43 · Internet <http://www.rollei.de>

## „Als Kind konnte ich in meinen Träumen fliegen“

- zwei SLR-Kameras
- preiswerte Ixus
- Zoomobjektive
- Digitalcamcorder in Vertikal-Bauweise
- Einstiegsmodelle für Hi8 und 8mm

## Canon setzt weiterhin auf Spiegelreflex

**Über 170.000 Spiegelreflexkameras hat Canon Euro-Photo 1998 verkauft. Und die Aussichten, daß sich der SLR-Markt für Canon auch in diesem Jahr positiv gestaltet, stehen gut. Denn mit zwei neuen SLR-Kameras und zwei neuen Zoomobjektiven hat das Unternehmen auf der PMA in Las Vegas sein Engagement für dieses Segment erneut unterstrichen. Neuheiten stellte Canon auf der Messe aber auch bei APS- und 35 mm-Kompaktkameras sowie Camcordern vor.**



*Als technisch gut ausgestattetes Modell für ambitionierte Freizeitfotografen präsentiert Canon die neue Spiegelreflexkamera EOS 300, die hier auf dem Bild mit dem Batteriepack BP-200 zu sehen ist.*

An ambitionierte Freizeitfotografen wendet sich Canon mit der neuen Kleinbild-Spiegelreflexkamera EOS 300. In einem eleganten, schwarz-silbernen Gehäuse bietet die Kamera eine gute technische Ausstattung. Dazu gehören beispielsweise sieben Autofocusmeßfelder, eine höhere Autofocus-Einstellgeschwindigkeit, ein Belichtungssensor mit 35 Meßsektoren, Tiefenschärfenkontrolle auf der Mattscheibe und Serienbelichtungen mit 1,5 Bildern pro Sekunde.

Passend zur neuen EOS 300 stellte Canon auch das optionale Batterie-Pack BP-200 vor. Es erleichtert die Handhabung der Kamera bei Hochformataufnahmen und erhöht durch vier zusätzliche Mignon-Zellen die zur Verfügung stehende Energiemenge deutlich.

Die EOS 300 ist mit einem neuen CMOS-Flächensensor ausgerüstet, wie er in der EOS 3 zum ersten Mal vorgestellt wurde. Dieser hat sieben AF-Meßfelder, die entweder durch ein



## Ixus AF: Kamera für schmale Geldbeutel

Mit der Ixus AF hat Canon Euro-Photo ein neues Modell in seiner erfolgreichen APS-Kamerareihe vorgestellt. Es soll vor allem Kunden ansprechen, die für eine Kamera nicht allzu tief in die Tasche greifen wollen: Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 149 DM. Dafür erhält der Kunde eine Kamera in einem schlanken (90,5 x 64 x 30 mm) und leichten (120 g) Gehäuse in blauschwarzem Finish. Die Ixus AF besitzt ein 6/25 mm-Objektiv mit aktivem AF-System, das ab einer Motiventfernung von 80 cm eingesetzt werden kann. Sie arbeitet mit Verschlusszeiten von 1/90 bis 1/500 Sek. und verfügt über ein eingebautes Blitzgerät, Drop-in-Ladeautomatik und motorischen Filmtransport.

„intelligentes“ Auswahlverfahren automatisch von der Kamera gewählt werden oder vom Fotografen einzeln angesteuert werden können. Als AF-Betriebsarten stehen One-Shot für statische oder sich nur langsam bewegende Objekte) und AI Servo (für sich schnell bewegende Objekte) zur Verfügung.

Die Belichtungsmessung erfolgt mittels einer Silicium-Fotodiode mit 35 Meßsektoren. Es stehen drei verschiedene Meßcharakteristika und eine Vielzahl von Belichtungsfunktionen zur Verfügung. Dazu zählen neben der manuellen Einstellung und der intelligenten Programmautomatik mit Programmverschiebung unter anderem auch fünf Motivprogramme, Zeit- und Blendenautomatik. Mit den Blitzgeräten der Canon Speedlite Serie lassen sich darüber hinaus TTL-, A-TTL- und E-TTL-Blitzlichtmessung realisieren.

Weiteres Kennzeichen der neuen Kamera ist die Belichtungsreihenautomatik. Sie fertigt automatisch drei Aufnahmen mit unterschiedlicher Belichtung an. Dabei kann sie auf Verschlusszeiten von 30 Sek. bis 1/2.000 Sek. zurückgreifen.

Die unverbindliche Preisempfehlung für die Canon EOS 300 lautet 599 DM, mit Datenrückwand 699 DM.



Die Canon EOS 3000 mit dem zum Set gehörenden Objektiv EF 4,5-5,6/38-76 mm.

## EOS Einstiegsmodell wird im Set angeboten

Mit der EOS 3000 bringt Canon ein Einstiegsmodell auf den Markt, das als Set zusammen mit einem Zweifach-Zoomobjektiv EF 4,5-5,6/38-76 mm für 599 DM (unverbindliche Preisempfehlung) angeboten wird. Die EOS 3000 basiert



Die drei Kameras der neuen Canon Prima Super Serie, Prima Super 28 N, Prima Super 135 N und Prima Super 115 N (v. o.), werden wie gewohnt im Set ausgeliefert.

**Canon hat auf der PMA auch eine aktualisierte Version seiner 35 mm-Kompakt-kamerabestseller der Prima Super Serie vorgestellt: Mit bewährter Technik präsentieren sich die Modelle Prima Super 28 N, Prima Super 115 N und Prima Super 135 N in edler Platinfarbe.**

Der Set-Strategie des Willicher Unternehmens folgend, werden die Kameras der Prima Super Serie inklusive Zubehör wie Tasche, Film und Batterie auf den Markt gebracht. Gleichzeitig wurde die Verpackung so attraktiv gestaltet, daß sie sich zur Dekoration im Schaufenster eignet.

Spitzenmodell der Serie ist die Prima Super 135 N. Sie zeichnet sich vor allem durch ein relativ (im Vergleich zu anderen Sucherkameras dieser Klasse) lichtstarkes asphärisches Zoomobjektiv 3,6-8,9/38-135 mm, sieben vollautomatische Belichtungsfunktionen und eine kürzeste Verschlusszeit von 1/1.200 Sekunde aus. Weiterhin wird die Kamera durch ein Drei-Feld-Autofocussystem mit 515 Einstellschritten charakterisiert. Scharfe Aufnahmen sind bereits ab einer Motiventfernung von 40 cm möglich.

Auch die Prima Super 115 N bietet

sieben vollautomatische Belichtungsprogramme und eine kürzeste Verschlusszeit von 1/1.200 Sekunde. Ihr Autofocus-Zoomobjektiv 3,6-8,5/38-115 mm wird über 518 Einstellschritte scharfgestellt. Dabei sind auch mit diesem Modell scharfe Aufnahmen ab 40 Zentimeter Motivabstand möglich.

## Prima Super Kameras in neuem Platin-Design

Beide Kameramodelle gibt es auch als Caption Version, mit der die Einblendung von Datum und Uhrzeit sowie einem von fünf Titeln möglich sind.

Die Prima Super 28 N ist mit einem AF-Zoomobjektiv 5,6-7,8/28-70 mm ausgestattet, das ab einer Motiventfernung von 45 cm scharfe Bilder liefert. Die Belichtung erfolgt per Vollautomatik oder mit einem von fünf Belichtungsprogrammen.

Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten: Prima Super 28 N: 349 DM; Prima Super 115 N: 399 DM (Caption Version: 449 DM) und Prima Super 135 N: 499 DM (Caption Version: 549).



## Objektive mit und ohne Ultraschallmotor

Canon EF 4-5,6/75-300 mm III USM und Canon EF 3,5-5,6/28-80 mm V USM heißen zwei neue Objektive, die es mit Ultraschallmotor und baugleich mit Gleichstrommotor als Canon EF 4-5,6/75-300 mm III und Canon EF 3,5-5,6/28-80 mm II gibt. Die Telezooms setzen sich aus 13 Linsen in neun Gliedern zusammen. Sie sind Supra-Spectra vergütet und bieten eine Naheinstellgrenze von 1,5 m. Die beiden 28-80 mm-Modelle bestehen aus zehn einzelstehenden Linsenelementen, die ebenfalls Super-Sprectra-vergütet sind. Hier liegt die Naheinstellgrenze bei 38 cm. Das Filtergewinde aller neuen Objektive hat den Durchmesser 58 mm.

Unverbindliche Preisempfehlungen EF 4-5,6/75-300 mm III USM: 599; EF 4-5,6/75-300 mm III: 499 DM; Canon EF 3,5-5,6/28-80 mm V USM: 469 DM und Canon EF 3,5-5,6/28-80 mm II: 279 DM.



auf dem Canon Erfolgsmodell EOS 5000, die Kamera wurde jedoch mit einer Reihe von Features aufgewertet. Dazu gehören sowohl automatische, halbautomatische und manuelle Belichtungsfunktionen, komplette Belichtungsinformation im Sucher, ein erweiterter Bereich langer Verschlusszeiten und feinere Abstufung, ein eingebautes Blitzgerät und akustische AF-Bestätigung.

Die EOS 3000 bietet ein Autofocussystem mit Schärfenpriorität bzw. AI Servo mit Vorausberechnung; auch manuelle Fokussierung ist möglich. Die Belichtungseinstellung erfolgt

über eine Sechszonen-Silicium-Fotodiode. Der Fotograf kann zwischen selektiver Spotmessung und mittbetonter Integralmessung wählen. Ihm stehen sechs Belichtungsfunktionen plus vier Motivprogramme zur Verfügung.

Die Kamera besitzt eine Verwacklungswarnung bei langen Belichtungszeiten und bietet die Möglichkeit für Mehrfachbelichtungen (bis zu neun). Belichtungskorrekturen sind im Bereich plus/minus zwei Lichtwerte in halben Blendenstufen möglich. Darüber hinaus besitzt die Kamera einen elektronisch gesteuerten Selbstauslöser.

## Neues für Videofilmer



Der DM-MV20 ist Canons erster Digitalcamcorder in vertikaler Bauweise.

Als neues Highlight im Videobereich hat Canon den MV-MV20 vorgestellt, den ersten Digitalcamcorder in vertikaler Bauweise, den das Unternehmen im Programm hat. Darüber hinaus wurden auf der PMA auch neue Camcorder für die Systeme 8mm und Hi8 präsentiert.

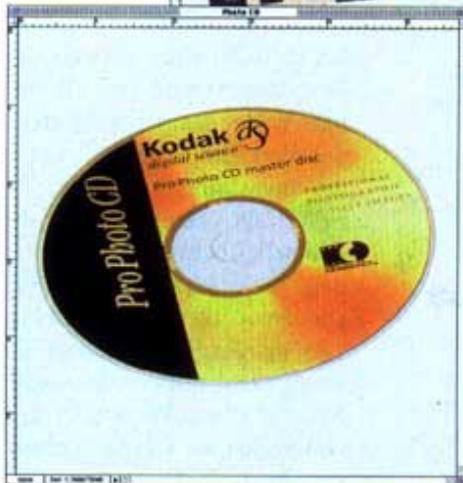
Wichtigste Ausstattungsmerkmale des DM-MV20 sind drei Aufzeichnungsmodi (normal, Vollbildaufzeichnung, Foto), optischer Bildstabilisator und Zwölfach-Zoomobjektiv. Für die Aufnahme reicht eine vorhandene Lichtstärke von 1,5 Lux aus. Der CCD-Bildwandler arbeitet mit einer Auflösung von 420.000 Pixeln, der seitlich abklappbare TFT-LCD-Monitor mit 180.000 Pixeln. Außerdem ist der Camcorder mit einem Farbsucher und vielfältigen Aufnahme- und Bearbeitungsprogrammen ausgestattet. Das Gehäuse hat die Abmessungen 61 x 128 x 108 mm und wiegt 590 g. Unverbindliche Preisempfehlung: 2998 DM.

Für die Systeme 8mm und Hi8 bringt Canon mit den Modellen UC-X65Hi, UC 9500, UC 8500 und UC 8000 gleich vier neue Camcorder auf den Markt. Alle neuen Geräten wurden für Einsteiger konzipiert, die technische Feinheiten zu einem akzeptablen Preis erwarten. Unverbindliche Preisempfehlung: UC-X65Hi: 1.298 DM; UC 9500:1.098 DM; UC 8500: 998 DM und UC 8000: 898 DM.



Mit dem Canon UC 8000 und dem Canon UC-X65Hi bringt Canon zwei Einstiegscamcorder für die Systeme 8 mm und Hi8 auf den Markt.

# Betrachten Sie das Geschäft mal aus der digitalen Perspektive.



**CeWe Color bietet Ihnen heute schon die digitale Technik von morgen. Damit Sie auch in Zukunft im Bildergeschäft die Nase vorn haben.**

**DigitalPhoto** – Mit DigitalPhoto bieten Sie die optimale Umsetzung gestalteter Bild- und Grafikdateien auf original Fotopapier in bester Qualität.

Und die DigitalStation bietet eine völlig neue Dimension des Kundenservice bei der Bildbestellung. Für ein lukratives Zusatzgeschäft.

**FotoScreen** – Ihr einzigartiger Vorteil im digitalen Bildergeschäft.

Mit offenem Dateiformat, das kompatibel mit allen Betriebssystemen ist, integriertes Präsentationsprogramm mit PhotoIndex inklusive. So bieten Sie Ihren Kunden die absolute digitale Vielfalt.

**Photo CD** – Das digitale Fotoalbum in drei verschiedenen Qualitätsstufen für alle Zielgruppen. Mit hohem Speichervermögen, extrem hoher Auflösung und vielfältigen Bearbeitungsmöglichkeiten. Für die perfekte Dienstleistung auch im Express-Service.

**Fordern Sie uns. Wir sind für Sie da.**



# cewe color

D-26133 Oldenburg  
Meerweg 30-32  
Tel. (0441) 404-1  
Fax (0441) 404-404

D-22085 Hamburg  
Winterhuder Weg 82  
Tel. (040) 227102-0  
Fax (040) 227102-11

D-82110 Gerning  
Oskar-von-Miller-Straße 9  
Tel. (089) 84007-0  
Fax (089) 84007-30

D-67547 Wittms  
Niedesheimer Straße 26  
Tel. (06241) 3006-0  
Fax (06241) 3006-40

0-41238 Mönchengladbach  
Erfstraße 40  
Tel. (02166) 8516-0  
Fax (02166) 8516-19

D-01109 Dresden  
Karl-Marx-Straße 18  
Tel. (0351) 88544-0  
Fax (0351) 88544-13

D-99819 Eisenach  
Am Goldberg 2  
Tel. (03691) 62122-0  
Fax (03691) 621223

D-23611 Bad Schwartau  
Gutenbergstraße 1  
Tel. (0451) 2960-0  
Fax (0451) 2960-203

D-13405 Berlin  
Schumstraße 6  
Tel. (030) 417787-0  
Fax (030) 417787-44

D-90513 Zirndorf  
Vogelwehstraße 46  
Tel. (0911) 60802-0  
Fax (0911) 60802-55

D-79114 Freiburg  
Auf der Haal 1  
Tel. (0761) 49047-0  
Fax (0761) 49047-50

# Neue Unternehmensstruktur

**Erste Erfolge der im zweiten Halbjahr 1998 durchgeführten Restrukturierungsmaßnahmen meldet die Photo Porst AG. Gleichzeitig gab das Unternehmen ein Zukunftskonzept bekannt, mit dem eine Zukunft ohne rote Zahlen erreicht werden soll. Im Rahmen einer Umstrukturierung werden der Einzelhandelsbereich und die Laboraktivitäten in zwei getrennten GmbHs neu aufgestellt.**

In einer Pressemitteilung erklärt Photo Porst zum Ergebnis des zweiten Halbjahres 1998: „Die vorläufigen Ergebnisse von Photo Porst im zweiten Halbjahr werden völlig dem im Juli erarbeiteten neuen Geschäftsplan gerecht. Die Betriebsergebnisse von Photo Porst im zweiten Halbjahr waren sogar besser als erwartet. Unter dem Strich hat Photo Porst im zweiten Halbjahr einen Gewinn erzielt. Der Verlust auf Jahresbasis bleibt folglich auf den im September veröffentlichten Verlust des ersten Halbjahres inklusive der damals angekündigten Umstrukturierungsrückstellungen beschränkt.“

Im September hatte die Porst Muttergesellschaft Spector einen Halbjahresverlust von BEF 637 Millionen bekanntgegeben und gleichzeitig festgestellt, ohne Photo Porst wäre ein positives Ergebnis von BEF 347 Millionen erzielt worden. Gleichzeitig wurden BEF 774 Millionen für einen Umstrukturierungsplan bei Photo Porst zurückgestellt. Dem Mitte vergangenen Jahres neu formierten Porst Vorstand unter Leitung von Werner Fuchs ist es offensichtlich gelungen, die rasante Umsatztafelfahrt des Schwabacher Traditionsunternehmens zu stoppen.

In der Pressemitteilung wird betont, daß durch Veränderungen in Sortiment und Werbeauftritt Verbesserungen auf der Umsatz- und Rohgewinnseite in Gang gesetzt wurden und gleichzeitig durch den bereits eingeleiteten Restrukturierungsprozeß erhebliche

## Photo Porst meldet Silberstreifen am Horizont

Kosteneinsparungen erzielt wurden. In den Wochen rund um die Jahreswende wurde dann durch die seit einigen Monaten vom Porst Vorstand bestellte Unternehmensberatung Roland Berger und einen Lenkungsausschuß von Vorstand, Mitarbeitern und Fachbereichen ein Zukunftskonzept für Photo Porst ausgearbeitet.

### Trennung von Labor und Handel

Im Zuge einer Umstrukturierung wird die Photo Porst AG in zwei Bereiche getrennt, zum einen in die Photo Porst Laborbetriebs GmbH, in der die vier Fotofinishinglabors und die 1700 Shop-in-Shop Franchiseverträge zusammengeführt werden. Spector hat diese neugegründete Photo Porst Laborbetriebs GmbH von der Tochtergesellschaft Photo Porst übernommen. Die operative Lenkung der bildorientierten Film- und Bild- sowie Depotstellen bleibt aber bei der Photo Porst Handels GmbH, der zweiten Gesellschaft, in die ca. 200 eigene Filialen und 360 Fachgeschäfts-Franchiseverträge integriert werden. Zwischen beiden Photo Porst Unternehmen wurden langfristige exklusive Lieferverträge zu Marktbedingungen unterzeichnet.

### Banken geben Flankenschutz

In der Pressemitteilung wird betont, daß die Liquidität der neuen Gesellschaften durch ein Übereinkommen zwischen Photo Porst und den deutschen Banken gesichert worden ist. Zusätzlich übernimmt Spector die Ladenkette Föfoto in Ungarn von Photo Porst.

### Unternehmen Zukunft

Mit der neuen Unternehmensstruktur will sich Photo Porst zukünftig vor allem auf zwei Themen konzentrieren. Zum einen soll weiter an der Rückgewinnung der Photo Porst Foto- und

Bildkompetenz gearbeitet werden. Dazu gehört nach Einschätzung des Vorstandes auch der Einstieg in die digitale und multimediale Zukunft als logische und konsequente Fortsetzung des bisherigen Photo Porst Images. Attraktive UE Postenangebote sollen für Zusatz-



Johan Mussche,  
Spector Vorstandsvorsitzender

### Partnerschaft nicht ausgeschlossen

Im Rahmen eines Artikels über die Restrukturierung bei Photo Porst berichtete das Düsseldorfer Handelsblatt, die Spector Gruppe habe die Investmentbank Mees Pierson beauftragt, einen Partner für die deutsche Tochtergesellschaft zu finden. Dazu erklärte Spector Vorstandsvorsitzender Johan Mussche dem *imaging+foto-contact*, dies bedeute nicht notwendigerweise, daß Spector Photo Porst oder Teile davon verkaufen werde. Vielmehr sei eine mögliche Partnerschaft sowohl für die Photo Porst Handels GmbH als auch für Laborbetriebe eine von mehreren Optionen für die Zukunft. Mussche wies dabei ausdrücklich auf das stark wachsende Geschäft im Bereich Telekommunikation hin, das sich zu einem guten Standbein für Photo Porst entwickelt habe.

umsätze und Rohgewinne sorgen und zugleich die wichtige Kundenfrequenz steigern.

Über die Kernkompetenz Foto hinaus sieht das Porst Management große Chancen im starken Ausbau des Bereichs Telekommunikation. Mit der Entwicklung spezieller Photo Porst Telefonshops in den Geschäften und der Schulung der Partner und Mitarbeiter soll die Grundlage für ein über dem Markt liegendes Wachstum geschaffen werden.

### Gemeinsam mit den Partnern

Verantwortliche von Photo Porst haben wiederholt öffentlich betont, daß die Neuformierung des Unternehmens in enger Abstimmung mit den Franchisepartnern erfolgen soll. Eine Franchise-reform soll dafür die Voraussetzungen schaffen. Dazu wird gemäß einer Erklärung des Photo Porst Vorstandes eine moderate und nachvollziehbare Franchisegebühr und ein vereinfachter und klar verständlicher Vertragstext gehören. Im Vordergrund soll die Ausgestaltung marktgerechter Fotoarbei-



*Werner Fuchs, Mitglied des Vorstands bei Photo Porst, Schwabach: „Unter dem Strich hat Photo Porst im zweiten Halbjahr einen Gewinn erzielt.“*

ten-Preise stehen, die für alle Partner als wichtigste Voraussetzung für eine erfolgreiche Vor-Ort-Arbeit angesehen werden. Wörtlich erklärt der Photo Porst Vorstand dazu: „Rohgewinnsicherung durch Mengenzuwachs ist nur durch abgestimmte, lokale Bilderpreispolitik möglich.“

### Weitere Details folgen

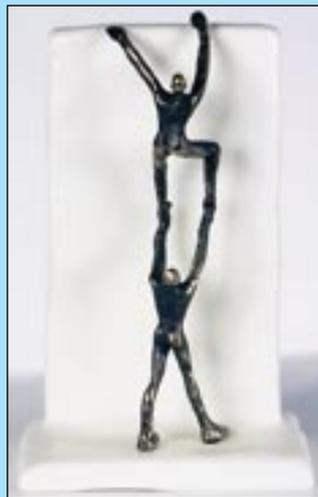
Gemeinsam mit der Unternehmensberatung Roland Berger, die die Umstrukturierung des Einzelhandelsteils betreut, ist die Geschäftsführung von Photo Porst der Ansicht, daß das Unternehmen den Break-Even-Point auf Jahresbasis erreichen kann. Die vorläufig realisierten Fortschritte, d. h. der bessere Umsatz und die erzielten Kosteneinsparungen, werden dabei als positives Zeichen gewertet. In der Pressemitteilung wird betont, daß durch die Saisongebundenheit der Aktivitäten das Break-Even-Budget 1999 für Photo Porst notwendigerweise noch einen Verlust für das erste Halbjahr des Jahres beinhaltet.

Sobald die Bilanzzahlen von Photo Porst veröffentlichungsreif sind, wird Spector in einer Pressekonferenz weitere Erklärungen zum Verlauf der Umstrukturierung des Unternehmens bekanntgeben. Details zu den Marketing- und Produktaktivitäten von Photo Porst werden auch auf der Frühjahrsmesse erwartet, die vom 23. bis 25. April 1999 in Schwabach stattfinden wird.

## i+fc Nachrichten

### Kodak ruft Netzteile für Digitalkameras zurück

Die Eastman Kodak Company ruft auf freiwilliger Basis Netzteile zurück, die als Zubehör für Digitalkameras angeboten wurden. Betroffen sind Netzteile der Firma Elpac Electronics Inc. mit den folgenden Modellnummern: 2534, 2457, M12008 und M42008. Die Produktbezeichnung und die Modell-Nummern befinden sich auf dem Etikett des Netzteils. Wird das Verbindungsstück dieser Netzteile nicht vollständig in die Digitalkamera eingesteckt und befinden sich Batterien in der Kamera, können diese überhitzen und im Extremfall platzen. Die Netzteile wurden als Zubehör für die Kodak Digitalkameras DC20, DC40, DC50 und DC120 angeboten. Sie werden von Kodak kostenlos umgetauscht. Kunden, die eines dieser Modelle besitzen, können bei der kostenfreien Hotline 0130/825402 Details zur Umtauschaktion erfragen.



*Diese Skulptur wurde polyplan zur Ernennung als „Distributor of the Year 1998“ überreicht.*

### Rexam Graphics ehrt Kölner polyplan GmbH

Rexam Graphics, einer der weltweit führenden Anbieter von beschichteten Papieren, Folien und Spezialsubstraten für digitale Bildbearbeitung, hat die Kölner polyplan GmbH zum „Distributor of the Year 1998“ ernannt. polyplan, seit 1994 auf großformatigen Digitaldruck

spezialisiert, betreut mit derzeit 18 Mitarbeitern etwa 800 Installationen in Deutschland. 1998 erzielte das Unternehmen einen Umsatz in Höhe von elf Millionen DM. Zum polyplan Serviceangebot gehören neben Druckmedien und den entsprechenden Tinten auch Schulungen in Desk Top Publishing und Großformatdruck bis zur Weiterverarbeitung.

### ICI Imagedata erhält Umweltzertifizierung

ICI Imagedata, Produzent von Medien für die Bildherstellung, ist nach der internationalen Norm für Umweltmanagementsysteme zertifiziert worden. Die ISO-Akkreditierung wurde dem Unternehmen nach Beurteilung durch einen externen ISO-Auditor für seine Anstrengungen bei der Implementierung und Aufrechterhaltung umweltverträglicher Produktionssysteme und Prozesse in seiner britischen Anlage verliehen. Dort werden sämtliche Beschichtungen für die Tintenstrahl-Druckpapiere und Transparentfolien von ICI Imagedata hergestellt.

# The New Alle KODAK ADV mit

Und on Top: Die APS Ca  
Umsatz mit den neuen KO



# Look. ANTIX Cameras TOP FLASH.

mera Tauschaktion\* kurbelt Ihren  
DAK ADVANTIX Cameras weiter an.

- **Verbrauchertests zeigen: KODAK ADVANTIX Cameras mit TOP FLASH können den „Rote Augen Effekt“ um über 50% reduzieren.**  
(Quelle: Unabhängiges Mafo-Institut, 1998/Vergleich unter KODAK ADVANTIX Cameras.)
- **KODAK ist Marktführer mit 53% bei APS Filmen und 25% bei APS Cameras.**  
(Quelle: GfK Handelspanel Feb.-Nov.1998, Marktanteile, Basis Menge.)
- **Durch massive TV Werbung mit über 100 Mio. Kontakten sorgt Kodak für starke Verbrauchernachfrage.**
- **Jetzt auch im Internet: [http:// www.kodak.de](http://www.kodak.de)**

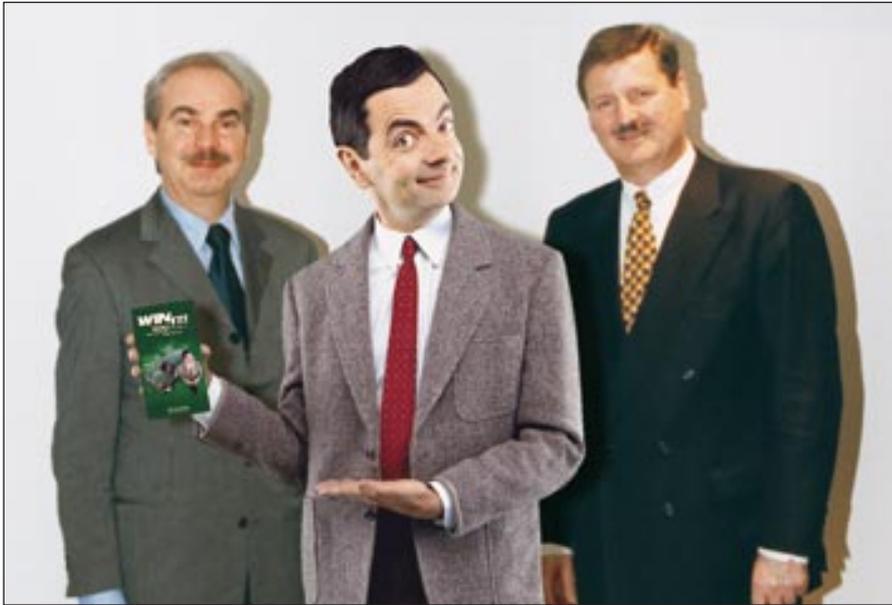
**Sichern Sie sich JETZT Ihren Aktionsvorrat für die Camera Tauschaktion!**

**\*Bis zu 25 Mark** bekommen Ihre Kunden für alte Cameras.

(Ausgeschlossen sind Einwegcameras, funktionsunfähige Cameras und Cameras mit einem Neupreis unter 25 Mark.)

Kodak. Macht aus Ihren Bildern mehr.





Freuen sich auf die Zusammenarbeit mit ihrem neuen „Mitarbeiter“ Rowan Atkinson alias Mr. Bean: Fujifilm Vertriebsleiter Franz Wagner und Fujifilm Werbeleiter Wolfgang Winterscheid.

## Mr. Bean präsentiert die Vorzüge der New Reala-Technologie

**Mit einer der umfangreichsten Kampagnen in der Geschichte des Unternehmens unterstützt die Fuji Photo Film (Europe) GmbH europaweit die Markteinführung der neuen Farbnegativfamilien Fujicolor New Nexia (für das Advanced Photo System) und Fujicolor New Superia (für Kleinbild), die über die Vorzüge der New Reala-Technologie verfügen. Die Promotion startet im März in Deutschland mit der Handelsansprache durch PR und Direktmarketing, eine POS-Kampagne und ein großes Gewinnspiel und setzt sich mit der Verbraucherwerbung ab April in TV und Print bis Anfang Juli fort. Die Kampagne wurde so konzipiert, daß andere europäische Fujifilm Niederlassungen und Vertretungen sie problemlos übernehmen können.**

Als Presenter und Identifikationsfigur für die Produkte konnte Fujifilm den britischen Star-Komiker Rowan Atkinson gewinnen, dessen Figur des Mr.



Mr. Bean ist die zentrale Person der aktuellen Filmkampagne von Fujifilm. Unter anderem wird es ihn, wie hier, als lebensgroße Papp-Figur zum Aufstellen im Geschäft geben.

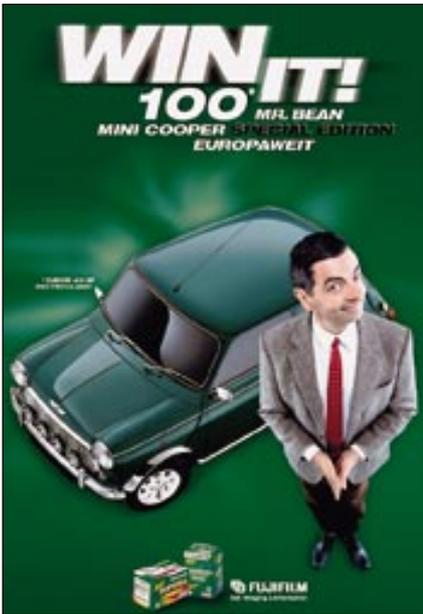
Bean einem Millionenpublikum aus Fernsehserien, von Videos und einem Kinofilm bekannt ist. Das gaben Fujifilm Vertriebsleiter Franz Wagner und Fujifilm Werbeleiter Wolfgang Winterscheid auf einer Pressekonferenz in der Düsseldorfer Europazentrale des Unternehmens bekannt.

Für den 44jährigen, der in seiner Rolle als Mr. Bean stets alle möglichen und unmöglichen Situationen auf seine ganz persönliche Weise zu meistern versucht, ist dies das erste internationale Werbeengagement. Bislang warb der Komiker lediglich für Produkte in seinem Heimatland.

Neben einem Commercial in gestaffelten Längen von 60 Sekunden für das Kino bis zum zehnssekündigen TV-Reminder wird Mr. Bean als zentrale Figur der Kampagne auch alle Printmotive, das umfangreiche POS-Material und sämtliche weiteren Kommunikationsmittel zu den neuen Fujicolor Filmen zieren. Sein Kampagnenslogan ist schlicht und einfach: „Test it – Entdecke den Vorteil der vierten Farbschicht“.

„Wir setzen bei dieser Zusammenarbeit darauf, daß mit Hilfe der Figur Mr. Bean ein relativ komplexer Sachverhalt wie das schwer vermittelbare Thema einer neuen Filmtechnologie leicht verständlich, aufmerksamkeitsstark und humorvoll vermittelt werden kann“, erklärte Winterscheid. Zudem wolle Fujifilm damit den Spaß verdeutlichen, den die Fotografie ermöglicht, und dabei vornehmlich jüngere Verbraucher zwischen 15 und 40 Jahren ansprechen. „In dieser Altersgruppe ist Beans Humor besonders beliebt“, führte Winterscheid aus. „Untersuchungen im Vorfeld haben ergeben, daß die Figur Mr. Bean in ganz Europa einen extrem hohen Bekanntheitsgrad besitzt und von Italien bis Finnland vergleichbare positive Assoziationen weckt.“

In Deutschland startet Fujifilm die Einführung der neuen Fujicolor-Filme Anfang März mit der gezielten Ansprache der Handelspartner. So wird der Außendienst des Unternehmens die Kampagne bundesweit beim Fachhandel präsentieren. Dazu wird er mit einem Informationsfolder ausgestattet, aus dem die einzelnen Kampagnemaßnahmen und deren zeitliche Abfolge ersichtlich sind. Darüber hinaus gibt es einen zweiten Folder, der die händ-



Im Rahmen der Kampagne werden europaweit 100 Mini Cooper im Mr. Bean-Design verlost.

lerspezifischen Themen wie Dekomaterialien, Produktsortimente und Konditionen enthält.

Zum POS-Material, das Fujifilm dem Handel zur Verfügung stellt, gehören neben speziell gestalteten Filmdispen-

## Fujifilm startet paneuropäische Kampagne zur Einführung der neuen Fujicolor Filme

sern und Displays mit dem Konterfei des Mr. Bean auch entsprechende Plakate, Tür- und Fensterkleber, Aufsteller, Schüttencrowner, Deckenhänger und Wimpelketten. Sämtliche Werbematerialien kommunizieren den Slogan: „Test it“.

Den Start der klassischen Verbraucheransprache mittels TV-Spot und Anzeigenwerbung wird Fujifilm mit einer entsprechenden PR begleiten. So erstellt ein eigens engagiertes Team ein „Making Of“ des Spots zur anschließenden Veröffentlichung in TV und Printmedien.

Ein zentraler Bestandteil der Fujifilm Handels- und Endverbraucheraktivität-

## „Mr. Bean wird die Wärme zur Marke schaffen“

**Am Rande der Pressekonferenz hatte imaging+foto-contact Gelegenheit, mit Fujifilm Werbeleiter Wolfgang Winterscheidt über die Hintergründe der Superia Kampagne zu sprechen.**

**imaging+foto-contact:** Herr Winterscheidt, wie ist die Idee entstanden, Rowan Atkinson, bzw. Mr. Bean, als Sympathieträger für die Superia-Kampagne zu gewinnen?

Wolfgang Winterscheidt: Wir haben verschiedene Agenturen um Ideen für eine europaweite Kampagne gebeten. Dabei schien uns der Vorschlag der Agentur Dentsu/Wundermann,

Cato, Johnson, eine internationale bekannte Persönlichkeit wie Rowan Atkinson als Presenter für die neuen Filme zu wählen, am besten dazu geeignet, unsere Ziele zu verwirklichen.

**imaging+foto-contact:** Wodurch begründet sich Ihrer Ansicht nach diese besondere Eignung?

Wolfgang Winterscheidt: Die Figur des Mr. Bean ist in 94 Ländern der Erde bekannt. Er ist im Fernsehen zu sehen, es gibt etliche Videocassetten zu kaufen, und im vergangenen Jahr hat er in den meisten Ländern mit sei-

nem ersten Kinofilm einen regelrechten Kassenschlager landen können. Dieser hohe Bekanntheitsgrad wird uns bei der Einführung der neuen Filme sicherlich nützlich sein. Zudem ist Mr. Bean eine sehr sympathische Figur. Wir sind sicher, daß wir den Verbraucher über diese positiven Emotionen ansprechen können und daß Mr. Bean eine Wärme zur Marke erzeugt.

**imaging+foto-contact:** Wie haben Ihre europäischen Kollegen auf das Konzept reagiert? Wird Mr. Bean deutschen Urlaubern auch in anderen Ländern begegnen?

Wolfgang Winterscheidt: Die Resonanz aus den anderen europäischen Staaten war durchweg positiv. Einige Länder haben bereits jetzt ihre Beteiligung zugesagt. Wir erwarten, daß sich insgesamt etwa 20 Fujifilm Länderververtretungen zum Mitmachen entschließen werden. Ganz sicher dabei sind England, Frankreich, Spanien, Portugal, skandinavische Länder, die Schweiz, Belgien, die Niederlande und einige osteuropäische Staaten.

**imaging+foto-contact:** Und wie sieht die Zukunft aus? Werden wir Mr. Bean auch nach Abschluß dieser Kampagne als Presenter für Fujifilm Produkte erleben?

Wolfgang Winterscheidt: Bislang gibt es noch keine konkreten Pläne. Aber wir haben uns auch für das Jahr 2000 die Option gesichert, mit ihm zusammenarbeiten zu können.

**imaging+foto-contact:** Herr Winterscheidt, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Gespräch mit  
Fujifilm Europamanager Wolfgang Winterscheidt

ten ist das große, europaweite New Superia Gewinnspiel. Zu gewinnen gibt es hier 100 Mini Cooper in einer Special Edition Mr. Bean (20 davon sind für Teilnehmer in Deutschland reserviert), 1.000 Mr. Bean Uhren und 10.000 Mr. Bean Fujicolor Quicksnap Flash. Teilnehmen kann der Verbraucher mit jeweils einem der rund 1,5 Mio. Gewinnspiel-Leporellos, die ausschließlich über den Fotohandel zu haben sein werden.

Dem Handel stellt Fujifilm entsprechendes Poster- und Dispensermaterial zur Verfügung. Außerdem wird der zehneckige TV-Spot als Reminder mit einem Hinweis auf das Spiel enden.

Parallel zur Markteinführung der neuen Fujicolor Farbnegativfilme wird es neben den Einzelpackungen auch Doppel- und Dreierpacks mit 24 bzw. 36 Aufnahmen und Onpack-Promotion geben. Als weiteren Anreiz für den Handel führt Fujifilm einen Dekowettbewerb durch, bei dem es unter anderem



*Auch für die aktuelle Film-promotion stellt Fujifilm seinen Handels-partnern wieder ein umfang-reiches Paket an Werbe- und Verkaufsförderungs-materialien zur Verfügung.*

einen Mr. Bean Mini Cooper und neun City Roller zu gewinnen gibt. Im Mittelpunkt des aktuellen Kommunikationspakets steht ein Werbespot, in dem Mr. Bean auf lustige Weise die Besonderheit der neuen Filmtechnologie aufzeigt. Gedreht wurde der Film Anfang Februar in London. Fujifilm plant,

verschiedene Versionen zu realisieren. Dazu soll ein 60sekündiger Kinofilm, der vor allem in Skandinavien eingesetzt werden wird, ebenso gehören wie unterschiedlich lange Varianten für den Einsatz als Fernsehwerbung. Auf den deutschen TV-Bildschirmen wird voraussichtlich der 30sekündige

## Drei Elemente kennzeichnen die New Reala-Technologie

Fujifilm hat mit den beiden Filmreihen New Superia und New Nexia das Versprechen eingelöst, durch den Einsatz der New Reala-Technologie die brillanteste und genaueste Farbwiedergabe in der Geschichte der Fujicolor-Produkte zu realisieren.

Zunächst wurde diese neue Technologie für die Reala-Filme entwickelt, dann

Colornegativfilmen nur sehr schwer oder nicht vollkommen naturgetreu darzustellen sind. Die neue Technologie zeichnet sich damit nach Angaben des Herstellers durch eine Farbwiedergabe in außergewöhnlicher Brillanz und Genauigkeit aus.

Die wichtigste Neuerung der New Reala-Technologie ist eine neue, vierte

gewisse Farbtöne nur schwer wiedergegeben werden – insbesondere im grünen Farbspektrum. Mit der zusätzlichen vierten Emulsionsschicht löst die New Reala-Technologie dieses Problem. Wie das menschliche Auge reduziert sie die Empfindlichkeit im roten Bereich und ermöglicht so die exakte Wiedergabe von Grüntönen und einer Reihe anderer Farben. Die Filme mit der New Reala-Technologie „sehen“ Farben tatsächlich weitgehend so, wie es der spektralen Empfindlichkeit des menschlichen Auges entspricht.

Zusätzlich zur vierten Emulsionsschicht weist die New Reala-Technologie noch zwei weitere Innovationen auf: Zum einen wird durch die sogenannte Technik zur optimierten spektralen Sensibilisierung eine genauere Wiedergabe der roten und violetten Anteile des Farbspektrums erzielt. Weiterhin regeln zweiphasig-zeitgesteuerte DIR-Kuppler die exakte Freigabe der Inhibitoren bei der Entwicklung. Dadurch wird die Farbbrillanz erhöht. Durch das Zusammenwirken dieser beiden Techniken werden die Farben brillanter und genauer als jemals zuvor.



*Die bislang besten Fujicolorfilme: New Nexia für APS und New Superia für Kleinbild.*

für die APS-Filme der Nexia Reihe entwickelt und den Einsatz in den Kleinbildmaterialien der Superia-Filmfamilie eingerichtet. Mit der New Reala-Technologie können Farben wiedergegeben werden, die mit herkömmlichen

lichtempfindliche Emulsionsschicht. Herkömmliche Farbfilme sind aus drei solcher Schichten aufgebaut, die jeweils für die Grundfarben Rot, Grün und Blau sensibilisiert sind. Mit diesen drei Schichten allein können allerdings

# hama®

Mit dem Zubehörprofi  
ins Neue Jahrtausend

Das Bilderrahmen-  
Partnerkonzept

hama

# PLUS 2000

Produkte. Präsentation. Vermarktung.

## Ihre Partnervorteile

Ihre **ZUKUNFTS-  
GARANTIE** für  
Spitzenumsätze im  
Zubehörgeschäft  
„Rund ums Bild“

Spot zu sehen sein, und zwar gemeinsam mit einem zehnkündigen Reminder am Ende des Werbeblocks. Die von der Mediaberatung vorgeschlagenen Sender sind RTL, SAT1, Pro7, RTL2 und Vox. Hier werden von der Publikumsstruktur her die besten Medialeistungswerte erzielt. Außerdem ist Mr. Bean beim Publikum dieser Sender bereits durch mehrere Sketchserien bekannt.

Die Schaltungen erfolgen jeweils in zwei Blöcken mit einer kurzen Unterbrechung. Die erste Phase beginnt Anfang April und endet Mitte Mai. Phase zwei ist für Anfang Juni geplant und soll bis Mitte Juli laufen.

Bei der im Spot erzählten Geschichte handelt es sich um einen typischen Mr. Bean-Sketch, bei dem allerdings alles anders läuft als geplant. Mr. Bean, gekleidet in seinem bekannten Tweed-Jacket mit rotem Schlips und leichten „Hochwasser“-



Rund 1,5 Mio. dieser Folder wird Fujifilm als Teilnahmekarten für das Verbraucher-Gewinnspiel zur Verfügung stellen.



Hosen, kehrt den Fußboden einer Bühne, als er hinter sich einen merkwürdigen blauen Lichtspot bemerkt. Wenig später erscheint der zweite Spot in Grün, gleich darauf der dritte in Rot. Hektisch bemüht sich Mr. Bean, die farbigen Lichtkegel ineinander zu kehren – was ihm schließlich auch gelingt.

Damit ist der Auftritt jedoch nicht beendet, denn jetzt kommt noch ein vierter, cyanfarbener Lichtkegel ins Spiel, aus dem heraus zunächst eine Filmpatrone im Design des Fujicolor New Superia und dann eine überdimensionale Filmschachtel entstehen. Mr. Bean präsentiert diese dem staunenden Publikum als neuen Star. Der Vorhang fällt. Mr. Bean lugt noch einmal daraus hervor, hält eine Filmschachtel hoch und verkündet den Kampagnenslogan: „Test it. Now.“

Hama GmbH & Co. · 86651 Monheim  
Tel. (0 90 91) 502-127 · Fax 502-405  
E-mail: plus2000@hama.de · <http://www.hama.de>

Lange Zeit sah es im abgelaufenen Jahr danach aus, als würde der Filmmarkt dramatisch einbrechen und damit dem Fotohandel eine der letzten Möglichkeiten nehmen, akzeptable Margen zu erzielen. Doch die pessimistischen Prognosen haben sich, zum Glück, nicht erfüllt. Zwar gab es im Vergleich zum Jahr 1997 einen Rückgang zu notieren, aber letztlich scheint der Fotohandel noch einmal mit einem „blauen Auge“ davongekommen zu sein.

So schätzte beispielsweise Marion Knoche von der GfK Gesellschaft für Konsum- und Handelsforschung in einem Gespräch mit imaging+foto-contact, daß der Rückgang 1998 unter dem Strich lediglich knapp zwei Prozent betragen dürfte. Die genauen Ergebnisse für das vergangene Jahr lagen zum Zeitpunkt des Gespräches zwar noch nicht vor, aber die zur Verfügung stehenden Zahlen bis Ende November und der überwiegend positive Verlauf des Weihnachtsgeschäftes würden keinen Anlaß zu einer schlechteren Prognose geben, meinte Knoche.

Lediglich bei Diafilmen sei insgesamt ein etwas stärkerer Rückgang zu verzeichnen gewesen, „aber“, so die Marktforscherin, „davon ist der Fotofachhandel nicht betroffen.“ Negative Geschäfte gingen in diesem Segment zu Lasten anderer Vertriebslinien. Im Fotofachhandel mache das Diageschäft immer noch rund zehn Prozent aller Filmverkäufe aus. Knoche: „Damit ist dieser Markt für den Fotohandel immer noch sehr interessant.“ Bemerkenswert sei, daß Deutschland hier nach wie vor deutlich über den Zahlen der europäischen Nachbarn liege.

Besonders positiv habe sich der Verkauf von APS-Filmen entwickelt. Diese konnten ihren Marktanteil nach den

Worten von Marion Knoche auf über fünf Prozent steigern und damit mehr als verdoppeln.

Großen Anteil an Filmverkauf und Bildergeschäft dürften im Jahr 1998 die Hersteller gehabt haben, die mit ihren unterschiedlichen Promotions immer wieder das Geschäft belebten. Und auch in diesem Jahr ruhen die Aktivitäten nicht. So zeigen sich neben Fujifilm (siehe S. 20-23) auch die anderen großen Filmproduzenten sehr rege.

Nach dem Erfolg der „Test & Smile“-

Zeitpunkt erwartet das Unternehmen durch Feiertage, Kurzurlaube und Wochenendtrips erneut eine starke Nachfrage nach Multipacks. Damit keine Langeweile aufkommt, bringt Agfa die Filmriegel ab sofort neu gestaltet auf den Markt. Grund dafür sind die jüngst sehr guten Testergebnisse des Agfacolor HDC plus, der die Verantwortlichen dazu veranlaßte, Filmriegel unter dem Schlagwort „Der Ausgezeichnete“ aus der Taufe zu heben. „Denn solche Testprädikate geben dem

Verbraucher Entscheidungssicherheit und unterstützen so den schnellen Abverkauf“,

# Der Umsatzkick mit dem „Klick“



meinte Markus Ludwig, Senior Productmanager Consumer Products bei der Agfa-Vertriebsgesellschaft in Köln.

Die getestete Qualität der neuen Agfa-Film-Riegel wird durch spezielle Platzierungsangebote für den Handel und vielfältige Präsenz im Fernsehen kommuniziert. Als Produkte selbst gibt es die Riegel als Agfacolor HDC plus 200-24+3 und als HDC plus 200-36 im Doppelpack. Ergänzt wird dieses Angebot mit dem Doppelpack Agfacolor Futura 200-25 für APS-Fotografen. Diafotografen können sich auf einen Fünferpack Agfachrome CT precisa 100-36 freuen. Für einen zusätzlichen „Umsatzkick mit dem Klick“ gibt es darüber hinaus als Extra-Angebot die Agfa Le Box Go! Flash.

Als Verkaufsunterstützung stellt Agfa den Fotohändlern spezielle Displays für 200 Film-Riegel und eine besondere Schütte für 100 bis 150 Riegel sowie zwei Deko-Pakete mit Riesen-Riegeln „Der Ausgezeichnete“ oder mit drei beidseitig nutzbaren Blockbildern.

Bei Agfa stehen wieder Filmriegel im Mittelpunkt.



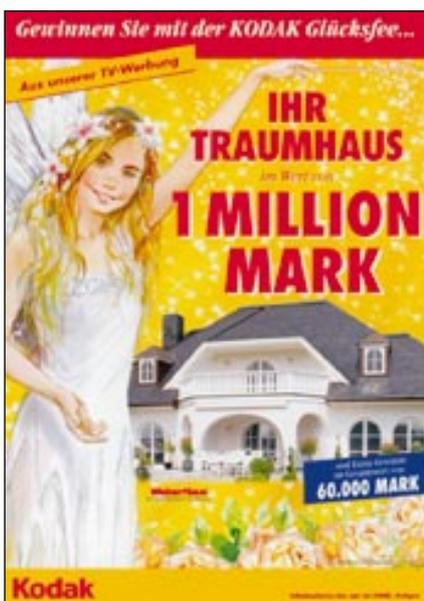
Kampagne zum Jahresbeginn rücken bei Agfa nach den Einzelfilmen ab März wieder die Filmriegel-Angebote in den Mittelpunkt. Zu diesem

Vorverkauft werden die besonderen Angebote der Frühjahrskampagne darüber hinaus durch die massive TV-Werbung, die nahtlos an die „Test & Smile“-Aktion anschließt. Mit hoher Frequenz werden erneut während der Aktionszeit über alle privaten TV-Sender 15-Sekunden-Spots ausgestrahlt.

## Kodak setzt auf Filme im Mehrfachpack

Auch Kodak wird mit seiner aktuellen Traumhaus-Aktion Verkaufsimpulse im Filmgeschäft schaffen; immerhin gibt es hier ein Weber-Haus im Wert von einer Million DM zu gewinnen (imaging+foto-contact berichtete ausführlich in Ausgabe 1-2/99, S. 68). Das Unternehmen kann dabei auf Erfahrungen aus dem Jahr 1998 bauen, in dem bereits eine erste Traumhaus-Aktion durchgeführt wurde. „Wie der Verlauf der Glücksfee-Promotion des vergangenen Jahres gezeigt hat, bedeutet die Aktion für den Handel Neukunden, hohe Kundenfrequenz und letztlich ein Mehr an Gewinn“, erklärte Lutz Brüning, Direktor Consumer Imaging bei der Kodak AG.

Auch bei Kodak stehen Mehrfachpacks im Mittelpunkt der Aktion. So gibt es die verschiedenen Kodak Gold Filme in



Kodak verlost innerhalb der Filmpromotion wieder ein Traumhaus im Wert von einer Million DM.

Zweier- oder Dreierpacks, den Kodak Advantix 200 im Dreierpack und die Elite Chrome Diafilme mit ISO 100/21° und ISO 200/24° im Sechserpack.

## Film-Doppelpacks im exklusiven Konica Photo Express-Design

Konica Photo Express bietet seinen Partnern auch in diesem Jahr wieder breite Unterstützung für Vertrieb und Promotions an. Im Mittelpunkt der ersten Aktion zum Frühjahr 1999 stehen speziell konfektionierte Film-Doppelpacks im exklusiven Konica



Im Rahmen der Frühjahrspromotion stellt Konica seinen Photo Express Partnern Film-Doppelpacks in exklusivem Design zur Verfügung.

Photo Express-Design. Unter dem Aktionsmotto „Frühlingserwachen“ werden diese nur in Konica Photo Express-Geschäften vertrieben und stehen keinem anderen Handelskanal zur Verfügung. Mit diesen Filmen können sich die Partner gezielt von den Mitbewerbern abgrenzen und ihren besonderen Service unterstreichen. Flankierend zum Film stellt Konica Materialien für Werbung und Verkaufsförderung zur Verfügung. Angeboten werden Thekendisplays, Handzettel und Plakate als Kundenstopper. Zudem hält das Hohenbrunner Unternehmen einen repräsentativen Weidenkorb für seine Partner bereit, aus dem als freundlicher Frühlingsgruß Blümchen aus Holz verteilt werden können.

## Centuria kommt auf den Markt

Aber auch Fotohändler, die keine Konica Photo Express Partner sind und trotzdem Konica Filme verkaufen wollen, können sich freuen: Im April will Konica die neuen Farbnegativfilme der Centuria Fami-

lie ausliefern, die bereits auf der photokina '98 vorgestellt worden waren. Neben den bislang im Konica Sortiment vertretenen Empfindlichkeitsstufen ISO 100/21°, ISO 200/24° und ISO 400/27° wird es dann erstmals auch einen lichtstarken Konica Film mit ISO 800/29° geben.

Die verbesserten Eigenschaften der Centuria Filme basieren auf der Entwicklung der neuen Centuria Crystal, Centuria Kuppler und Centuria DIR Kuppler Technologie. Ihre Kombination hat eine Reihe von Fortschritten mit sich gebracht.

So kann mit den neuen Centuria Filmen bei Mischlicht und komplexen Belichtungsbedingungen einschließlich starken Gegenlichtes, Leuchtstoffröhren und Elektronenblitz eine natürliche Farbwiedergabe erzielt werden. Außerdem liefern die neuent-



Mit dem Centuria 800 soll im April auch Konicas erster ISO-800-Film auf den Markt kommen.

wickelten Centuria Technologien ein besonders feines Korn, eine weiche Abstufung und hohe Schärfe für alle verschiedenen Filmempfindlichkeiten der Serie. Weiterhin besitzt das neue Material eine größere Lagerbeständigkeit und eine besondere Stabilität unter den verschiedensten Belichtungsbedingungen. Schließlich ermöglichte die neue Technologie, bei der Filmentwicklung in Großlaboren auf formaldehydhaltige Stabilisatoren verzichten zu können.

## Canon Digital Solution Forum in Berlin

# Canon

THE IMAGE IS THE INFORMATION

## Systeme für die neue Welt

Strategien für die digitale Zukunft präsentierte die Canon Europa N.V. auf dem hochkarätig besetzten Digital Solution Forum, das am 4. und 5. Februar 1999 in Berlin stattfand. Auf dem Weg vom Geräte-lieferanten zum Systemanbieter setzt Canon auf die Kooperation mit führenden IT-Unternehmen wie Microsoft und Adobe. Mehrere Tausend Besucher aus zahlreichen europäischen Ländern, Nord Afrika und dem Mittleren Osten erlebten eine neue Welt des digitalen Büros, in dem auch die Bildkommunikation einen großen Stellenwert erhält. Für den Fotohandel gab es zudem eine handfeste Neuheit: Die neue PowerShot A5 Zoom erweitert die Produktpalette von Canon Euro-Photo.



Hajime Katayama, Präsident Canon Europa: „Wir wollen auch bei der Entwicklung von Systemlösungen unsere Expertise im Imaging- und Dokumentenmanagement nutzen.“

„Wenn wir uns dem Markt für digitale Systemlösungen zuwenden, wollen wir uns auf unsere Kernkompetenz konzentrieren und Lösungen für effizientes Bilddaten- und Dokumentenmanagement anbieten“, erklärte Hajime Katayama, Präsident Canon Europa, vor der Presse. „Unsere Expertise in Bildtechnologien legt besonders die Entwicklung von Imaging-Systemlösungen“

## PowerShot A5 Zoom erweitert Digitaltalk

gen nahe. Dazu müssen wir unser Produktportfolio erweitern und mit Partnern zusammenarbeiten, deren Hardware- und Softwareprodukte unsere Palette bestmöglich ergänzen.“

Auf einer beeindruckenden, messeähnlichen Produktshow stellte Canon eine Reihe von beispielhaften Systemlösungen vor, bei denen verschiedene Technologien und Softwareanwendungen zu innovativen Datenmanagement-, -übertragungs- und -verarbeitungssystemen vereinigt werden. Die Canon Image Plattform, zum Beispiel, ermöglicht das Versenden und Empfangen



*John Leftwich, Microsoft, wies in Berlin auf den Vorsprung hin, den die amerikanische Wirtschaft bereits durch die stärkere Nutzung von PCs und Internet in den USA errungen hat.*

von Bild- und Textdokumenten in Netzwerken, Workflow-Systemen oder im Internet. Es kann als Simultan- oder Fernkopierer eingesetzt werden, verfügt über einen eingebauten 24 Bit 600 dpi Farbscanner und unterstützt die gängigen Software-Standards Jet-Send, Salutation, FTP und SMTP.

### Allianz mit Adobe

Um dieses und andere Canon Systeme wie Digitalkopierer, Scanner oder

*Eine strategische Allianz zwischen Canon und Microsoft gaben Hajime Katayama, Präsident Canon Europa (links), und John Leftwich, Vice President Marketing Microsoft Europe, Middle East & Africa, auf dem Digital Solution Forum in Berlin bekannt.*



Drucker möglichst effizient in professionellen Umgebungen einsetzen zu können, hat Canon mit dem Software-Unternehmen Adobe eine strategische Allianz vereinbart, die den Canon Vertriebsorganisationen Zugang zu den erfolgreichen Softwareprodukten dieses Unternehmens gewährt.

Adobe ist bekanntlich nicht nur der Urheber des de facto Standard-Bildbearbeitungsprogramms Photoshop, sondern hat mit Adobe PostScript, dem portable document format PDF und weiteren Technologien grundlegende Software-Bausteine für den Einsatz in Netzwerken und im Internet entwickelt.

Ein weiterer wichtiger Bereich für Canon ist die digitale Herstellung von Drucksachen mit möglichst einfacher und schneller Integration von Text, Bildern und Grafiken. Hier kann das Unternehmen sowohl auf seine Kompetenz bei der Bildeingabe mit Scannern oder Digitalkameras als auch bei der Bildausgabe mit Druckern und Kopie-

rertechnik zurückgreifen. Personalisierte Drucksachen, die dem jeweiligen Adressaten perfekt angepaßt werden, können mit modernen IT Systemen vollautomatisch produziert werden.

### Zielgruppe: Kleine und mittlere Unternehmen

Auf dem Weg zum Anbieter von digitalen Systemlösungen hat Canon eine Zielgruppe mit besonders großem Wachstumspotential identifiziert: Kleine und mittlere Unternehmen in einer Größenordnung zwischen 10 und 99 Computerarbeitsplätzen sollen ihre Effizienz in Zukunft durch Canon Technologie steigern können. Mit der



*Die Integration unterschiedlicher Eingabe-, Verarbeitungs- und Ausgabetechnologien zu Systemlösungen ist ein strategisches Ziel von Canon.*

**amera-Palette**

Focussierung auf diese Zielgruppe geht Canon dem direkten Wettbewerb mit den IT Giganten Computercentre, IBM und EDS aus dem Weg. Gleichzeitig haben kleinere und mittlere Unternehmen oftmals noch erheblichen Nachholbedarf bei der Aufrüstung für das Digitalzeitalter und benötigen dabei die Unterstützung ihrer Lieferanten durch kompetente Beratung.



Norbert Boshüsen, Vice President der Canon Euro-Photo GmbH, kündigte ein Pilotprojekt zur Vermarktung von Scannern, Druckern und Verbrauchsmaterialien in ausgewählten Canon Shops an.

### Kooperation mit Microsoft

Um eine bestmögliche Betreuung der Kunden sicherzustellen, setzt Canon auf eine langfristige Kooperation mit Microsoft. Im Anschluß an umfangreiche Trainingsprogramme, an denen auch das technische Personal der Canon Organisation beteiligt war, haben die europäischen Canon Vertriebsgesellschaften jetzt den offiziellen Status „Microsoft Certified Solution Provider“. Damit wurde Canon in den Kreis der von Microsoft besonders für mittelständische Unternehmen empfohlenen Anbieter für Beratung, Netzwerksysteme und IT-Dienstleistungen aufgenommen. Die Zusammenarbeit der beiden Unternehmen soll vor allem die drei Bereiche Netzwerksysteme, e-commerce (Abwicklung von Handels- und Dienstleistungsgeschäften über das Internet) sowie Knowledge Management Systeme betreffen. „Eines unserer ersten Projekte wird eine gemeinsame

IT-Marktstudie sein“, erklärte John Leftwich, Vice President, Marketing der Microsoft Europe, Middle East & Africa in Berlin. Das Forschungsvorhaben sei von besonderer Bedeutung, weil das Internet im modernen Geschäftsleben „alles verändert hat – und zwar für immer.“ Leftwich betonte, daß der schnelle Einstieg der europäischen Wirtschaft in die modernen Netzwerktechnologien längst überfällig sei. „Die USA haben einen deutlichen Vorsprung sowohl bei der Verbreitung von PCs in privaten Haushalten und Büros als auch bei der Zahl der Internetnutzer. Folgerichtig kommt der größte Teil der Geschäfte, die heute bereits über das Internet gemacht werden, der amerikanischen Wirtschaft zugute.“ So bieten beispielsweise immer mehr amerikanische Unternehmen über das Internet Waren und Dienstleistungen in Europa an, mit gutem Erfolg und problemloser Zahlungsabwicklung über Kreditkarten. Auf diesen Sachverhalt machte in einem lebendigen Vortrag auch Dr. Martin Bangemann, EU-Kommissar für Informationstechnologie, Telekommunikation und Industriepolitik, aufmerksam. Die Globalisierung führe nicht nur zu mehr Wettbewerb, sondern biete gerade auch für kleinere Unternehmen völlig neue Chancen. Wo Distanzen unwesentlich wer-



Will die notwendigen Regeln für die digitale Welt gemeinsam mit der Wirtschaft entwickeln: EU-Kommissar Dr. Martin Bangemann.



Mit der Image Platform stellte Canon ein System zum Empfangen und Senden von Bild- und Textdokumenten in digitalen Netzwerken vor.



den, so betonte Bangemann, könnten auch kleine und mittlere Unternehmen weltweit tätig werden. Die Politik stehe dabei vor dem Problem, daß der technische Fortschritt oftmals schneller sei als Gesetzgebungsverfahren. Nach den guten Erfahrungen, die in Europa durch die Deregulation früher monopolistisch geprägter Märkte wie z. B. der Telekommunikation gesammelt worden seien, käme es jetzt darauf an, gemeinsam mit der Wirtschaft die nötigen Regeln für das neue digitale Spiel zu entwickeln. Dabei plädierte der EU-Kommissar zur Überraschung der meisten Anwendenden nicht für eine voluminöse europäische Kontrollbürokratie, sondern für ein straffes Mindestmaß an Vorschriften, die z. B. durch Festlegung von Standards den Datenaustausch erleichtern. Die Kontrolle bestimmter Inhalte lasse sich durch die technischen Möglichkeiten und Selbstkontrolle der Wirtschaft besser erreichen als durch umfangreiche Gesetzeswerke, die auf globalem Terrain ohnehin nur schwer oder gar nicht durchzusetzen seien.

### Digitaler Fotohandel?

Auch eine gute Anzahl Fotohändler hatte den Weg nach Berlin gefunden, um sich aus erster Hand über die digitalen Technologien von Canon zu informieren. Digitaltechnik und Multimedia, betonte Norbert Boshüsen, Vice President der Canon

Euro-Photo GmbH, gehen auch den Fotohandel etwas an. Bereits jetzt seien Digitalkameras zu einem wichtigen Umsatzweig geworden.

Dem im vergangenen Herbst von Canon's Präsident Mitarai formulierten Unternehmensziel, auf dem Zukunftsmarkt Multimedia die Führungsposition zu übernehmen, fühle sich auch Canon Euro-Photo verpflichtet. „Noch in diesem Jahr werden wir mit ausgewählten Canon Shops ein Pilotprojekt starten, um dort Scanner, Printer und Verbrauchsmaterialien zu vermarkten“, erklärte Boshüsen.

## Neue Digitalkamera:



## Canon PowerShot A5 Zoom

**Erstmalig gezeigt wurde auf dem Canon Digital Solution Forum die neue Digitalkamera PowerShot A5 Zoom. Mit einem edlen Metallgehäuse, das an die erfolgreiche APS Kamera Ixus erinnert, gleicht sie äußerlich ihrer Schwester PowerShot A5, bietet aber mehr Möglichkeiten.**

Das Zoomobjektiv mit einer Brennweite entsprechend 28 - 70 mm im Kleinbildformat verfügt über asphärische Linsen. Die Aufnahme der Bilder erfolgt über einen 1024 x 768 Pixel Sensor, der zusammen mit der internen DSP (Digital Signal Processing) Bildverarbeitung scharfe und kontrastreiche Resultate gewährleistet. Zur besseren Farbwiedergabe auch bei unterschiedlichen Lichtverhältnissen ermöglicht die Kamera die Einstellung des Weißabgleiches für Aufnahmen bei Sonne, wolkigem Himmel, Kunstlicht oder Beleuchtung durch Leuchtstoffröhren. Mit der Weißabgleich-Einstellung können zudem unterschiedliche Abstufungen des Lichts gezielt beeinflusst werden, um besondere Stimmungen – rotes Licht wirkt warm, blaues dagegen eher kühl – auf dem Bild zu erzeugen. Die neue Canon PowerShot A5 Zoom

verfügt über einen Langzeitbelichtungsmodus, bei dem die Kamera die längste mögliche Verschlusszeit von bis zu zwei Sekunden bei kleinster möglicher Blende wählt. Mit dieser Einstellung gelingen vor allem Makroaufnahmen besonders gut. Zudem können schnell bewegte Motive mit Bewegungsunschärfe aufgenommen werden.

Zum Lieferumfang gehört eine 8 MB Speicherkarte, Akku/Netzadapter, Kabel für die Verbindung zum Macintosh oder PC, Videokabel für den Anschluß an ein Fernsehgerät, Treibersoftware für Windows 95/98 NT 4.0 und Apple Macintosh sowie ein umfangreiches Softwareangebot. Dieses umfaßt PhotoStitch, ein Programm, das automatisch mehrere Aufnahmen zu einem Panorama zusammenfügt und diese als QuickTime VR Datei abspeichern kann. Mit dem Slide Show Maker können digitale Diashows zusammengestellt werden, die sowohl Fotos als auch PowerPoint Dokumente enthalten. Bestandteil des Lieferumfangs ist zudem eine Vollversion von Ulead Photo Impact, einer Software für die Bearbeitung und Archivierung der Bilder. Die Kamera ist sofort verfügbar; die unverbindliche Preisempfehlung beträgt DM 1.399,-.

**der  
grosse  
foto  
katalog**

**Jetzt bestellen!**

Zum Preis von DM 36,-  
(inkl. MwSt. und Versandkosten)

**Der neue**

**FACH-**

**UND**

**1999/2000**

**PROFI-  
MARKT**

Das aktuelle Produktangebot der internationalen Markenindustrie

**Mit PMA- und Ce**

**Foto • Digital Imaging • Vi**



Der grosse foto-katalog  
**Ausgabe**  
**Fach- und Profi-Markt**  
 richtet sich an Profis  
 und Fachanwender.  
 Sein Inhalt konzentriert sich  
 auf den speziellen Bedarf  
 dieser Zielgruppen.  
 Der **Einkaufsführer**  
 für Profis  
 und Fachanwender  
 der Industrie.

# Schnell reservieren!

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH • Tel.: 0 21 02 / 20 27 0 • Fax: 0 21 02 / 20 27 90

*faxen / senden an:*

**C.A.T.-Verlag Blömer GmbH**  
 Vertrieb  
 Postfach 12 29 • 40832 Ratingen  
 Fax (0 21 02) 20 27 90

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

„Fach- und Profi-Markt 1999/2000“  
 zum Preis von DM 36,- inkl. MwSt. und Versandkosten

Datum: ..... Unterschrift: .....

Name: .....

Firma: .....

Straße/Nr.: .....

Plz./Ort: .....

Telefon: .....

Fax: .....

# BIT-Neuheiten

deo • Zubehör • Labor

Am 2. Februar dieses Jahres fand in München eine Pressekonferenz der Kodak AG zur Präsentation der CeBIT Highlights 1999 statt. Neben Neuheiten in den Bereichen Digitalkameras und Business Imaging Systems stand die Einführung neuer digitaler Dienstleistungen Kodaks im Vordergrund.

Im Mai ist es soweit, der Kodak Photonet Online Service wird gestartet. Ab diesem Zeitpunkt können Fotoamateure mit dem Bildauftrag beim Händler gleichzeitig ihre Bilder im Labor digitalisieren und im Internet bereitstellen lassen. Den Händlern eröffnet sich da-



# Kodak verschmelzt klassische Fotografie mit moderner Bilderwelt

mit die Möglichkeit, ihrer Kundschaft neben dem bekannten Entwicklungs- und Bilderservice die Digitalisierung von Filmen als eine ebenso selbstverständliche Dienstleistung anbieten zu können. Zur Zeit wird das Angebot in sechzig Karstadtfilialen rund um München getestet.

Kodak zählt beim schrittweisen Aufbau

## Neue digitale Dienstleistungen

der neuen Dienstleistungen auf die Zusammenarbeit mit dem Fotohandel. So laufen die neuen Serviceleistungen ebenso wie die Anfertigung der Kodak

Picture Disk und der neuen Kodak Picture CD, über den Handel, der mit den Kodak Laborbetrieben zusammenarbeitet.

Dem Kunden eröffnen sich durch den Kodak Photonet Online Service gleich mehrere Wege der Bildnutzung. Zum einen erhält er den wertvollen Film samt Fotoabzügen, zum anderen kann er seine Bilder zu Hause auf den eige-

nen PC laden, um sie dort weiter zu bearbeiten. Darüber hinaus steht ihm die Kommunikation seiner Bilder übers Internet offen. Wählt der Kunde zukünftig die Dienstleistung „Kodak Photonet Online-Service“, werden seine Bilder zusätzlich zum normalen Bildauftrag digitalisiert und in einem leistungsstarken Server für 30 Tage (gegen Aufpreis auch länger) gespeichert. Der Preis für das Zusatzangebot wird nach einer Schätzung von Kodak 14,95 DM betragen.

Beim Abholen seiner Fotos erhält der Kunde eine Karte mit individuellen Schlüsseldaten, mit denen er Zugang zu seinen Bildern über das Internet erhält. Außerdem kann er die entsprechenden Zugangsdaten an Freunde oder Verwandte weitergeben, so daß diese die Bilder im Internet betrachten und sie bei Bedarf bestellen können. Weitere Leistungen, die der Photonet



Pierre Schaeffer, Regional General Business Manager Kodak Digital & Applied Imaging, EAMER, und Gunter Plapp, Leiter Digitale Produkte/Services, Kodak Consumer Imaging, präsentierten in München Kodaks digitales Dienstleistungsprogramm.

Online-Service vorsieht, sind das Versenden von Bildergrüßen mit den eigenen Bildern per E-Mail und die Möglichkeit, Bilder auf den heimischen PC in der Bildschirmauflösung 640 x 426 Pixel, als Miniaturbild in der Auflösung 348 x 256 Pixel oder in der Auflösung von 1536 x 1024 Pixeln herunterzuladen. Durch die Eröffnung eines Kunden-Accounts kann der Verbraucher noch weitere Leistungen in Anspruch nehmen. Er kann über den Kodak Photonet Online-Service im Internet aus seinem Bilderarchiv bestimmte Bilder für die Bestellung von Abzügen auswählen, die Größe und Stückzahl vorgeben und den Auftrag per Kreditkarte bezahlen. Die im Labor auf Kodak Royal Fotopapier ausbelichteten Fotos werden ihm dann per Post zugeschickt bzw. gehen zur Selbstabholung an den Fotohändler seiner Wahl.

Damit der Fotohandel den neuen Service auch für Fotofreunde anbieten kann, die nicht über einen PC bzw. eine Internetverbindung verfügen, können ab Herbst dieses Jahres Bilder aus dem Kodak Photonet Online-Service auch über die Kodak Picture Maker Station ausgedruckt werden. Dazu werden die individuellen Zugangsdaten über den Monitor der Station eingegeben und im Anschluß an die Auswahl der Bilder über den eingebauten Thermosublimationsdrucker des Picture Maker ausgegeben.

### Kodak Picture CD

Kodaks Picture CD wird ein weiteres Service-plus im Angebot des Fotohandels darstellen. Ab Mai dieses Jahres hat der Kunde die Möglichkeit, zusätzlich zur Filmentwicklung und zum Printen seiner Papierbilder bis zu vierzig Fotos eines Films in digitaler Form auf der Kodak Picture CD abspeichern zu lassen.

Diese CDs sind mit einem umfangreichen Softwareprogramm ausgestattet, das die digitale Bildbearbeitung, den Ausdruck oder das Erstellen von Bildpräsentationen ermöglicht. Die Kodak Picture CD ist das Ergebnis einer Zusammenarbeit von Kodak und Intel. Die CD enthält einen Indexprint, so daß der

Verbraucher auf einen Blick sehen kann, welche Bilder archiviert wurden. Die Fotos werden in einer hohen Auflösung von 1536 x 1024 Pixeln gescannt. Die integrierte Software macht auch unerfahrene Anwender mit den Möglichkeiten, die die Kodak Picture CD bietet, vertraut. So wird beim Starten der CD ein kurzes Animationsvideo gezeigt, das die wichtigsten Funktionen erklärt. Im Anschluß erscheint eine Diavorschau, die die eigenen Bilder zeigt. Durch Anklicken der einem Zeitschriftenmagazin nachempfundenen Benutzeroberfläche entscheidet sich der Nutzer entweder für grundlegende oder für fortgeschrittene Methoden der Bildbearbeitung. Vervollständigt wird das Angebot durch spezifische Ratschläge wie etwa Fototips von Kodak oder PC-Tips von Intel. Die Kodak Picture CD stellt ein weiteres Serviceangebot des Fotohandels dar, durch das eine Verschmelzung der klassischen mit der digitalen Fotografie möglich wird. Der Kunde kann weiterhin seine gewohnte Kameraausrüstung einsetzen, erhält aber darüber hinaus

Eintritt in die Welt der digitalen Bildbearbeitung. Kodak erwartet für dieses Produkt einen Endverbraucherpreis von circa 20 DM.

Eine etwas preiswertere Alternative stellt die ca. 12 DM teure Kodak Picture Disk dar. Auf der 1,44 MB Floppy Disk lassen sich bis zu 28 Bilder in einer Auflösung von 768 x 512 Pixeln speichern. Viele Fans der Digitalfotografie sind von den Ergebnissen ihrer am heimischen Drucker gefertigten Bilder enttäuscht. Auch diejenigen, die weder PC noch Drucker besitzen, stellen eine Kundengruppe dar, die der Handel durch die Kodak Photonet Order Station zufried-



*Die Vorzüge der digitalen Fotografie lassen sich durch die Kodak Photonet Order Station mit der Qualität der herkömmlichen Bildausgabe auf Fotopapier verbinden.*

stellen kann. Der Kunde kann hier von seinen digitalen Dateien Bildabzüge auf Fotopapier bestellen. Die Kodak Photonet Order Station kann Dateien von verschiedenen Speichermedien wie PC Card, Picture Card, SSFD Card (Daten von Digitalkameras), Disketten 3,5", Zip Disk und CD ROM einlesen. Die Bilder, die der Verbraucher an der Orderstation bestellt, werden vom Kodak Labor

an dasselbe Geschäft geliefert, in dem die Orderstation zu finden ist. Der Ablauf von der Bestellung bis zur Auftragsabholung ist derselbe, wie ihn der Kunde bereits von den herkömmlichen Fotoaufträgen kennt. Zusätzlich ist die Möglichkeit gegeben, Fotos per Geschenkeversand an eine vorgegebene Adresse zu verschicken. Die Kodak Photonet Order Station ist nach Einschätzung des Unternehmens ein Angebot, das den Wünschen vieler Kunden entspricht. Gunter Plapp, Leiter Digitale Produkte/ Service, Kodak Consumer Imaging brachte es in München auf den Punkt: „Kunden wollen ihre Bilder auf echtem Fotopapier ausgedruckt haben, und den Händlern eröffnen sich durch unsere digitalen Dienstleistungen Möglichkeiten, auch digital erstellte Bilder in der vom Kunden gewohnten Qualität anbieten zu können.“ Die Transferkosten pro Auftrag an der Orderstation werden bei 5,70 DM, die Preise für ein Bild in 10 x 15 bei 1,65 DM und in 20 x 30 bei 7,95 DM liegen. Der Endverbraucher erhält seine Bilder nach etwa einer Woche.



Die neu vorgestellten digitalen Dienstleistungen und die bereits bekannten Angebote, wie die Kodak Photo CD (beinhaltet hoch aufgelöste Scans bis zu 2048 x 3072 Pixel, die über Farbmanagementsysteme von Kodak konvertiert

werden) und die Kodak Picture Maker Station (über ein Update können die derzeit 700 in Deutschland vorhandenen Stationen, für die neuen Photonet Online Dienstleistungen genutzt werden), eröffnen für den Fotohandel

eine Reihe von zusätzlichen Verdienstmöglichkeiten und demonstrieren gleichzeitig die Kompetenz des Fachhändlers in bezug auf digitale Dienstleistungen.

höl

## Digitale Dienstleistungen geben Amateurfotografie neue Impulse

Interview mit Gunter Plapp, Kodak Consumer Imaging

**imaging+foto-contact: Welche Möglichkeiten bieten die neuen digitalen Dienstleistungen für den Endverbraucher?**

Gunter Plapp: Zusätzlich zur Entwicklung der Filme und der Bestellung der Papierbilder können Fotoamateure ab dem Frühsommer zwei neue digitale Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Beim PhotoNet Online Service werden die Bilder über Hochleistungs-Scanner digitalisiert und in einem leistungsstarken Server für 30 Tage gespeichert (gegen Aufpreis können die Bilder weitere Monate verfügbar bleiben). Mit seinem Fotoauftrag bekommt der Kunde eine Karte mit individuellen Schlüsseldaten, mit denen er Zugang über das Internet erhält. Der Verbraucher kann dann seine Bilder auf den heimischen PC laden, per E-Mail verschicken oder sich Abzüge im Kodak Labor anfertigen lassen. Weiterhin kann er mit der Weitergabe der entsprechenden Schlüsseldaten seine Bilder auch mit Freunden und Verwandten teilen. Die zweite Möglichkeit betrifft die Digitalisierung von Bildern auf einer CD. Auf der Picture CD können bis zu 40 Bilder in einer Auflösung von 1536 x 1024 Pixeln geschrieben werden. Die CD beinhaltet bereits attraktive Software-Anwendungen zur Bildbearbeitung.

**imaging+foto-contact: In welchem preislichen Rahmen werden sich die digitalen Dienstleistungen bewegen?**

Gunter Plapp: Kodak rechnet damit, daß dem Verbraucher für den Photonet Online Service 14,95 DM berechnet werden. Darin enthalten ist die Digitalisierung der Bilder ebenso wie deren Bereitstellung über einen Zeitraum von 30 Tagen im Server des Labors. Der Preis für die Picture CD wird bei ca. 20 DM liegen.

**imaging+foto-contact: Welches Potential versprechen Sie sich von den neuen digitalen Dienstleistungen?**

Gunter Plapp: Erfahrungen in den USA haben gezeigt, daß die Anwender den PhotoNet Online Service für die Bild-Kommunikation mit Freunden und Verwandten nutzen. Konkret bedeutet dies, daß über das Internet Freunden und Verwandten in fernen Ländern oder Städten der Zugang zu Bildern der gemeinsamen Geburtsparty oder von Opas 80. Geburtstag ermöglicht wird. Wie Markterhebungen zudem zeigen, ist die Zahl der Internet-Nutzer in Deutschland allein im letzten Jahr um 40 Prozent auf 6,9 Millionen gestiegen. Gleichzeitig nimmt die Verbreitung von CD-Laufwerken rapide zu. Weltweit werden 1998 rund 9 Millionen PCs mit

CD-Laufwerken ausgestattet sein. Diesen Zielgruppen können wir zusammen mit dem Fachhandel ab Mai ein attraktives Angebot machen.

**imaging+foto-contact: Was macht Sie optimistisch, daß die neuen Services akzeptiert werden?**

Gunter Plapp: Das wichtigste Argument ist, daß sich der Verbraucher auf keine neue Aufnahmetechnologie einstellen muß. Er fotografiert wie bislang mit seinem herkömmlichen Fotoapparat, bestellt seine Bilder wie gewohnt über den Fotohandel und hat nun zusätzlich die Möglichkeit, sich durch die Digitalisierung der Bilder neue Anwendungsbereiche zu erschließen. Diese liegen sowohl im privaten als auch im beruflichen Bereich.

**imaging+foto-contact: Welche Chancen ergeben sich durch die digitalen Dienstleistungen für den Fotohandel?**

Gunter Plapp: Die neuen digitalen Dienstleistungen werden in enger Zusammenarbeit mit dem Fotohandel aufgebaut. Der PhotoNet Online Service ebenso wie die Kodak Picture CD laufen über den Handel, der mit den Kodak Laborbetrieben zusammenarbeitet. Daraus ergeben sich für den Fotohandel attraktive Umsatz- und Renditechancen. Weitere Schritte für den Ausbau der digitalen Dienstleistungen im Handel sind in Planung. Über 700 sogenannte Kodak Picture Maker Stationen, bekannt unter dem Namen Image Magic Station, können von den Händlern für die Internet-Verbindung aufgerüstet werden. Damit können die Fotoamateure, die keinen eigenen PC zu Hause haben und über keinen eigenen Internet-Anschluß verfügen, die Leistungen des Kodak Photonet Service auch vor Ort beim Handel in Anspruch nehmen. All dies zeigt: Digitale Dienstleistungen werden der Amateurfotografie und damit auch dem Fotohandel in den kommenden Jahren neue wichtige Impulse geben.



## Sinar

Die erfolgreiche Sinarcam wird immer öfter als Stand-alone-Kamera (ohne p2), also als kompakte Kamera für Studioaufnahmen mit dem neuen Sinarback, dem neuen Leaf Volare oder dem Leaf DCB II LV eingesetzt. Aus diesem Grund bietet die Sinar AG die bereits als DB Fachobjektive bekannten Sinaron-Objektive jetzt in Einstellfassung an, um dem Fachfotografen die professionelle Qualität auch an der handlichen Sinarcam zu ermöglichen. Die Sinaron Digital-Objektive haben gegenüber den konventionellen Objektiven gewichtige Vorteile. Sie sind apochromatisch korrigiert, was die unerwünschten Farbsäume minimiert, die bei digitalen Aufnahmen ohne derart korrigierte Objektive auftreten können. Die Auflösung der Sinaron Objektive beträgt mindestens 55 Linienpaare pro Millimeter, was durch die Ausnutzung der Pixeldichte des Digitalchips eine optimale Schärfe bewirkt. Außerdem ermöglichen diese Digitalobjektive Sachaufnahmen mit Abbildungsdistanzen zwischen 0,4 m (mit dem 45 mm Objektiv) bis unendlich.

## Rexam

Rexam Graphics kündigt in Vorschau auf die CeBIT '99 in Hannover ein neues Tintenstrahl-Transferprodukt für den Innenbereich an. Damit haben Anwender die Möglichkeit, auf eine Vielzahl von nicht beschichteten oder auch inflexiblen Empfängermaterialien zu drucken. Das Prinzip des Transfers ist denkbar einfach. Das (Papier)-Druckmaterial wird auf eine Rolle gespannt und anschließend ganz normal in den Drucker geladen. Die Einstellung des Druckers erfolgt auf „höchste Qualität“ und auf „spiegelverkehrten Druck“. Der fertige Druck wird mit der Bildseite nach unten auf das Material gelegt, auf das übertragen werden soll. Im Anschluß werden beide Materialien durch einen Standard-Niedrig-Temperatur-Laminator geführt. Nach der Entfernung des Ursprungpapiers zeichnet sich das Bild sauber auf dem gewünschten Material ab. Der Druck verfügt dank einer im Originalpapier integrierten Schutzschicht über eine hohe Widerstandskraft beispielsweise gegen Kratzer. Damit wurde der bisher auf elektrofotografische Drucker beschränkte

Transfer auch für den Tintenstrahl verwendbar gemacht. Ebenfalls als neu angekündigt hat das Unternehmen ein leichtes Präsentationspapier für elektrostatische Drucker von Rastergraphics.

## Großraumprojektor von In Focus

Der neue LP1200 von In Focus integriert mit Features wie Bildüberblendung, eingebaute PC-Kartensteckplätze und 1200 Lumen Lichtleistung alle Vorzüge eines Konferenzraumprojektors. Er erreicht eine echte XGA-Auflösung (1024 x 786), bietet einen digitalen Zoom und Anschlußmöglichkeiten für zwei Daten- und zwei Videoquellen. Zu den wichtigsten

Eigenschaften des LP1200 zählt die sogenannte Picture-in-Picture-Funktion. Da das Gerät Daten aus zwei Quellen verarbeiten kann, hat der Präsentierende die Möglichkeit, eine Grunddarstellung mit einer weiteren Grafik zu erläutern, die zusätzlich zur ersten gezeigt wird. Auch kann die eigentliche Präsentation mit einer Videosequenz ergänzt werden. Der LP1200 erlaubt zusätzlich den Wechsel per Knopfdruck zwischen zwei Präsentationen, die von zwei verschiedenen PCs zum Projektor übertragen werden. Das tragbare Konferenzraumsystem wird zu einem Preis von 13.900 DM zuzüglich Mehrwertsteuer angeboten und ist bei allen In Focus Distributoren und VARs erhältlich.

## Drei neue Digitalkameras von Fujifilm

Fujifilms Digitalkamera DX-10 ist mit einem 1/3 Zoll-CCD mit 850.000 quadratischen Pixeln ausgestattet und stellt mit einem voraussichtlich empfohlenen Verkaufspreis von 749 DM das ideale Einsteigermodell dar.

Weitere Features, die die Handhabung erleichtern, sind zum Beispiel automatische Belichtung und Automatikblitz (auch manuell einstellbar). Die DX-10 ist mit einer Serienaufnahmefunktion und einem 1,6fachen Telemodus, der sich durch seinen Zoomeffekt besonders für Portraits eignet, ausgestattet. Nach der Aufnahme lassen sich die Bilder durch Sepia-, Gold- und Silbereffekte verändern. Im Frühjahr 1999 wird die mit optischem Sucher und LCD-Monitor ausgestattete Digitalkamera auf den deutschen Markt kommen.

Das neue Digitalkameramodell MX-600 Zoom von Fujifilm ist mit einem 3fach-Zoomobjektiv ausgestattet. Die Brennweite entspricht 35 mm bis 105 mm bei einer Kleinbildkamera. Zusätzlich ist sie mit einem digitalen 2fach-Telemodus und einem Makromodus ausgestattet. Sie bietet Verschlusszeiten von 1/4 bis zu 1/1000 Sekunde. Bilder in hohen Auflösungen werden durch den Einsatz eines 1/1,7-Zoll CCD mit 1,5 Millionen quadratischen Pixeln erzielt. Ein in den spektralen Eigenschaften verbesserter RGB-Primärfarbenfilter ermöglicht eine exakte Farbnuancenauf-

zeichnung. Fujifilms Digitalkamera ist sowohl mit optischem Sucher als auch mit LCD-Monitor ausgestattet. Die Speicherung der Dateien erfolgt im JPEG-Format auf SmartMedia-Karten. Die MX-600 Zoom erscheint ebenfalls im Frühjahr und wird voraussichtlich zu einem Preis von 1498 DM angeboten.

Fujifilm wird als einer der ersten Hersteller eine Consumer-Digitalkamera mit einem 1/2-Zoll-2,3-Millionen-Pixel-CCD auf den Markt bringen. Die Bilddaten der MX-2700 mit einer Auflösung von 1.800 x 1.200 Pixeln erreichen nun ohne rechnerische Interpolation die Qualität eines herkömmlichen 10 x 15 cm großen Fotos. Die mit einem edlen Aluminiumgehäuse umgebene Kamera konnte noch kleiner gestaltet werden als die MX-700 und kommt ohne Batterien auf ein Gewicht von 240 Gramm. Weiterhin hat sie ein Fujinon-Objektiv zu bieten, dessen Brennweite 35 mm beim Kleinbildformat entspricht. Zur Kontrolle der Aufnahmen dient der 2-Inch Polysilicon-TFT-LCD mit 130.000 Pixeln. Durch einen Lithium-Ionen Akku werden bis zu 250 Aufnahmen möglich, die im JPEG-Format auf SmartMedia-Karten gespeichert werden. Über den genauen Einführungszeitpunkt und den empfohlenen Verkaufspreis der Fujifilm MX-2700 Digitalkamera liegen derzeit noch keine Informationen vor.

## Epson

Für anspruchsvolle Anwender aus dem Foto- und Grafikbereich bietet Epson seit Anfang März den Epson Stylus Photo 1200 an. Das neueste Mitglied der Stylus Photo Familie kann Medien bis zum Format A3+ verarbeiten. So lassen sich neben Grafik- und Fotodrucken auch großformatige Poster und Pläne erstellen. Ansonsten bietet der Stylus Photo 1200 dieselben Vorzüge wie sein „kleiner Bruder“, der Epson Stylus Photo 750. Er erzielt durch die Verbindung von 6-Farbdruk, die Auflösung von bis zu 1440 x 720 dpi und die Micro Dot-Technologie eine hohe Druckqualität. Voraussichtlich ab Mitte des Jahres wird ein Bannerpapier erhältlich sein, mit dem es möglich sein wird, in einer Länge von bis zu 5 Metern Ausdrücke anzufertigen. Zum Lieferumfang des Epson Stylus Photo 1200 gehört ein Software-Paket mit dem Bildbearbeitungsprogramm Adobe PhotoShop LE und dem Kartengestaltungsprogramm Epson Print Adventure Card Edition. Der Straßenpreis des Gerätes wird bei ca. 999 DM liegen.

## Flachbildschirm

Zur CeBIT '99 wird der bereits angekündigte 18-Zoll-TFT-Flachbildschirm des Braunschweiger Grafikspezialisten Quatographic AG in den Handel kommen. Faqtor 20.20 ist mit 16,7 Millionen Farben und einem brillanten Kontrastverhältnis von 200:1 prädestiniert für den Einsatz bei DTP, CAD und technischer Dokumentation. Durch einen Panoramawinkel von 140 Grad ist in allen erdenklichen Sitzpositionen für konstante Bildverhältnisse gesorgt. Die maximale Auflösung des Faqtor 20.20 beträgt 1280 x 1024 Punkte. Der Grund für die verzögerte Markteinführung ist im momentanen Kapazitätenengpaß der TFT-Panels begründet. Dieser wird auch im laufenden Jahr dazu führen, daß Modelle über 15 Zoll kaum in großen Stückzahlen erhältlich sein werden. Entschädigen sollen die Verbraucher die günstige Preis von 4.498 DM inklusive Mehrwertsteuer. Außerdem wird in Hannover erstmals die neue Version 1.4 der Kalibrationssoftware color station profiler zu sehen sein.

## Fujifilm Digitaldrucker

Fujifilm wird zur diesjährigen CeBIT in Hannover das Nachfolgemodell des NX-5D präsentieren. Der neue digitale Fotodrucker NX-70 überzeugt durch eine Auflösung von 306 dpi. Er verfügt wie sein Vorgänger über einen integrierten SmartMedia-Karten-Steckplatz, so daß auch Anwender ohne heimischen Computer Bilder aus ihrer Digitalkamera direkt ausdrucken können. Um die Bilder zu betrachten, kann der NX-70 mittels eines Videoausgangs auch an den Fernseher angeschlossen werden. Der Digitaldrucker arbeitet mit dem von Fujifilm entwickelten Thermo-Autochrome-Papier (TA). Die darin enthaltenen Cyan-, Magenta- und Gelbschichten erzeugen die Farben durch Erhitzen, so daß auf Tinte oder ähnliches verzichtet werden kann. Eine automatische Optimierung der Bilddaten erfolgt durch das Active-Compensation-System. Der empfohlene Verkaufspreis für den ab Frühjahr erhältlichen NX-70 wird circa 698 DM inklusive Mehrwertsteuer betragen.

# Die Photo-Grossisten der VGP:

## J. H. Annacker GmbH

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

## Batavia

Multimedia GmbH & Co. Vertriebs KG

94113 Tiefenbach, Niedernhart 1

☎ 0 85 46 / 19 - 0 • Fax 0 85 46 / 19-144

## Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51

☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55

## Dominik Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

☎ 0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59



## Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

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

## Kleffel + Aye

(GmbH & Co.)

28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51

☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55 • www.kleffel-aye.de

## Photo Universal

Deutscher KG GmbH & Co.

70736 Fellbach, Max-Planck-Str. 28 • 70708 Fellbach, Postf. 18 04

☎ 07 11 / 9 57 60 - 0 • Fax 07 11 / 9 57 60 - 40

## Carl Wöltje

GmbH & Co. KG

26133 Oldenburg, Meerweg 30 - 32 • 26042 Oldenburg, Postf. 52 40

☎ 04 41 / 4 80 91 77 • Fax 04 41 / 48 09 183

Ihre  
Partner  
für Photo  
und  
Imaging!

# www.foto.de



*Alle namhaften Fotohersteller, hier einige Beispiele, sind inzwischen mit eigenen Homepages im Internet vertreten.*

Wer nicht nur zum Spaß im weltweiten Datennetz surft, sondern die dort gebotenen Möglichkeiten auch beruflich nutzen will (dazu dürften die Leser von imaging+foto-contact gehören), darf gewisse Erwartungen an den Auftritt von Internet-Präsenzen haben. Die wichtigste sollte der individuelle Nutzen sein. Dieser kann sich im Internet auf vielfältige Weise zeigen: So kann der eine beispielsweise Hintergrundinformationen zu bestimmten Produkten oder Dienstleistungen suchen, während der andere schnell mit den Mitarbeitern am anderen Ende der Datenleitung kommunizieren will. Sei es, um foto-technische Probleme zu klären, Bestellungen aufzugeben oder zusätzliche Serviceleistungen wie Prospekt-, Katalog- oder Werbemittelversand in Anspruch zu nehmen.

Wer dabei noch auf Seiten stößt, die sich ohne großen Zeitverlust (und damit Gebührenaufwand, denn Internet-Surfen ist in Deutschland immer noch relativ teuer) aufbauen, eine wohlfeile Mischung aus notwendigen Grafiken und aufmerksamkeitssteigernden Internet-Spielereien findet und durch eine logische Benutzerführung (im Internet

**Die meisten Internet-Suchmaschinen informieren Interessierte auch darüber, wieviele neue Homepages täglich angemeldet werden. Bei großen Suchmaschinen wie Yahoo und Altavista sind es mehrere hundert täglich. Die Zahlen sprechen eine eindeutige Sprache: Immer mehr Privatmenschen, Gruppen, Vereine, Institutionen und Unternehmen entdecken die Möglichkeiten des World Wide Web, um Image zu gewinnen, um zu informieren, um sich darzustellen, um Geschäfte zu machen, um schnelle Kommunikationswege zu nutzen. Auch die Hersteller der Fotobranche gehören dazu. Alle namhaften Produzenten sind sowieso vertreten, und nach und nach kommen auch mittlere und kleine Unternehmen dazu. imaging+foto-contact hat einige dieser Homepages besucht und sich einen Eindruck von Angebot und Nutzen für den User verschafft.**

## Wie präsentiert sich die Fotoindustrie im Internet?

Navigation genannt) schnell zum Ziel führen, darf sich glücklich schätzen. Und dies ist, soviel sei vorweg gesagt, bei den von uns besuchten Homepages durchweg der Fall. Zwar gibt es kaum eine Web-Site ohne Schwachpunkt, aber da das Internet als Medium im Moment sicherlich noch in den Kinderschuhen steckt, ist Perfektion auch nicht zu erwarten. Kritik, die hier geäußert wird, ist deshalb als Anregung zu verstehen, um das bestehende Angebot weiter zu optimieren.

Wer im Internet Seiten zu einem bestimmten Thema sucht, hat zunächst drei Möglichkeiten: Er gibt auf gut Glück das gewünschte Thema in Form einer

www.foto.de, von der eventuell Links (siehe ebenfalls Kasten auf S. 4) zu anderen Seiten führen könnten, ist erstaunlicherweise noch nicht vergeben, und Suchmaschinen erfordern in diesem Fall viel Geduld. Denn die Treffer, die Suchmaschinen wie Yahoo, Altavista, Fireball, web.de, Euroseek oder Aladin auf Stichworte wie Foto oder

der Domain herauszufinden (zum Beispiel: CeWe, cewe-color, cewecolor), und manchmal ist auch noch ein kleiner Umweg notwendig, aber dann paßt es. Offensichtlich waren die verschiedenen Fotoproduzenten vorausschauend genug, um sich rechtzeitig ihre Internet-Adresse eintragen zu lassen. Sucht der Surfer beispielsweise die

**Kontakt:** IF-Marketing GbR, Tel. 77118185  
 Veranstalter: Gesellschaft für Öffentlichkeitsarbeit und Fortbildung für den Berliner Einzelhandel mbH  
 Eine Initiative der Fachgemeinschaft Foto im GdL

**FOTO-MESSE BERLIN '99**

**27./28. MÄRZ**  
 MESSE BERLIN  
 HALLE 11.2  
 HAMMARSKJÖLD-PLATZ  
 GEÖFFNET VON 10 - 18 UHR

**DIE AKTUELLEN NEUHEITEN**  
 Weltmarken der Fotoindustrie

**SEHEN UND KAUFEN**  
 Der Handelshof  
 Berliner Fotohändler

**DIE FOTO-BÖRSE**  
 Ankauf – Verkauf – Tausch

**DIGITALE FOTOGRAFIE UND BILDBEARBEITUNG**  
 Workshops

**FOTOAUSSTELLUNGEN**  
 World Press Photo und mehr

# Eine kritische Reise durch die virtuelle Welt

Internet-Adresse ein (<http://www.thema.de> oder <http://www.thema.com>) und hofft, fündig zu werden. Oder er fragt die diversen Suchmaschinen um Rat. In der Fotobranche führt beides allerdings nur bedingt zum Erfolg: Die Domain (siehe Kasten auf S. 4) [Photo hin erzielen, reichen von wenigen tausend bis zu fast einer halben Million. Hier kann es sehr lange dauern, bis man zwischen privaten Fotohomepages, Galerien, Kontaktanzeigen, Werbeagenturen oder Händlern auf einen Fotohersteller stößt.](http://</a></p>
</div>
<div data-bbox=)

Bleibt Möglichkeit Nummer drei, und die ist in der Fotobranche fast immer von Erfolg gekrönt: Man gibt einfach den Namen des Unternehmens ein, dessen Seiten man zu finden hofft. Dazu bedarf es manchmal mehrerer Versuche, um etwa die genaue Schreibweise

Homepage der Agfa-Gevaert AG, so gelangt er über die Eingabe <http://www.agfa.de> zunächst zur deutschen Agfa-Vertriebsgesellschaft in Köln. Von dort aus jedoch führen etliche Links zu den Seiten der Muttergesellschaft und

## Was ist ...

... ein Browser? Zum Surfen im Internet notwendiges Programm; die populärsten sind Microsoft Internet Explorer und Netscape Navigator/Communicator.

... HTML?: Programmiersprache, auf der alle Dokumente im Internet (Hypertext Markup Language) basieren.



Bild links: Die .de-Adresse von Agfa führt den Surfer zur Agfa-Vertriebsgesellschaft in Köln. Bild rechts: Leider zeigt sich die Homepage für Surfer, die die Browser-Funktion „Grafiken automatisch laden“ ausgestellt haben, wenig informativ, da die Grafikkästen nicht über einen Alternativtext verfügen.

zu den anderen nationalen Agfa-Gesellschaften.

Dabei gehört die Agfa-Homepage entsprechend der Größe und Vielfalt des Unternehmens zu den umfangreichsten in der Fotobranche. Doch trotz des umfassenden Angebotes sorgen eine klare Struktur und bedienerfreundliche Navigationshilfen dafür, daß der Besucher sich nicht in der virtuellen Welt verirrt und schnell an sein Ziel gelangt. Allerdings sollte er die Browser-Funktion „Grafiken automatisch laden“ nicht ausstellen, so wie es viele Internet-Surfer machen, um Ladezeiten zu sparen, da einige Agfa-Seiten sehr grafikorientiert sind und ohne grafi-



stete Fujifilm Pionierarbeit in Sachen Daten-Highway.

So verwundert es nicht, daß Besucher der Net-Site unter der Fujifilm Domain auf eine der bedienungsfreundlichsten Homepages stoßen. Die leichte Handhabung fängt mit der Monitordarstellung an: Die Begrüßungsseite ist im Querformat so aufgebaut, daß sie problemlos auf einem 15-Zoll-Bildschirm erscheint. Der Surfer braucht sich nicht anhand von Rollbalken über den Inhalt zu orientieren. Nette Grafiken führen anschließend in die verschiedenen Unternehmensbereiche sowie zu aktuellen Produktinformationen und Nachrichten aus dem Unternehmen.

Als angenehmen Service darf der Surfer darüber hinaus empfinden, daß bereits auf der Startseite Ansprechpartner mit Namen genannt werden, Links zum technischen Support und zum Treiber-Download zu finden sind und der Zeitpunkt der letzten Aktualisierung exakt angegeben wird.

Eine eher kleine, dafür aber sehr feine Seite hat Minolta eingerichtet. Hier erfolgt die Begrüßung zunächst einmal über eine sehr schnell ladende Startseite, die nichts weiter enthält als das Minolta Logo und die Möglichkeit, zwischen drei Wegen zum Weitersurfen zu wählen. Positiv bei dieser Art des Einstiegs: Der Surfer erfährt sekunden-schnell, ob er die richtige Seite angesteuert oder sich verwählt hat (das kann



Mit wenig Grafiken gestaltete Begrüßungsseiten führen den Besucher bei Minolta schnell zum Ziel.



auch beim Surfen passieren, zum Beispiel, indem man bei den unter Lesezeichen, Bookmarks oder Favoriten auf dem Rechner gespeicherten Internet-Adressen in die falsche Zeile gerät). Beschreitet der Surfer den Foto-Weg, gelangt er zum Inhaltsverzeichnis, das ebenso schnell auf dem Monitor erscheint wie die Startseite. Von hier aus

ist es eine Kleinigkeit, zu Themenbereichen wie allgemeine Informationen, Produktpalette oder Minolta System Club zu gelangen. Außerdem bietet die Seite ein Impressum, aus dem der exakte Name und die Anschrift des Unternehmens hervorgehen (Daten, die in vielen anderen Homepages entweder gar nicht oder erst nach ausführlichem Suchen zu finden sind). Auch wer Ansprechpartner sucht, die außer einer E-Mail-Adresse auch einen Namen und eine Telefon-/Telefaxnummer haben, wird unter der Rubrik „Kontakt“ fündig. Zum positiven Gesamteindruck des Minolta-Auftritts trägt schließlich noch die Aktualität bei. Auf keiner Seite der Homepage wird der Besucher mit veralteten Meldungen oder schon vergangenen Terminen konfrontiert.

Wie Seiten aussehen können, die sich an den Interessen der Nutzer orientieren, führen auch Canon Deutschland und Canon Euro-Photo vor. So bietet beispielsweise die Krefelder Canon Deutschland GmbH mit der Startseite



zwei Versionen ihrer Homepage an, die jeweils für die unterschiedlichen Möglichkeiten verschiedener Browser optimiert wurden. Auf der folgenden Seite zeigt ein sehr ausführliches Inhaltsverzeichnis die weiteren Wege an. Hier

**Was ist ...**

... eine Domain? Die Adresse einer Internet-Homepage. Sie besteht aus einem beliebigen Namen und endet, sofern sie in Deutschland registriert ist, mit dem Kürzel de nach einem Punkt. Sofern der Domain-Inhaber kein eigenes Netz betreibt, befindet sich vor dem Namen noch www, ebenfalls durch einen Punkt getrennt, als Hinweis auf das World Wide Web.

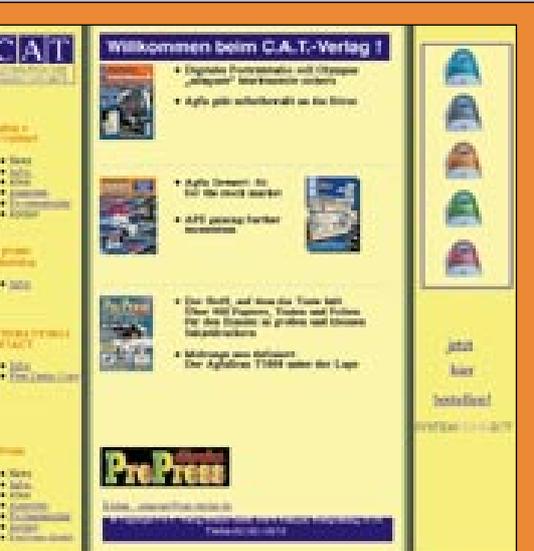
... ein Link? Die Verknüpfung mit einer anderen Internet-Seite, die der Surfer durch bloßes Anklicken eines Schriftzuges oder einer Grafik erreicht. Die dazu notwendigen Befehle werden, für den Betrachter unsichtbar, im HTML-Code der Seite untergebracht. Man unterscheidet zwischen internen Links, die Verknüpfungen zu den Seiten innerhalb einer Domain schaffen, und externen Links, die zu Seiten anderer Domains führen.



Die Seiten von Canon lassen erkennen, daß hier der Nutzen für den Besucher im Vordergrund steht. Als einzige der von ifc besuchten Seiten gibt es sogar eine spezielle Rubrik für Händler



erfährt der Interessierte unter anderem auch Wichtiges zur Unternehmens-Philosophie des Canon-Konzerns und zu dessen Bemühungen in Sachen



Die Internet-Einstiegsseite des C.A.T.-Verlags heißt Surfer willkommen.

### C.A.T.-Verlag auch im Internet vertreten

Der C.A.T.-Verlag präsentiert sich ebenfalls im Internet. Auf dessen Homepage findet der Surfer Gelegenheit, in den aktuellen Ausgaben der Zeitschriften *imaging+foto-contact*, *INTERNATIONAL CONTACT* und *PrePress* sowie im grossen fotokatalog zu blättern, Probeexemplare und Informationen zu Anzeigenschaltungen zu ordern und per E-Mail mit den Mitarbeitern in Verbindung zu treten. Und ifc-Redakteur Herbert Päge, der Autor dieses Beitrages, gibt im World Wide Web einen Einblick in sein berufliches und sein privates Leben.



Mit einer eigenen Web-Site stellt sich *imaging+foto-contact*-Redakteur Herbert Päge ebenfalls im Internet dar.

Umwelt. Natürlich gibt es auch detaillierte Informationen zu den verschiedenen Produkten. Und derjenige, der die aktuellen Meldungen in der Presse verpaßt hat, kann sich auf einer News-Seite über die wichtigsten Neuigkeiten informieren.

Positiv fallen auf der Canon.de-Seite gleich mehrere Dinge auf: Zum einen sind viele der nachgeordneten Seiten textorientiert. Sie erscheinen also mit sehr geringen Ladezeiten auf dem Monitor. Zweitens erleichtern die Navigation durch den eingebauten Site-Mapper und die stets gleichbleibende Inhaltsleiste am rechten Bildschirmrand die Orientierung. Und drittens bietet das Unternehmen eine Rubrik mit Stellenangeboten, die zumindest für diejenigen, die sich beruflich verändern wollen, einen hohen Nutzwert hat. Über einen Link zu Fotoprodukten gelangt der Surfer von hier aus auch zur Canon Euro-Photo GmbH. Und



Textorientierte Informationsseiten bei Canon Deutschland erfreuen den eiligen Surfer.

erreicht damit eine weitere Seite mit hohem Nutzwert. Und dies besonders dann, wenn er Fotohändler oder Handelspartner des Willicher Unternehmens ist. Denn Canon Euro-Photo hat als einziges der von ifc für diesen Beitrag besuchten Unternehmen einen paßwortgeschützten Bereich auf seiner Homepage eingerichtet, die Fotohändler vorbehalten bleibt. Dies ermöglicht schnelle Kommunikation und Information zwischen Hersteller und Handel, ohne daß sensible Informationen öffentlich gemacht werden müssen. Angenehm klar erscheint das Layout der Canon-Seiten, die trotz einer optisch sehr großen animierten, das heißt sich ständig ändernden Grafik, problemlos geladen werden können. Die Navigationsleiste ist einfach gegliedert und sorgt dafür, daß die nachfolgenden, informativen Seiten schnell erreichbar sind. Wünschenswert wäre hier allerdings eine intensivere Aktualisierung.

Eine News-Seite, die am 17.02. eine neueste Meldung mit Datum von August 1998 zeigt, unterstreicht nicht gerade den Anspruch des Internets, eines der schnellsten Medien zu sein, die derzeit zur Verfügung stehen.



Mit sehr benutzerfreundlichen Seiten ist Rollei im Internet vertreten.

An seine Handelspartner gedacht hat auch das Braunschweiger Traditionsunternehmen Rollei, das gemessen an den Möglichkeiten mit spartanisch anmutenden (aber sehr benutzerfreundlichen) Seiten im World Wide Web vertreten ist: Nach dem Alphabet geordnet findet der Besucher die deutschen Städte, in denen er Rollei Professional Systems Dealer findet.

Kontakt zum Unternehmen selbst kann der Interessent per E-Mail oder auf herkömmlichem Weg per Brief, Telefon oder Telefax aufnehmen – alle entsprechenden Daten sind leicht zu finden. Und über die Landesgrenzen hinaus bietet Rollei über die Rubrik Rollei weltweit Möglichkeiten der Kontaktaufnahme.

Die weiteren Seiten zeigen in Wort und Bild die aktuelle Produktpalette, geben Hintergrundinformationen über das Unternehmen und seine Historie. Alles in allem eine Seite, die aufgrund ihres



Auf den Rollei-Seiten findet der Surfer problemlos die Handelspartner des Braunschweiger Unternehmens.

schlichten Designs (das ist in diesem Fall als Lob gemeint) vor allem Internet-Puristen erfreuen wird, die die gesuchten Informationen schnell und ohne grafischen Schnickschnack erhalten wollen.

Auf besondere Weise bezieht auch Pentax seine Handelspartner in seine Web-Seite mit ein: Eine integrierte



Pentax hält auf seinen Seiten eine Suchmaschine bereit, mit deren Hilfe Interessenten einen Pentax-Händler in ihrer Nähe aufspüren können.

Suchmaschine hilft hier nicht, wie bei anderen Unternehmen, ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Web-Seite zu finden, sondern bietet dem Surfer die Möglichkeit, einen in seiner Nähe befindlichen Pentax-Händler aufzuspüren.

Und Konica bietet im Rahmen seiner aktuellen Servicepalette spezielle Seiten an, auf denen die Konica Photo Express Partner Gelegenheit haben, sich im Internet darzustellen. In Kombination mit den übrigen Seiten der Homepage, die über Konica Fotoprodukte und



Konica listet übersichtlich die Adressen seiner Photo Express Partner auf.

auch über Konica Business Machines informieren, hat sich damit ein für Handelspartner und Internet-Surfer gleichermaßen interessantes Angebot entwickelt.

Der Spagat, die unterschiedlichsten Interessen der Homepage-Besucher zufriedenzustellen, ist dem Monheimer Zubehörspezialisten Hama gelungen. Auf dieser Seite, die auf unserer kurzen und willkürlichen Reise durch die virtuelle Welt der Fotohersteller schnell zur Lieblingsseite wurde, stimmt einfach alles. Das klare Layout macht ebenso Freude wie die Aktualität, und die Tatsache,



Hamas Homepage bietet einen hohen Nutzwert für unterschiedliche Zielgruppen.

daß sich verschiedene Zielgruppen in den Inhalten problemlos wiederfinden können, verdient ein besonderes Lob. So wird der Verbraucher, der sich über Sortiment und Preise informieren will, beispielsweise genauso gut mit Informationen versorgt wie der Händler, der Produkte bestellen oder sich einen Überblick über die aktuellen Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien verschaffen will. Interaktive Formulare erlauben darüber hinaus die bequeme Kontaktaufnahme mit den Hama-Mitarbeitern.

## Die Internet-Adressen der erwähnten Unternehmen

Agfa-Gevaert AG.....	<a href="http://www.agfa.com">http://www.agfa.com</a>
Agfa Vertriebsgesellschaft.....	<a href="http://www.agfa.de">http://www.agfa.de</a>
Canon Deutschland.....	<a href="http://www.canon.de">http://www.canon.de</a>
Canon Euro-Photo.....	<a href="http://www.canon-europhoto.de">http://www.canon-europhoto.de</a>
C.A.T.-Verlag.....	<a href="http://www.cat-verlag.de">http://www.cat-verlag.de</a>
CeWe Color.....	<a href="http://www.cewecolor.de">http://www.cewecolor.de</a>
Fuji Photo Film.....	<a href="http://www.fujifilm.de">http://www.fujifilm.de</a>
Hama.....	<a href="http://www.hama.de">http://www.hama.de</a>
Kodak.....	<a href="http://www.kodak.de">http://www.kodak.de</a>
Konica.....	<a href="http://www.konica.de">http://www.konica.de</a>
Minolta.....	<a href="http://www.minolta.de">http://www.minolta.de</a>
Pentax.....	<a href="http://www.pentax.de">http://www.pentax.de</a>
Pressebüro Päge.....	<a href="http://www.daspressebuero.de">http://www.daspressebuero.de</a>
Rollei.....	<a href="http://www.rollei.de">http://www.rollei.de</a>
Samsung Camera.....	<a href="http://www.samsungcamera.de">http://www.samsungcamera.de</a>

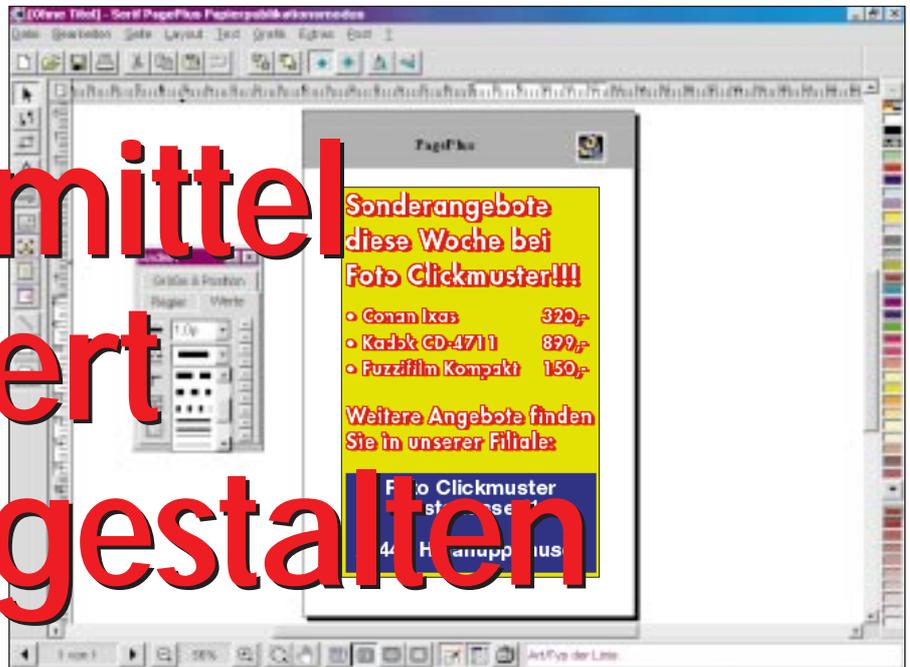
Rexam Der führende Anbieter von beschichteten Papieren und Folien für den Digitaldruck  
[reksäm] Leuchtende Farben ■ Gestochen scharfe Bilder ■ Längere Haltbarkeit ■ Große Formate

polyplan [psliplan]  
Rexam-Distributor of the Year 1998



Follerstraße 86  
50676 Köln  
Fon:  
0221/92 15 30-0  
Fax:  
0221/92 15 30-7  
Internet:  
[www.polyplan.de](http://www.polyplan.de)

# Werbemittel preiswert selber gestalten



## Einblicke in PagePlus 5.0

**Für Fotohändler, die nach einer preiswerten Software suchen, mit der sie in Eigenregie Flyer, Aktionszettel, Briefköpfe usw. entwerfen können, ist die Software PagePlus 5.0 eine gute Alternative zu teuren Programmen wie PageMaker oder QuarkXPress. Mit der leicht bedienbaren Software lassen sich sogar mehrseitige Broschüren und Logos entwerfen, so daß die Kosten für den Grafiker eingespart werden können. Außerdem ermöglicht die Eigenproduktion von Werbemitteln die Organisation von spontanen Verkaufsaktionen und -angeboten, mit denen sich auf dem schnelllebigen Fotomarkt Vorsprünge vor Wettbewerbern sichern lassen. PagePlus wird seit kurzem von der Firma SPC unter dem Namen Harvard Graphics Publisher professionell vermarktet. Unser Autor, Falk Bierwirth, hat die 99-Marks-Software unter die Lupe genommen und beschreibt seine Eindrücke.**

Neben der eigentlichen Programm-CD, von der sich PagePlus problemlos installieren läßt, gehört eine zweite CD-Rom mit Clip-Arts, TrueType-Schriften und diversen Musterrahmen zum Lieferumfang. Außerdem liegt ein 500 Seiten starkes Buch bei, in dem die Clip-Arts abgedruckt sind, sowie ein 200seitiges Handbuch, das fast vollständig auf Abbildungen verzichtet, aber leicht verständlich und übersichtlich aufgebaut ist. Gleiches gilt auch für die Software: Anders als die bekannten Layoutprogramme, unterstützt PagePlus den Anwender mit vielerlei Assistenten, die ihn schnell und zügig zum gewünschten Ziel führen. Kennt man sich bereits besser aus, kann man diese Assistenten aber auch abschalten.

Die Programmoberfläche wirkt zunächst spartanisch: Funktions- oder Auswahlleisten umrahmen den Arbeitsbereich, an der rechten Seite befindet sich eine Auswahlleiste mit vordefinierten Farben. Nach dem Programmstart meldet sich ein Layoutassistent und fragt, welche Art von Drucksache man gestalten möchte. Zur Auswahl stehen beispielsweise Briefbogen, Produktbroschüren, Werbematerial und Webpublikationen, aber auch diverse Etikettenformate (Zweckform) sowie Vordrucke der Firma PaperDirect. Wählt man einen Vordruck, wird dieser als Hintergrund eingeblendet und das

Layout automatisch angepaßt. Will man einen Briefbogen gestalten, kann man zwischen mehreren, durchaus akzeptablen Mustern wählen und braucht dann nur noch Firmendaten wie Anschrift und Telefon einzutragen.

PagePlus greift bei der Layouterstellung auf die mitgelieferten Clip-Arts zurück oder auf Elemente, die der Anwender selbst erstellen kann. Jedes Element befindet sich in einem editierbaren Rahmen, wobei Rahmenparameter wie Position, Größe oder Rotation leicht zu modifizieren sind. Alle Elemente können mit Hilfe einer „Ändern“-Palette editiert werden, und zwar wahlweise über Regler, die per Mauszeiger betätigt werden, oder über numerische Angaben. Dabei läßt PagePlus im Bereich der Textformatierung kaum Wünsche offen: Schriftgröße und Durchschuß können ebenso justiert werden wie Laufweite, Zeichenbreite und Unterschneidung; selbst ein Grundlinienversatz ist möglich. Die Ergebnisse jeder Änderung sind unmittelbar am Bildschirm sichtbar und lassen sich nachvollziehen und beurteilen.

PagePlus erlaubt es, häufig benötigte Formatierungen mit allen satztechnisch relevanten Parametern in sogenannten Absatzvorlagen zu speichern. Sogar Funktionen zur Umbruchsteuerung stehen dabei bereit, so daß man beispielsweise festlegen kann, daß vor einem Headline-Absatz automatisch eine neue Spalte beginnen soll. Ist man mit den erstellten Formatvorlagen zu-

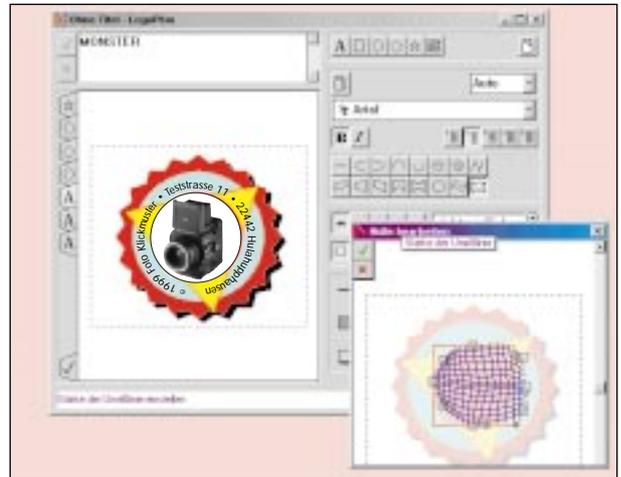
frieden, kann man sie auch in andere PagePlus Dokumente importieren.

Textrahmen können in PagePlus mehrere Spalten umfassen, wobei diese Spalten sogar verschieden breit sein dürfen – eine Möglichkeit, die man in Profiprogrammen oft vergeblich sucht. Umständlich gestaltet sich bei PagePlus allerdings die individuelle Unterscheidung von Buchstabenpaaren, denn diese läßt sich nicht einfach per Tastaturkürzel ändern, sondern nur per Maus. Überhaupt ist die Arbeit in PagePlus sehr mausorientiert; Tastaturkürzel werden nur für wenige wichtige Befehle wie Drucken oder Speichern angeboten.

Neben der interaktiven Veränderung von Textelementen direkt im Layout steht für umfangreiche Textmengen ein einfacher Editor zur Verfügung, der sich per Doppelklick auf eine Textmenge automatisch öffnet. Hier gibt es auch eine Rechtschreibprüfung und eine Funktion, um Tippfehler gleich beim Schreiben zu beseitigen. So läßt sich beispielsweise festlegen, daß aus einem versehentlichen „dei“ das korrekte „die“ wird. Außerdem lassen sich im Texteditor bereits Absatzformate zuweisen, wobei der Text auf Wunsch sofort in der ausgewählten Schriftart dargestellt wird. Über die bereitgestellten Buttons lassen sich auch Auszeichnungen wie „fett“ oder „kursiv“ auf Textbereiche anwenden.

Neben dem Texteditor gibt es noch zwei weitere externe Module, die aus PagePlus heraus aufgerufen werden können: einen Logo- und einen Tabelleneditor. Der Tabelleneditor arbeitet zellenorientiert und bietet sofort nach dem Start verschiedene vorgefertigte Muster als Basis für eine neue Tabelle. Wer sich mit Tabellenkalkulationsprogrammen ein wenig auskennt, wird sich schnell in diesem Editor zurechtfinden. Rechts neben dem eigentlichen Tabellenbereich befindet sich ein Funktionsbereich mit Schaltflächen zur Formatierung und Formeleingabe. Auch Funktionen zum automatischen Füllen von Zellen stehen zur Verfügung. Gewöhnungsbedürftig ist nur die Tatsache, daß man Dezimalkommata als Punkt eingeben muß, der am Bildschirm dann aber wieder als Komma dargestellt wird. Schließt man den Tabelleneditor, erscheint die Tabelle als eigener Rahmen im Layout und kann an die gewünschte Position geschoben und skaliert werden. Per Doppelklick

*Ein Hilfsprogramm von vielen: In LogoPlus lassen sich mit wenigen Mausklicks ansprechende Signets und Firmenlogos gestalten. Mittels OLE (object linking and embedding) erfolgt die Übernahme ins Layout.*



auf die Tabelle wird sie erneut im Editor zur Bearbeitung geöffnet.

Mit Hilfe des Logo-Editors lassen sich aus Text- und Grafikelementen mit wenigen Mausklicks ansprechende Logos gestalten, ohne daß man sich in die Tiefen von Pfadwerkzeugen und Bézierkurven begeben müßte. So kann man Textzeilen mit Hüllen versehen und verzerren, die Hüllen wiederum in Kurven zerlegen und ebenfalls den Anwenderwünschen anpassen. Durch die Verwendung von Rundsatz und freien Formen wie Sternen kann man zusätzliche Effekte erzielen. Der Hersteller liefert eine Reihe von Beispieldateien mit, anhand derer man sich rasch einen Überblick über die Gestaltungsmöglichkeiten verschaffen kann, die aber auch leicht an eigene Bedürfnisse anpaßbar sind.

Für den Fall, daß man ein Kalendarium in seine Publikation einbringen will, stellt PagePlus einen speziellen Kalendereditor mit mehreren Musterlayouts zur Verfügung. Leider ist hier die textliche Gestaltung ein wenig eingeschränkt. Wer Serienbriefe oder Direkt-Mailings gestalten will, kann in PagePlus auf vorhandene Adreßdateien (z. B. im Tab- oder Komma-separierten Textformat) zurückgreifen oder direkt im Layoutprogramm eine Adreßliste anlegen. Neben den Standardfeldern für Firmenname, Straße etc. stehen dabei auch zusätzliche Felder bereit, um Notizen und Kommentare aufzunehmen. Außerdem bietet PagePlus die Möglichkeit, Kopf- und Fußzeilen, Index- und Inhaltsverzeichnisse anzulegen und ein Dokument vor der Ausgabe auf mögliche Probleme überprüfen zu lassen. Alle Funktionen des Programms zu beschreiben, würde den Rahmen dieses

Artikels sprengen. Insgesamt handelt es sich bei PagePlus um eine komplexe Software mit einem weit oben angesiedelten Leistungsspektrum. Dem Profi fehlen allerdings CMYK-Farbdefinitionen, und außerdem wird allzuoft auf das in vielerlei Hinsicht unzulängliche WMF-Format zurückgegriffen. Das Handbuch geht jedoch auf diese Problematiken ein und enthält entsprechende Hinweise für die Zusammenarbeit mit Belichtungsstudios und Druckereien.

### Fazit

PagePlus stellt ein wirklich beeindruckendes und dabei preiswertes Layoutprogramm dar, das sehr gut auf Anwenderbedürfnisse eingeht und durch seine geschickte Benutzerführung den Ansprüchen des Einsteigers ebenso wie denen des Profis gerecht wird. Man würde sich wünschen, daß auch einige Entwickler von Adobe und Quark einmal einen Blick auf diese Software werfen – nur damit sie sehen, wie schön, preiswert und gut Layoutprogramme sein können.

Falk Bierwirth

### Kurzinfo PagePlus 5.0

#### Kategorie

Layoutsoftware

#### Hersteller

SPC

#### Vertrieb

SPC Software Publishing GmbH,  
82041 Oberhaching

#### Preis

99 DM inkl. MwSt.

#### Systemvoraussetzungen

486er-PC (Pentium empf.), Windows 95 oder NT, VGA-Monitor mit 256 Farben (SVGA empf.), 8 MB Ram (Windows NT: 16 MB), 25 MB freier Plattenspeicher

## Studio Polaroid 350 – Paßbild- und Porträtsystem

# Schnell, handlich und echte Fotoqualität

**Polaroids neues Foto-Video-System „Studio Polaroid 350“ kombiniert die Vorzüge der Video-Digitalisierung mit dem Polaroid Paßbildfilm. Weitere Ausstattung-Highlights, die das digitale Paßbild- und Porträtsystem zu bieten hat, sind: sechs Bildformate, Zoom-Objektiv, schwenkbares LC-Display und Polaroid Packfilmprinter. Außerdem hilft die Möglichkeit, die Bilder vor dem Ausdruck auf dem Display betrachten zu können, bei der Senkung von Materialkosten. Der Frankfurter Studiofotograf Robert Baumann ist überzeugt von den Vorteilen, die die Kombination der Videotechnik mit den Paßbildfilmen des Unternehmens bietet.**

„Schnell, handlich und eine hervorragende Bildqualität“, so faßt Robert Baumann die wichtigsten Vorzüge des „Studio Polaroid 350“ zusammen. Für den Frankfurter Porträtfotografen ist das neue Foto-Video-System, das Polaroid speziell für schnelle und repräsentative Porträt- und Paßbildaufnahmen entwickelt hat, inzwischen ein unentbehrliches Aufnahmesystem. Es besteht aus der SP 302 Polaroid Videokamera mit schwenkbarem LC-Display, Zoom-Objektiv und Handblitz

sowie dem Polaroid Packfilmprinter SP 149.

Baumann gehört zu den wenigen Fotografen, die sich nahezu ausschließlich auf die Porträtfotografie spezialisiert

atmosphäre. Darüber hinaus hat sich der Fotograf auf Reportagefotografie für verschiedene Unternehmen und Magazine sowie auf Galerie-, Kunst- und Objektfotografie spezialisiert. So ist er ein gefragter Spezialist für die Bildgestaltung von Ausstellungskatalogen und Kunstpublikationen.

Zur Aufnahme von Paß- und Bewerbungsfotos sowie für sofort benötigte Porträtfotos bevorzugte der Fotograf schon immer Polaroid Kameras und Filme. Gründe hierfür sind unter anderem die sofortige Verfügbarkeit der Bilder und die guten Bildergebnisse. Ausschlaggebend für seine Entscheidung zugunsten des neuen „Studio Polaroid 350“ war vor allem die Möglichkeit, die Vorteile der Videotechnik mit der Qualität der Polaroid Paßbildfilme zu verbinden.



*Am LC-Display überprüft der Frankfurter Porträtfotograf Robert Baumann vor dem Auslösen die Qualität der Aufnahme.*

haben. In seinem Studio in der Gutzkowstraße mitten im Frankfurter Stadtteil Sachsenhausen porträtiert er jährlich mehr als 2.000 Kunden. Die Bandbreite seines Angebots reicht von Bewerbungs- und Paßfotos bis zur anspruchsvollen Porträtserie. Hierbei betont Baumann mit gezielter Lichtführung jeweils das persönliche Profil und beeinflusst durch Auswahl und Ausleuchtung des Hintergrundes die Bild-

### Vom Bildspeicher auf Polaroid

Das System digitalisiert das Videosignal und speichert die Bildinformation. So kann der Fotograf seine Aufnahme auf dem Video-Display der Kamera ansehen, bevor ein Foto belichtet wird. Gefällt ihm die Aufnahme, läßt er das Foto als Einzelbild oder Bildreihe belichten. Ist er mit dem Resultat nicht zufrieden, wiederholt er einfach die Aufnahme.

„Die Videodigitalisierung und die Bildvorschau sparen Material und Zeit, führen zu schnelleren Ergebnissen und erhöhen die Akzeptanz bei den Kunden“, schildert Baumann die Vorzüge des Studio-Systems. „Ich erkenne sofort, ob ich meinen Kunden optimal getroffen habe. Gegebenenfalls fotografiere ich ein zweites und ein drittes Mal, ohne zusätzliches Filmmaterial dafür zu verbrauchen.“

### Vom Porträt bis zum Minibild: sechs Bildformate

Mit dem „Studio Polaroid 350“ stehen dem Fotografen pro Filmbild sechs verschiedene Bildformate zur Auswahl: Einzelbild als Porträt, zwei Bilder als Bewerbungsfotos, vier Aufnahmen als Paßbilder. Außerdem gibt es die Möglichkeit, zwei Paßbilder und drei Miniporträts oder sechs bzw. neun aktuelle Miniporträts auf einem Blatt zu belichten.

### Digitalisierte Aufnahmen auf Porträtfilm belichten

Bildqualität und Auflösung der digitalisierten Polaroid Fotos erfüllen nach den Worten von Baumann alle Ansprüche professioneller Paßbildfotografie. „Bisher habe ich nur mit analogen Kameras gearbeitet“, berichtet der Fotograf. „Digital erzeugte Bilder erfüllten unter anderem wegen des Pixeleffekts und der oftmals geringeren Bildqualität meine Erwartungen nicht. Einer der entscheidenden Vorteile des Polaroid Systems ist, daß es weiterhin mit den erprobten Sofortpaßbildfilmen arbeitet.“

Das System verwendet die Filme „Studio Polaroid“ für Farbbilder und „Polarpan PRO 100“ für Schwarzweißaufnahmen. Zum Wechsel von Farbe auf Schwarzweiß wird mit einem schnellen Griff die Filmkassette ausgetauscht. Und für die optimale Entwicklung der Polaroids – auch bei wechselnden Raumtemperaturen – sorgt ein temperaturgesteuerter Timer. Ein Signalton weist darauf hin, wann das Polaroid aus dem Magazin gezogen werden kann.

### Zoom-Objektiv für bequemes Handling

Ein Zoom-Objektiv an der Kamera ermöglicht eine schnelle Veränderung des Bildausschnitts. „So kann man bei Bedarf - ohne die Position der Kamera

zu verändern - zuerst ein Ganzkörper- und anschließend ein Porträtfoto aufnehmen“, erläutert Baumann. Die



*Studio Polaroid 350 bietet die Möglichkeit, Paßbilder, Bewerbungsfotos und Porträtaufnahmen digital aufzunehmen und sie anschließend auf Polaroid Paßbildfilm auszugeben. Die Fotos zeigen zwei Varianten der sechs wählbaren Bildformate.*

Lichtstärke des Zooms reicht von F/1 bis F/16, der Fokus von 1,3 Meter bis unendlich, die Brennweite ist von 6 bis 36 mm einstellbar.

### Einfache Bedienung, übersichtliche Funktion

Die neue Studio Polaroid Kamera ist einfach zu bedienen. Sie kann ohne Einarbeitungszeit sofort eingesetzt werden. Der Auslöser ist ergonomisch im Griff integriert. Die übrigen Aufnahmefunktionen sind auf drei Knöpfe verteilt: Ausdrucken, Formatwahl sowie Wechsel zwischen Farbe und Schwarzweiß.

Das System SP 350 ermöglicht Porträtfotos sowohl vom Stativ als auch aus der Hand. Leuchtanzeigen und ein akustisches Signal unterstützen die Bedienung. Sowohl bei Kunstlicht als auch bei Einsatz der Blitzsynchronisation erzeugt das System sehr gute Ergebnisse. Der abnehmbare Handblitz kann als Aufheller und zur kompletten Ausleuchtung des Motivs eingesetzt werden.

### Nachbearbeitung am PC

Da der Printer des Systems bereits für einen PC-Anschluß konfiguriert ist,

kann in Verbindung mit einer speziellen Software, die im zweiten Quartal 1999 verfügbar sein wird, jedes Foto

als Rohdatei in ein Bildarchiv gespeichert werden. Bei Nachbestellungen ruft man die Rohdatei im Computer auf und kann das gespeicherte Originalbild erneut über den Polaroid Printer auf einem Sofortpaßbildfilm aus-



drucken. Zusätzlich kann das gespeicherte

Bild als Rohdatei in das gängige bmp-Format konvertiert werden, um das Bild zu bearbeiten und dann auf einem anderen Ausgabemedium – etwa auf Inkjet-Papier – auszudrucken.

### Schnell, vielseitig, komfortabel

Das neue Studio Polaroid 350 kombiniert alle Vorteile der professionellen Videofotografie mit der schnellen Sofortbildfotografie. Für den Kunden bietet es bessere Bildergebnisse, sechs verschiedene Formate und die Möglichkeit, Bilder schnell nachzubestellen. Der Fotograf profitiert vom leichten Handling und hohen Bedienungskomfort. Zudem kann er zur Weiterverarbeitung der Bilder die vielseitigen Möglichkeiten des Digital Imaging einsetzen.

# Agfa und Lexmark präsentierten CeBIT-Neuheiten auf Mallorca

Vom 28. bis 30.1.1999 hatten Agfa und Lexmark zu einer gemeinsamen Pressekonferenz auf Mallorca eingeladen. Vorgestellt wurde im Hinblick auf die CeBIT in Hannover Neues aus den Bereichen Digitalkameras, Scanner und Tintenstrahldrucker.



Agfa und Lexmark stellten sich gemeinsam den Fragen der Presse. Von links: Axel Pick, Agfa; Hans-Heinrich Müller, Lexmark; Wolfgang Göddertz, Agfa; Bodo Badnowitz, Agfa; Richard Perry, Lexmark.

# Digitale Bilder für Anfänger und Profis

Axel Pick, Agfa Marketing Digital Imaging, präsentierte die zwei neuen Digitalkameramodelle ePhoto CL30 und ePhoto CL50. Mit ihnen bekommt die Agfa ePhoto-Familie Zuwachs durch die Conventional-Line. Beide Digitalkameras wurden im Design konventionellen Kompaktkameras nachempfunden. Die bekannte Form soll Neulingen auf dem Gebiet der Digitalfotografie die Scheu vor der ungewohnten Technologie nehmen. Agfas ePhoto CL50 verfügt über ein 3faches Zoom (3faches optisches Zoom, 2faches digitales Zoom) und erreicht eine Auflösung von 1,9 Millionen Pixeln bzw. 1600 x 1200 Bildpunkten (mit Agfa PhotoGenie). Die neue Kamera im „conventional“-Design umfaßt vier Auflösungsmodi inklusive einem Schwarzweiß-Textmodus. Die CL50 ist mit einem Sucher und einem LCD-Farbmonitor, der bei hellem Sonnenlicht über ein SunCatcher-Feld beleuchtbar ist, ausgestattet. Agfas jüngstes Mitglied der ePhoto-Familie zeichnet sich durch zwei weitere neue Features (Sound oder Sprachnotizen, Serienbildfunktion) aus. Die ab April lieferbare CL50 wird zum empfohlenen Verkaufspreis von



Die Agfa ePhoto CL 50 ist eine Digitalkamera im Design einer konventionellen Kompaktkamera.

1.698 DM inklusive Mehrwertsteuer erhältlich sein.

Die Agfa ePhoto CL30 ist laut Hersteller die erste Digitalkamera ihrer Preisklasse (898 DM, inklusive Mehrwertsteuer), die mit einem USB-Anschluß ausgestattet ist. USB bietet mit 12 Megabytes pro Sekunde eine sehr viel höhere Bildtransferrate und ist somit mehr als zehnmals schneller verglichen mit serieller Kommunikation. Außerdem ermöglicht diese Form des Anschlusses den sogenannten „Hot-Plug-in“, d. h. das Anschließen bzw. Entfernen der Digitalkamera ohne Neustart des PCs. Die mit einer 4 MB CompactFlash-Karte

versehene CL30 erreicht eine maximale Auflösung von 1,5 Millionen Pixeln. Die Kamera ist sowohl mit einem 1,8 Zoll großen LCD-Farbmonitor als auch mit einem optischen Sucher ausgestattet. Bei der CL30 stehen vier verschiedene Blitzmodi zur Verfügung.



Hans-Heinrich Müller, Sales and Operationmanager des Unternehmens Lexmark, versicherte, daß sein Unternehmen fortwährend an weiteren Verbesserungen wie Trockengeschwindigkeit und Dokumentenechtheit arbeitet.

## Lexmark

Hans-Heinrich Müller, Sales und Operationmanager bei der Lexmark Deutsch-

land GmbH, stellte in Form eines Kurzportraits das 1991 gegründete Unternehmen Lexmark International vor. Der Schwerpunkt des Unternehmens lag von Anfang an auf der Entwicklung, Herstellung und dem Vertrieb von Drucktechnologien. So erfolgreich, daß Lexmark International seit 1995 als Aktiengesellschaft fungiert (Kursstart: 20 Dollar – Stand Januar 1999: über 100 Dollar). Seit 1995 verzeichnet das Unternehmen kontinuierliche Umsatzsteigerungen um rund 30 Prozent jährlich. Auch die Lexmark Deutschland GmbH war mit einem Jahresumsatz von 474 Millionen DM (was einer Umsatzverdopplung innerhalb von drei Jahren entspricht) im Geschäftsjahr 1998 weiterhin auf Erfolgskurs. Eine der Stärken des Unternehmens liegt in Lexmarks Innovationen auf dem Gebiet der Druckertechnologien, die Vorsprünge vor Mitbewerbern sichern. Als Beispiel nannte Müller hier die Laserdrucker des Unternehmens, die eine bisher einzigartige Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi erreichen.

### Photo Jetprinter 5770

Den zu den vorgestellten Kameras von Agfa passenden Farbtintenstrahldrucker präsentierte Astrid Gebauer (Lexmark, Produktmanagerin Tintenstrahldrucker) und Marion Teuber (Lexmark, Produktmanagerin Consumables). Der Lexmark Photo Jetprinter 5770 unterstützt sowohl SmartMedia als auch CompactFlash-Karten. Diese werden einfach in den Drucker eingesteckt, und schon lassen sich die Bilder, ohne Umweg über den Computer, ausdrucken. Mit einer Auflösung von 1200 x 1200 dpi können somit Fotos inklusive Schriftzüge in einer Geschwindigkeit von bis zu 8 Seiten pro Minute ausgedruckt werden. Über das leichtbedienbare Panel lassen sich verschiedene Einstellungen, zum Beispiel Formate oder bereits vorformulierte Bildunterschriften, auswählen.

Der Lexmark Photo Jetprinter 5770 ist sowohl zu den meisten aktuellen PCs als auch zu zahlreichen hochauflösenden Digitalkameras kompatibel und ab April zu einem Preis von 699 DM (inklusive MwSt.) erhältlich.



*Den Ausdruck von Bildern ohne Umweg über den Computer ermöglicht der Lexmark Photo Jetprinter 5770.*

### Scanner mit Durchblick

Wolfgang Göddertz, Agfa Marketing Digital Imaging, ließ tief in die von ihm vorgestellten Scanner blicken. Denn der bewährte USB-kompatible SnapScan 1212u ist jetzt auch in transparentem Grün und durchsichtigem Blau (ab April) erhältlich.

Die Schwestermodelle und der Original SnapScan 1212u bieten eine optische Auflösung von 600 x 1200 ppi, die auf 9600 ppi interpoliert werden kann. Die Farbtiefe von 36 Bit (12 Bit pro Farbe) sorgt für scharfe Scans und detaillierte Farben. Der Preis für die Scanner mit Durchblick liegt bei 398 DM.



*Scannen mit Durchblick. Die Agfa SnapScans 1212u mit USB-Anschluß sind jetzt auch im transparenten Grün und Blau erhältlich.*

### Agfa ScanWise

Die Scanner 1212p, 1212u und die neuen transparenten Modelle werden mit der Software Agfa ScanWise ausgeliefert. Sie bietet viele Automatikfunktionen, so daß sich Anwender aus dem privaten oder SOHO-Bereich keine Gedanken mehr über die technische Seite der Bilderfassung machen müssen.

Scans mit konsistenten Farben und in hoher Bildqualität sind durch Elemente

*Wolfgang Göddertz, Marketing Digital Imaging, Agfa, stellte die neue Scanner Software ScanWise vor.*



der Farbmanagement-Software ColorTune sowie der Agfa PhotoGenie-Technologie zur Bildoptimierung gewährleistet. Die neue Software des Unternehmens ist denkbar leicht zu bedienen. Die Beschaffenheit der Vorlage (Text, Schwarzweiß, Farbe, Bild) wird automatisch erkannt und der entsprechende Scan-Modus ausgewählt. In insgesamt vier in Fenstern angeordneten Menüs wird der Anwender durch den Scan-Vorgang geführt. Er hat die Wahl zwischen der automatischen oder

der manuellen Farb- und Tonwertveränderung. Beim Start der Agfa ScanWise-Software werden bereits vorhandene Programme lokalisiert und optimale Einstellungen vorgenommen. Die Software kann mit Bildbearbeitungs- und Textverarbeitungsprogrammen, Web-Browsern, E-Mail-Anwendungen usw. kommunizieren. Möchte der Anwender seine gescannten Fotos per E-Mail versenden, wählt er diesen Ausgabemodus aus; ScanWise legt dann automatisch den RGB-Farbmodus und die erforderliche Auflösung fest, öffnet das E-Mail-Programm und fügt die Bilder direkt ein. Auf der diesjährigen CeBIT in Hannover wird Agfa ScanWise in Europa erstmals vorgestellt.

der manuellen Farb- und Tonwertveränderung. Beim Start der Agfa ScanWise-Software werden bereits vorhandene Programme lokalisiert und optimale Einstellungen vorgenommen.

Die Software kann mit Bildbearbeitungs- und Textverarbeitungsprogrammen, Web-Browsern, E-Mail-Anwendungen usw. kommunizieren. Möchte der Anwender seine gescannten Fotos per E-Mail versenden, wählt er diesen Ausgabemodus aus; ScanWise legt dann automatisch den RGB-Farbmodus und die erforderliche Auflösung fest, öffnet das E-Mail-Programm und fügt die Bilder direkt ein. Auf der diesjährigen CeBIT in Hannover wird Agfa ScanWise in Europa erstmals vorgestellt.

### Papiere für Fotodruck

Agfa hat seine Palette hochwertiger Papiere und Folien für den Tintenstrahldrucker um das doppelseitig bedruckbare AgfaJet Photographic-Papier erweitert. Die Anwender können auswählen, ob sie die seidenmatte oder die Seite mit glänzender Oberfläche für die fotorealistische Reproduktion ihrer Bilder verwenden wollen. höl

# Keine Kanten – nur Übergänge

Eine Aufgabe der Bildbearbeitung, die sich bisher allen einfachen Lösungen standhaft verweigert hat, besteht darin, Haare und halbtransparente Bereiche freizustellen. Aufwendige Bluescreen-Techniken können teilweise weiterhelfen, müssen aber schon beim Fotografieren zum Einsatz kommen und eignen sich prinzipiell nicht für Außenaufnahmen. So mußte denn bislang viel Handarbeit in die Freistellung von Portraits und ähnlichen Motiven investiert werden. Unter dem Motto „Keine Kanten – nur Übergänge“ hat das US-Softwarehaus Ultimatte sich nun dieses Problems angenommen und verspricht mit seiner neuen KnockOut-Software eine halbautomatische Lösung.

Zunächst zu den Voraussetzungen: KnockOut läuft nur auf Power-Macs, die Windows-Welt bleibt vorerst noch außen vor. Dabei stellt die Software einige Anforderungen an die Ausstattung des Rechners. Man benötigt das Achtfache der Bildgröße als freien Arbeitsspeicher, um mit KnockOut arbeiten zu können, bei einem 10-MB-Bild also gut 80 MB Ram. Zwar kann man auch mit dem Fünffachen bereits Bilddateien öffnen, es sind dann aber nicht alle Funktionen verfügbar. Dies beschränkt die Anwendung des Programms auf relativ kleine Bilder oder



## Ultimatte KnockOut unter der Lupe

fantastisch ausgestattete Rechner. Für die Bearbeitung von A4-Seiten sollten schon über 200 Megabyte verfügbar sein. Als Input akzeptiert KnockOut ausschließlich RGB-Dateien im Photoshop-Format. Wer von seinem Scanner direkt CMYK-Daten bezieht, muß die Bilder hin und her konvertieren. In der Handhabung ist KnockOut stark an Photoshop angelehnt. Die Tastaturkürzel entsprechen sich, so daß der Einstieg in das Programm leichtfällt. Im Mittelpunkt stehen zwei Lasso-Werkzeuge, mit denen man die innere und äußere Kontur des Motivs zeichnet. Besonders elegant ist dies aber nicht gelöst. Wie beim Photoshop-Lasso, muß man in einem Zug das gesamte Objekt umfahren, was nur selten befriedigend gelingt. So wird man in der Praxis meist eine grobe Kontur erstellen und dann Stück für Stück die Auswahl optimieren. Man kann mit den Lassos leben – ein pfadähnliches Werkzeug wäre aber sicherlich die bessere und angenehmere Lösung gewesen. In dem Bereich zwischen den beiden gezeichneten Konturen nimmt KnockOut die eigentliche Arbeit auf und erzeugt einen Freisteller. Dieser weist

nun keine harte Kante auf, sondern nutzt die gesamten Bildinformationen, um eine Halbtonmaske zu erstellen und auf diese Weise weiche Übergänge und Transparenzen zu realisieren. Für Problemfälle stehen weitere Werkzeuge zur Verfügung. Etwa ein „Spritzbesteck“ (leider lag uns nur eine englische Version vor, dort heißt es „Syringe Tool“), mit dem man lokal ausgewählte Farbtöne hinzufügen oder entfernen kann. Bilder, bei denen sich objektiv Vorder- und Hintergrund nicht unterscheiden, kann man mit einer weichen Auswahlkante optimieren, die zu einem realistischeren Freisteller führt. Als Besonderheit bietet KnockOut darüber hinaus die Möglichkeit, bestehende Schatten zu erhalten und für ein späteres Composing nutzbar zu machen. Auch hier erzeugt man eine innere und eine äußere Linie, anhand derer dann der Freisteller des Schattens erzeugt wird. Hat man alle Konturen gezeichnet, kann man das Bild berechnen lassen, wobei vier Komplexitätsgrade zur Verfügung stehen. Wo die Unterschiede zwischen ihnen liegen, wird allerdings auch nach Lektüre des Handbuchs

nicht völlig klar. Das Programm unterstützt aber eigene Versuche, da man immer wieder zur Originalversion zurückkehren kann, um die Konturen zu korrigieren oder eine andere Berechnungsmethode zu wählen. So kann man sich Schritt für Schritt an das ideale Ergebnis herantasten, was eine große Erleichterung für die praktische Arbeit ist. Zudem kann man sich das Resultat mit verschiedenen Hintergrundfarben anzeigen lassen oder auch nur den Alphakanal am Monitor betrachten. Die Arbeitsdatei kann man in einem Knock-Out-eigenen Format sichern, den Freisteller speichert man als Alphakanal zusammen mit den Bilddaten für die Weiterverwendung in Photoshop.

Bei den mitgelieferten Beispielbildern erzielt KnockOut Resultate, die herausragend sind. Selbst feinste Haarspitzen vor unruhigem Hintergrund werden von der Software erkannt und freigestellt. Stärken beweist die Software auch bei transparenten Objekten, wie Glas und Wasser. Auch mit viel Know-how und jeder Menge Zeit könnte man in Photoshop keine gleichwertigen Ergebnisse realisieren. Aber was bei Präsentationen beeindruckt, muß noch keineswegs im wirklichen Leben funktionieren. Wie also verhält sich die Software bei anderen, zufällig ausgewählten Bilddateien?

Problematisch sind Bilder, die Störungen aufweisen. Dies kann das Korn des Films sein oder das digitale Rauschen des Flachbettscanners oder der Digitalkamera. Die Ultimatte-Software mag solche Bilder überhaupt nicht. Auch bei relativ klaren Konturen bleiben immer einzelne Pixel erhalten, und die Umgebung des Freistellers wirkt dann gesprenkelt. Man sollte also darauf achten, möglichst glatte Bilder zu verwenden und schon beim Digitalisieren eine zu starke Schärfung vermeiden.



Foto: PhotoDisc



Bilder, die beim Einscannen geschärft wurden oder aus anderen Gründen eine Körnung aufweisen, stellen Ultimatte vor Probleme. Der Freisteller (rechts) wirkt gesprenkelt.

Der nachträgliche Einsatz von Filtern, um das Bild zu glätten, ist dagegen kaum empfehlenswert, da die Bildqualität zu stark darunter leidet.

Man muß sich auch klar darüber sein, daß KnockOut Übergänge und eben keine Kanten produziert. Hat man harte, technische Konturen, sollte man besser einen Pfad um das Objekt legen. Seine Stärke beweist das Programm eindeutig bei filigranen, unscharfen Übergängen.

Völlig rätselhaft bleibt die Tatsache, daß KnockOut beim Sichern des Bildes den Hintergrund mit Schwarz füllt. Die ursprünglichen Bildinformationen gehen damit verloren, und man kann somit in Photoshop den KnockOut-Freisteller nicht mehr bearbeiten und korrigieren. Oftmals mag aber genau dies notwendig sein. Warum Ultimatte – ohne Not – diesen Weg verbaut, bleibt unklar. Zwar kann man auch hierfür einen Photoshop-Workaround finden, aber warum kompliziert, wenn es auch einfach geht?

## Fazit

Bei aller Kritik und allen Verbesserungsvorschlägen bleibt festzuhalten, daß Ultimatte KnockOut ein ganz hervorragendes Werkzeug ist, um komplexe Freisteller zu erzeugen. Die Ergebnisse setzen Maßstäbe und übertreffen alles, was man mit Photoshop erreichen könnte, bei weitem. Das Programm stellt eine wirklich innovative Lösung dar, um Haare und transluzente Objekte freizustellen. Allerdings muß man sich über die Beschränkungen, sei es beim Arbeitsspeicher oder bei den Anforderungen an die Bilddateien, im klaren sein. Bei einem Preis von rund tausend Mark wird KnockOut auch wohl denjenigen vorbehalten bleiben, die professionell und regelmäßig mit der Erstellung komplexer Freisteller zu kämpfen haben. Hennig Wargalla

## Kurzinfo KnockOut 1.0

### Kategorie

Freistellsoftware

### Hersteller

Ultimatte (www.ultimatte.com)

### Vertrieb

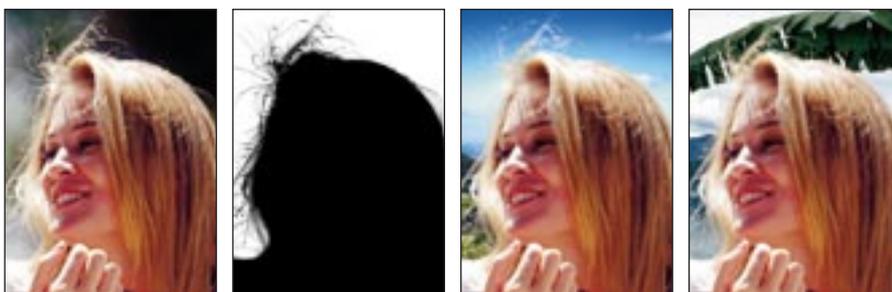
Compare GmbH, 60386 Frankfurt/M.

### Preis

1.250 DM inkl. MwSt.

### Systemvoraussetzungen

Power-Mac mit genügend freiem Arbeitsspeicher, um das Achtfache der jeweiligen Bildgrößen aufzunehmen



Ultimatte erstellt anhand der inneren und äußeren Kontur des Originalbildes (1.) einen Alphakanal. Damit ist es kein Problem, das Motiv vor jeden neuen Hintergrund zu plazieren.

# Beeindruckender Branchentreff bei

## Hubert Rothärmel

**Hubert Rothärmel, Vorstandsvorsitzender der Neumüller CeWe Color Stiftung und der CeWe Color Holding AG sowie Beiratsmitglied der Wöltje/Ivema-Gruppe, wurde am 5. Februar 1999 60 Jahre alt. Die Oldenburger Unternehmensgruppe nutzte das Ereignis, um bei einem festlichen Empfang einen gelungenen Branchentreff zu ermöglichen.**

Über die Verdienste von Hubert Rothärmel, der nach mehr als 30jähriger Zusammenarbeit mit dem Unternehmensgründer, Senator Heinz Neumüller, nach dessen Tod seit November 1998 die Unternehmensgruppe CeWe Color mit über 3.200 Beschäftigten in der Nachfolge des verstorbenen Senators Heinz Neumüller leitet, herrschte unter den Festrednern eine nicht überraschende Einigkeit. Sowohl der Oldenburger Oberbürgermeister als auch Agfa Vorstandsmitglied Friedrich Hujer als Stellvertretender Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes und CeWe Color Vorstandsmitglied Dr. Rolf Hollander hoben die Gradlinigkeit und Verlässlichkeit des Jubilars hervor, zu der sich eine gute Portion sportlicher Ehrgeiz gesellt. Wer Hubert Rothärmel kennt, weiß, daß



*Friedrich Hujer, Vorstandsmitglied der Agfa-Gevaert Gruppe und Stellvertretender Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes, hob die Verdienste Rothärmels für die ganze Fotobranche hervor.*



*Für die Mitarbeiter der CeWe Color Gruppe würdigte Vorstandsmitglied Dr. Rolf Hollander die langjährige Arbeit des Jubilars.*

er um seine eigene Person am liebsten wenig Aufheben macht. Der Mann aus schwäbischer Familie mit den Manieren eines hanseatischen Kaufmanns hat seit über drei Jahrzehnten die Geschichte der CeWe Color Gruppe mit-

geprägt, in die er Mitte 1968, zunächst als Assistent, dann als Stellvertreter von Heinz Neumüller, einstieg. Zuvor hatte er fünf Jahre in Hamburg im internationalen Industrieanlagen-geschäft gearbeitet und in dieser Zeit wichtige



*Von rechts: Friedrich Hübener (Tetenal), Masao Kimura (Konica Europe) und Thomas Blömer (imaging+foto-contact).*



*Auch Spector Vorstandsvorsitzender Johan Mussche gratulierte seinem Wettbewerber Hubert Rothärmel.*



*Ringfoto Manager Michael Gleich (links), Hubert Gröver (rechts) und Michael Korn (Agfa Deutschland).*

# CeWe in Oldenburg wurde 60

Erfahrungen gewonnen, die er bei vielen CeWe Color Projekten mit Erfolg anwenden konnte.

Seit 1973 ist Hubert Rothärmel Gesellschafter und Geschäftsführer von CeWe Color. 1992 war er einer der Gründungsaktionäre der CeWe Color Holding AG und ihr erster Vorstandsvorsitzender.

Zugleich bekleidete er das Amt des Stellvertreters von Heinz Neumüller im Vorstand der Neumüller CeWe Color Stiftung.

In seinen Dankesworten an die Gratulanten hob Rothärmel die langjährige Zusammenarbeit mit dem Gründer der Unternehmensgruppe, Heinz Neumüller, hervor, dem er persönlich

und geschäftlich viel zu verdanken habe. Die Gründe für seinen Erfolg sieht der Generalist, der seine besondere Liebe zu den Auslandsaktivitäten der Gruppe entwickelt hat, in der richtigen Mischung von Freude an



*Hubert Rothärmel konnte an seinem 60. Geburtstag zahlreiche Gratulanten aus der Fotobranche begrüßen.*



*Ehepaar Rothärmel und Franz Wagner (Fujifilm).*

Aufgaben und Menschen, motivierender Delegation sowie richtiger Planung, dazu Fleiß und ein wenig Glück. Der ehemalige Leistungssportler will sich auch in Zukunft mit seinem Lebensmotto „Suaviter in modo, fortiter in re“ (sanft in der Art, hart in der Sache) den Herausforderungen des Wettbewerbs stellen und dabei, wie er betonte, auch Niederlagen akzeptieren, aber doch lieber in der Mehrzahl der Fälle als Sieger vom Platz gehen.



*CeWe Color Gesellschafter Werner Ritter von Stein (rechts), Heinz Bindseil (links), Frank Kaspras und Agfa Vorstandsmitglied Friedrich Hujer.*



*Kodak Vorstandsmitglied Dieter Werkhausen.*



*Günther Poss (links) und Siegfried Steinkamp (CeWe Color Mönchengladbach).*

## Neues Stabilisierbad aus der ergoline Familie

Tetenal hat ein neues C-41 Stabilisierbad aus der ergoline Familie vorgestellt: Das STAB-BNP (Artikel-Nummer 102892) für zwölf Mal zehn Liter ist ebenso geruchlos und einfach zu handhaben wie die anderen ergoline Produkte. Es ersetzt den bisherigen Artikel STAB-BNP (Artikel-Nummer 102890), der ab sofort nicht mehr geliefert wird. Sämtliche Para-



meter wie Regenerierate, Zeit und Temperatur sowie die Ansatzvorschrift bleiben unverändert, so daß die Umstellung durch einfaches Zuregenieren vorgenommen werden kann. Unverändert blieb auch der Preis für das neue Produkt.

## Foto-Automaten sichern zusätzliche Einnahmen

Für Fotohändler in stark frequentierten Lagen wie Bahnhöfen, U-Bahn-Stationen, Touristenattraktionen, Multiplex-Kinos etc. bieten Foto-Automaten eine zusätzliche Einnahmequelle. Eine Reihe dieser Automaten hat SPIE digitalfoto jetzt ins Sortiment aufgenommen. Es gibt sie in verschiedenen Auslegungen, zum Beispiel als reine Paßbildautomaten oder zur Produktion von Stickern und Fun-Porträts, die derzeit vor allem bei einer jungen Käufergruppe hoch im Kurs stehen. Betrieb und Wartung eines derartigen Gerätes sind problemlos, da im Normalfall lediglich das Verbrauchsmaterial (Papier für den Drucker) nachgelegt zu werden braucht. SPIE berät Interessierte auch über Standortfragen und hält eine Hotline für sofortige Hilfe bereit.



## Carl Zeiss baut Supertele für Hasselblad-Kameras

Mit dem neuen Tele-Superachromaten FE 2,8/300 mm T\* fertigt Carl Zeiss ein Spitzenobjektiv für Hasselblad Kameras. Das Objektiv beeindruckt durch beste Werte in puncto Auflösung, Farbwiedergabe, Kontrast und Reflexfreiheit. Mehrfach werden hochwertige Sondergläser mit anomaler Teildispersion eingesetzt. In Kombination mit dem speziell gerechneten Konverter Apo-Mutar 1,7XE T\* ergibt sich ein Superteleobjektiv 4,8/500 mm. Über die neuentwickelte spielfreie Innenfokussierung ermöglicht das Objektiv eine kürzeste Aufnahmeentfernung von 2,5 Metern. Weitere Kennzeichen sind die drehbare Stativschelle mit Hasselblad Schnellkupplungsplatte, präzise Einschubfilter und die integrierte Streulichtblende. Das Objektiv ist uneingeschränkt an den Hasselblad Kameras 202FA, 203FE und 205CC sowie an der älteren 2000er-Serie und der 201F verwendbar. Es kommt im Juni auf den

Markt und wird als Telephoto Power-Pack im Set mit Apo-Mutar 1,7XE, Neutral- und Polfilter im stabilen Alukoffer verkauft. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet rund 34.000 DM.

## Steiner Optik stellt Fernglas Rallye 7 x 50 vor

Steiner Optik hat das Fernglas Rallye 7x 50 neu im Programm. Es eignet sich als Universalglas für die unterschiedlichsten Einsatzbereiche. Große Objektivdurchmesser von 50 Millimetern bewirken eine hohe Lichtstärke und eine hohe Dämmerungszahl. Das Glas ist mit einer mehrschichtvergüteten



Spezialoptik ausgestattet. Zur weiteren Ausstattung gehören Einzelokulareinstellung mit Brillenträgerokularen, Regenschutzdeckel, Tragegurt und Objektivschutzkappen. Das Glas ist staub- und wasserdicht.

## Kompaktes Zoom-Fernglas 7-21 x 21 von Danubia

Die Dörr GmbH hat das kompakte Zoom-Fernglas Rubin 7-21 x 21 von Danubia ins Programm aufgenommen. Es zeichnet sich durch kom-



pakte Abmessungen und das Gewicht von 275 Gramm aus. Der Benutzer kann mit einem kleinen Hebel die gewünschte Vergrößerung einstellen.

Die Optik ist ausgerüstet mit MC-vergüteten BaK-4 Prismen. Die Linsen sind außen mehrfach in besonders reflexfreier Rotvergrüung beschichtet. Das Fernglas besitzt eine grau und schwarz abgesetzte Gummierung, die es vor Schlägen, Stößen, Spritzwasser und Schmutz schützt. Die genoppte Oberseite gewährleistet einen sicheren Halt. Das Gesichtsfeld des neuen Danubia Fernglases beträgt, je nach Vergrößerung, zwischen 38 und 84 Meter auf 1.000 Meter.

## Neue Akkus und Ladestation bei Hama

Hama hat neue, wiederaufladbare Alkaline-Batterien ins Sortiment aufgenommen. Sie bieten eine Spannung von 1,5 V und können dank Nickelmetall-



hydrid-Technologie (NiMH) problemlos ohne „Memory-Effekt“ wiederaufgeladen werden. Die neuen Energiezellen gibt es im Viererset in den Größen Mignon (AA) und Micro (AAA). Außerdem bietet das Unternehmen mit der Alkaline 520 eine neue Ladestation für ein bis sechs AA- und AAA-Akkus an. Sie zeichnet sich durch die Ausstattungsmerkmale Ladestromanpassung, Ladestatuskontrolle und Erhaltungsladung aus.

## Einbeinstative von Statec jetzt lieferbar

Drei Ganzmetall-Einbeinstative, die die Mainzer Statec Foto + Medien Zubehör GmbH auf der photokina 98 als Proto-

typen vorgestellt hat, sind jetzt lieferbar. Unter der Marke Connect Mono Axis sind zwei kompakte und stabile Einbeinstative mit 90° Twist-Auszugstechnik lieferbar. Beide Modelle sind mit Moosgummihandgriff und 1/4"-Kameragewinde ausgestattet. Das Modell C2100-S besitzt zusätzlich einen integrierten CenterBall CB 24 des deutschen Herstellers FLM. Das Einbeinstativ PowerTwist PT 535 wird komplett von FLM gefertigt. Es besteht aus leichtem, hochfestem Aluminiumrohr. Der integrierte CenterBall CB 18N ermöglicht Hochformataufnahmen und große Bewegungsfreiheit. Die neuartige 10°-Twist-Extender-Feststelltechnik sorgt für schnelles Einstellen der gewünschten Arbeitshöhe.

## Sechsfach-Lupe von Rodenstock bei Tetenal

Rodenstock hat sein Lupenprogramm, das von der Tetenal Vertriebsgesellschaft geliefert wird, um eine asphärische Sechsfach-Lupe mit Mehrschichtvergütung des optischen Systems er-



weitert. Sie besitzt eine Bilddiagonale von 55 mm und zeichnet sich durch hohe Schärfe, Kontrastreichtum und Verzeichnungsfreiheit aus. Ein integrierter Wechseltubus ermöglicht den Einsatz für Aufsicht- und Durchsichtvorlagen. Das verstellbare Okular ermöglicht einen Dioptrienausgleich von +1,0 bis -2,0 Dioptrien.

## Concord stellt kleine Einwegkameras vor

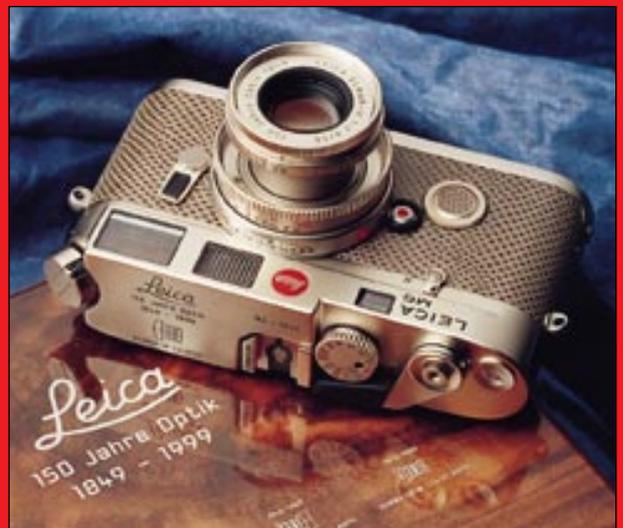
M30 Ultramini und M50 Ultramini heißen die beiden kleinen APS-Einwegkameras, die die Concord Camera GmbH vorgestellt hat. Sie haben die Abmessungen 106 x 26 x 55 mm, sind mit



einem ISO 400/27°-Film geladen und besitzen ein Fixfocus-Objektiv 8/24 mm, das scharfe Aufnahmen ab einer Motiventfernung von 1,20 m im HDTV- oder Panoramaformat ermöglicht. Beide Kameras arbeiten mit Verschlusszeiten von 1/80 bis 1/125 Sek. Das Modell M50 Ultramini besitzt außerdem ein integriertes Elektronenblitzgerät.

## Leica produziert Sonderserie der M6

Für die Sonderserie „150 Jahre Optik“ hat die Leica Camera AG 150 platinierte Modelle der Meßsucher-Systemkamera Leica M6 produziert. Jede Kamera der Sonderserie erhält die Gravur einer Jahreszahl der Jahrgänge von 1849 bis 1999. Zudem werden der Titel der Serie und ein Linsenschnitt des zugehörigen Objektivs eingraviert. Jeweils 30 Kameras werden mit einem der fünf folgenden Objektive ausgeliefert: Elmar-M 2,8/50 mm, Summicron-M 2/50 mm, Summilux-M 1,4/50 mm, Summicron-M 2/35 mm ASPH und Summilux-M 1,4/35 mm. Mit dem Sondermodell erinnert das Unternehmen an die Gründung des „Optischen Instituts“ durch Carl Kellner vor 150 Jahren (im Juli 1849), die zugleich der Beginn der optischen Industrie in Wetzlar war. Dieses Institut wurde 1869 von Ernst Leitz übernommen, der es zur Ernst Leitz Wetzlar GmbH ausbaute. Deren 1924 gegründeter Fotobereich wurde 1988 zur heutigen Leica Camera AG verselbständigt.



Die neu vorgestellten digitalen Dienstleistungen und die bereits bekannten Angebote, wie die Kodak Photo CD (beinhaltet hoch aufgelöste Scans bis zu 2048 x 3072 Pixel, die über Farbmanagementsysteme von Kodak konvertiert

werden) und die Kodak Picture Maker Station (über ein Update können die derzeit 700 in Deutschland vorhandenen Stationen, für die neuen Photonet Online Dienstleistungen genutzt werden), eröffnen für den Fotohandel

eine Reihe von zusätzlichen Vermögenmöglichkeiten und demonstrieren gleichzeitig die Kompetenz des Fachhändlers in bezug auf digitale Dienstleistungen.

höl

## Digitale Dienstleistungen geben Amateurfotografie neue Impulse

Interview mit Gunter Plapp, Kodak Consumer Imaging

**imaging+foto-contact: Welche Möglichkeiten bieten die neuen digitalen Dienstleistungen für den Endverbraucher?**

Gunter Plapp: Zusätzlich zur Entwicklung der Filme und der Bestellung der Papierbilder können Fotoamateure ab dem Frühsommer zwei neue digitale Dienstleistungen in Anspruch nehmen. Beim PhotoNet Online Service werden die Bilder über Hochleistungs-Scanner digitalisiert und in einem leistungsstarken Server für 30 Tage gespeichert (gegen Aufpreis können die Bilder weitere Monate verfügbar bleiben). Mit seinem Fotoauftrag bekommt der Kunde eine Karte mit individuellen Schlüsseldaten, mit denen er Zugang über das Internet erhält. Der Verbraucher kann dann seine Bilder auf den heimischen PC laden, per E-Mail verschicken oder sich Abzüge im Kodak Labor anfertigen lassen. Weiterhin kann er mit der Weitergabe der entsprechenden Schlüsseldaten seine Bilder auch mit Freunden und Verwandten teilen. Die zweite Möglichkeit betrifft die Digitalisierung von Bildern auf einer CD. Auf der Picture CD können bis zu 40 Bilder in einer Auflösung von 1536 x 1024 Pixeln geschrieben werden. Die CD beinhaltet bereits attraktive Software-Anwendungen zur Bildbearbeitung.

**imaging+foto-contact: In welchem preislichen Rahmen werden sich die digitalen Dienstleistungen bewegen?**

Gunter Plapp: Kodak rechnet damit, daß dem Verbraucher für den Photonet Online Service 14,95 DM berechnet werden. Darin enthalten ist die Digitalisierung der Bilder ebenso wie deren Bereitstellung über einen Zeitraum von 30 Tagen im Server des Labors. Der Preis für die Picture CD wird bei ca. 20 DM liegen.

**imaging+foto-contact: Welches Potential versprechen Sie sich von den neuen digitalen Dienstleistungen?**

Gunter Plapp: Erfahrungen in den USA haben gezeigt, daß die Anwender den PhotoNet Online Service für die Bild-Kommunikation mit Freunden und Verwandten nutzen. Konkret bedeutet dies, daß über das Internet Freunden und Verwandten in fernen Ländern oder Städten der Zugang zu Bildern der gemeinsamen Geburtsparty oder von Opas 80. Geburtstag ermöglicht wird. Wie Markterhebungen zudem zeigen, ist die Zahl der Internet-Nutzer in Deutschland allein im letzten Jahr um 40 Prozent auf 6,9 Millionen gestiegen. Gleichzeitig nimmt die Verbreitung von CD-Laufwerken rapide zu. Weltweit werden 1998 rund 9 Millionen PCs mit

CD-Laufwerken ausgestattet sein. Diesen Zielgruppen können wir zusammen mit dem Fachhandel ab Mai ein attraktives Angebot machen.

**imaging+foto-contact: Was macht Sie optimistisch, daß die neuen Services akzeptiert werden?**

Gunter Plapp: Das wichtigste Argument ist, daß sich der Verbraucher auf keine neue Aufnahmetechnologie einstellen muß. Er fotografiert wie bislang mit seinem herkömmlichen Fotoapparat, bestellt seine Bilder wie gewohnt über den Fotohandel und hat nun zusätzlich die Möglichkeit, sich durch die Digitalisierung der Bilder neue Anwendungsbereiche zu erschließen. Diese liegen sowohl im privaten als auch im beruflichen Bereich.

**imaging+foto-contact: Welche Chancen ergeben sich durch die digitalen Dienstleistungen für den Fotohandel?**

Gunter Plapp: Die neuen digitalen Dienstleistungen werden in enger Zusammenarbeit mit dem Fotohandel aufgebaut. Der PhotoNet Online Service ebenso wie die Kodak Picture CD laufen über den Handel, der mit den Kodak Laborbetrieben zusammenarbeitet. Daraus ergeben sich für den Fotohandel attraktive Umsatz- und Renditechancen. Weitere Schritte für den Ausbau der digitalen Dienstleistungen im Handel sind in Planung. Über 700 sogenannte Kodak Picture Maker Stationen, bekannt unter dem Namen Image Magic Station, können von den Händlern für die Internet-Verbindung aufgerüstet werden. Damit können die Fotoamateure, die keinen eigenen PC zu Hause haben und über keinen eigenen Internet-Anschluß verfügen, die Leistungen des Kodak Photonet Service auch vor Ort beim Handel in Anspruch nehmen. All dies zeigt: Digitale Dienstleistungen werden der Amateurfotografie und damit auch dem Fotohandel in den kommenden Jahren neue wichtige Impulse geben.



# Für Einsteiger und Fortgeschrittene

## Neue Digitalkameramodelle von Kodak



**Anlässlich einer Pressekonferenz in München am 2. Februar dieses Jahres präsentierte die Kodak AG drei neue Digitalkameras für den Consumer Bereich. Vorge stellt wurden sie von Kodak General Business Manager Digital & Applied Imaging, EAMER, Pierre Schaeffer.**

Mit den neuen Modellen verfolgt Kodak zwei Ziele. Zum einen ist man bemüht, den wachsenden Ansprüchen der geschäftlichen Anwender von Digitalkameras gerecht zu werden. Zum anderen soll gerade Neueinsteigern ein preisgünstiger Zugang in die Welt der Digitalfotografie ermöglicht werden. Neben dem Preis ist die Auflösung wichtigster Faktor für die Kaufentscheidung. „Die

Megapixel-Bildqualität ist der neue Standard der digitalen Fotografie“, brachte Pierre Schaeffer die hohen Erwartungen der Konsumenten auf den Punkt.

Das Feedback ihrer Kunden auf die DC260 hat Kodak bei der Konzeption und Realisierung der erweiterten neuen Version, der DC265 Zoom, mit einfließen lassen. Kodaks DC265 Zoom zeichnet sich durch eine Auflösung von 1,6 Millionen Pixeln, ein 6-fach Zoom und zusätzliche digitale Features wie beispielsweise die Komprimierungsstufe „Super“ für eine weniger starke Komprimierung der Bilder aus. Weitere Ausstattungsmerkmale sind eine verringerte Einschalt- und Bildfolgezeit, eine 16 MB Compact Flash Wechselspeicherkarte und ein standardmäßig mitgeliefertes Batterieaufladegerät. Wie das

Vorgängermodell DC260, ist auch die DC265 Zoom mit „intelligenten“ Funktionen wie Texteditor und Tonaufnahme ausgestattet. Mit eigens für die Kamera entwickelten Software-Anwendungen, den sogenannten „Scripts“, läßt sich die Digitalkamera in komplette digitale Workflows einbinden. Die DC265 ist ab April dieses Jahres zu einem Endverbraucherpreis von ca. 2.099 DM erhältlich.

Für Anwender, die Wert auf Schnelligkeit bei der Bild-

aufnahme legen, ist die Kodak Digitalkamera DC240 konzipiert worden. Bereits in weniger als 2,5 Sekunden nach dem Einschalten ist sie betriebsbereit.



*Pierre Schaeffer, Regional Business Manager Kodak Digital & Applied Imaging, EAMER, präsentierte in München die neuen Digitalkameras seines Unternehmens.*

Die Bildfolgezeit beträgt 2,5 Sekunden. Die DC240 erreicht eine Auflösung von 1,3 Millionen Pixeln. Sie ist mit einem integrierten Blitz, Autofocus und einem Makromodus (für Nahaufnahmen bis 25 cm) sowie einem 3-fach optischen und 2-fach digitalen Zoom ausgestattet. Die DC240 ist ab April zu einem speziellen Einführungspreis von 1399 DM erhältlich.

Einen günstigen Preis und eine Megapixelqualität bietet Kodaks Einsteigermodell DC200 Plus. Die Digitalkamera wird ca. 699 DM kosten und bietet dafür eine Auflösung von 1152 x 864 Pixeln. Sie ist mit einem Farbdisplay, integrierten Blitz und einer 4 MB Speicherkarte ausgestattet. Die Kodak DC200 Plus ist mit einem Kodak Ektanar Objektiv versehen. Funktionen wie Verschlusszeiten, Blende und Schärfe werden von der Kamera automatisch ausgewählt. höl



*Die Megapixelkamera DC240 von Kodak zeichnet sich durch ihre Schnelligkeit aus.*



**Ulrich Vielmuth**

**Feature** Fernsehfilm von 30 bis 45 Minuten Länge, in dem ausführlich in pointierter Weise Informationen über ein Thema in aufgelockerter Berichtsform mitgeteilt werden.

**Feuchtigkeitssensor** Unter der Bezeichnung „Humid“ besitzen professionelle Camcorder eine

Feuchtigkeitswarnanzeige, die aber auch bei besseren Consumer-Camcordern vorhanden ist und das Gerät abschaltet oder durch Blinken warnt.

**Fliegender Löschkopf** Rotierender Löschkopf auf der Kopftrommel. Im Gegensatz zum statischen Löschkopf bei älteren Videorecordern/Camcordern wird die exakte Löschung des aufgezeichneten Bildsignals durchgeführt und saubere, störungsfreie Szenenanschlüsse realisiert.

**Fluidkopf** Aufwendiger Stativkopf, dessen Gelenkkugel in einem speziellen visko-elastischen Öl gelagert ist. Dadurch werden professionell anmutende, ruckfreie und gleichmäßige Schwenks ermöglicht.

**Freeze** „Einfrieren“ eines Phasenbildes zum Standbild. Digitale Speicherung eines Videobildes.

**Fuzzy Logic** Wörtlich übersetzt: „Unschärfe Logik“. Diese bei der automatischen Belichtungssteuerung oder dem Autofocus angewandte Technologie soll die Bewältigung von solchen für die digitale Elektronik komplizierten Aufgabenstellungen befriedigend lösen können.

**Gummilinse** Fachjargon für den Zoom.

**Harter Schnitt** Direktes Aneinandersetzen von Kamera-Einstellungen.

**Hartes Licht** Lichtgestaltung mit nur einer Leuchte, so daß sich ein starker Schatten ergibt.

**High Density** Bezeichnung für Magnetbänder mit besonders hoher Aufzeichnungsdichte.

**Highband** Bezeichnung für verbesserte Video-Systeme mit größerer Videofrequenzbreite (Hi8).

**High-Speed-Shutter** Elektronischer Hochgeschwindigkeitsverschluss bei Camcordern zur schrittweisen Verkürzung der Belichtungszeit. So können sich sehr schnell bewegende Personen oder Fahrzeuge mit z. B. 1/1000 Sekunde Belichtungszeit trotzdem scharf abgebildet werden. Dadurch werden Standbildwiedergabe und Slow-Motion-Betrieb deutlich schärfer.

**Hosiden Buchse/Stecker** Vierpoliger Rundstecker/-buchse, auch S-Video Buchse/Stecker genannt.

**Hybridschnitt** Der Hybridschnitt bietet die ideale Kombination von linearem und nonlinearem Schnitt. Dabei kann zunächst offline mit verminderter Qualität auf der Festplatte

## Videolexikon (2)

geschnitten und bearbeitet werden, um dann den eigentlichen Schnitt in voller Qualität mit der Originalkassette aus dem Camcorder von Band zu Band auszuführen. Oder: Es werden nur die Videosequenzen auf der Festplatte gespeichert, die anschließend mit Titeln, Grafiken und Animationen gemischt oder mit Überblendeffekten versehen werden sollen. Einstellungen, die durch harte Schnitte getrennt sind, brauchen nicht digitalisiert zu werden. Das Ergebnis ist eine Schnittliste, die sowohl Einstellungen von dem Zuspeler als auch von der Festplatte beinhaltet. Dadurch werden Festplattenkapazität und Rechenzeit gespart. Voraussetzung für den Hybridschnitt ist jedoch eine entsprechende Schnitt- und Nachbearbeitungs-Software.

**IEEE 1394** Fast alle digitalen Consumer-Camcorder besitzen einen digitalen Ausgang für die direkte serielle Übertragung der DV-Videosignale. Diese digitale Schnittstelle ist nach dem DV-Standard mit dem Codenamen IEEE 1394 genormt, auch FireWire genannt, der die Möglichkeiten für den digitalen Datentransfer beschreibt. Als universelle Schnittstelle können darüber digitale Informationen jeglicher Art übertragen werden. So wird es möglich, die Daten von den CCD-Chips der Kamera über den Editingprozeß bis hin zur Rückübertragung auf Band digital zu verarbeiten. Vorteil dieser Schnittstelle: Über nur ein Kabel ist die Kommunikation in beide Richtungen möglich. Die Empfehlung Nummer 1394 des „Institute of Electrical and Electronic Engineers“ (IEEE) wurde ursprünglich von Apple entwickelt, 1995 verabschiedet und gleichzeitig als offener Industrie-Standard freigegeben. Dieser Standard, dem sich bereits kurze Zeit später über 50 Unternehmen aus den unterschiedlichsten Industriebereichen angeschlossen haben, schlägt die Brücke zwischen der Unterhaltungselektronik und der Computerindustrie.

**i.LINK** Neuer Standard in der Hochgeschwindigkeitsübertragung digitaler Signale. Dabei macht i.LINK die Vernetzung mit nur einem Kabel möglich. Bessere Kompatibilität.

**Inch** International genormtes Längenmaß: 2,54 cm. Hat das angelsächsische Längenmaß Zoll mit gleicher Länge abgelöst. Übliches Maß für die Breite von Videobändern.

**Jitter** Zittern im Bild durch Gleichlaufschwankungen im Recorder.

**Jog/Shuttle** Handrad bei Videorecordern, die für den Schnitt konzipiert sind. Damit kann bildgenau die gewünschte Schnittstelle manuell angefahren werden.

**Komprimierung** Wegen der sehr hohen Datenmenge ist bei Digital Video (DV) die Datenkompression notwendig, um mit möglichst wenig Speicherplatz auszukommen und gleichzeitig die Datenübertragungsrate deutlich zu senken.

**LANC** Local Application Control Bus System. Normierte Fernsteuerung bei Videorecordern.

**LC-Display** Liquid-Crystal-Display. Extrem flacher Farbbildschirm mit Flüssigkristall-Anzeige. Geringer Stromverbrauch.

Letzter Teil des Lexikons in **i+fc** 4/99

## Voll erwischt

Daß Mitarbeiter klauen, ist kein Geheimnis. Daß sie dafür jetzt zur Kasse gebeten werden, auch nicht mehr. So hat ein Arbeitnehmer seinem Chef die notwendigen Detektivkosten zu ersetzen, wenn der Arbeitgeber den Privatermittler wegen eines konkreten Tatverdachts mit der Überwachung beauftragt hat und sein Mitarbeiter dann einer vorsätzlichen vertragswidrigen Handlung überführt wird (BAG – Urteil vom 17.9.1998 – 8 AZR 5/97).

## Leer erwischt

Arbeitnehmer sind regelmäßig gegen Arbeitsunfälle versichert. Ein Arbeitsunfall ist ein Unfall, den der Versicherte bei einer versicherten Tätigkeit erleidet. Als Arbeitsunfall gilt auch ein Unfall auf einem mit der versicherten Tätigkeit zusammenhängenden Weg nach und von dem Ort der Tätigkeit. „Das Auftanken eines Kraftfahrzeugs an einer unmittelbar am Heimweg gelegenen Tankstelle für den Weg zur Arbeit am nächsten Tag steht in der Regel nicht unter Unfallversicherungsschutz (BSG – Urteil vom 11.8.1998 – B 2 U 29/97 R).“ Hier handelt es sich um eine eigenwirtschaftliche, dem persönlichen Lebensbereich zuzuordnende Tätigkeit.

## Fast erwischt

Der gesetzliche Kündigungsschutz beginnt nach § 1 Abs. 1 KSchG mit dem siebten Monat der Betriebszugehörigkeit. Auf diese gesetzliche Wartezeit kann die Dauer eines früheren Arbeitsverhältnisses mit demselben Arbeitgeber angerechnet werden. Vorausgesetzt, daß zwischen dem neuen und dem alten Vertrag ein enger sachlicher Zusammenhang besteht. Um das festzustellen, muß man Anlaß und Dauer der Unterbrechung sowie die Art der Weiterbeschäftigung prüfen (BAG – Urteil vom 20.8.1998 – 2 AZR 76/98). Kündigt der Arbeitnehmer selbst, fängt er dann woanders an, kündigt er dort nach einigen Monaten wieder und bittet er dann seinen alten Arbeitgeber um einen neuen Job, fehlt der enge Zusammenhang.

## Doch erwischt

Darf ein Produktname für Software wegen entgegenstehender Markenrechte nicht verwendet werden, hat dieses Teil einen „Rechtsfehler“. Dafür

## Im Focus: Altersteilzeit. Ein Weg aus der Beschäftigungskrise?

**Der Ansatz:** Politik und Wirtschaft schließen ein Bündnis für Arbeit. In diesem Jahr soll es wirklich klappen. Spötter fragen schon, wo das letzte abgeblieben ist. Nun, was wir brauchen, ist ein Bündnis für Arbeitsplätze. Die müssen her. Dann klappt's auch mit der Arbeit. Sonst machen die Alten eben ihre Jobs für's jüngere Gemüse frei...

**Der Grundsatz:** Sozial ist eine Gesellschaft, in der jeder sein Auskommen hat. Anderen, die etwas haben, ohne adäquaten Ausgleich etwas zu nehmen und es an die zu verteilen, die es bis dahin nicht hatten, ist nicht sozial. Und woran liegt es, daß Altersteilzeit immer noch nicht *der* Renner ist? Weil einer etwas abgibt, ohne dafür einen 100-prozentigen Ersatz zu bekommen. Altersteilzeit ist eine Möglichkeit, kein Allheilmittel. Schon gar nicht ohne Vollkasko.

**Der Hauptsatz:** „Durch Altersteilzeit soll älteren Arbeitnehmern ein gleitender Übergang vom Erwerbsleben in die Altersrente ermöglicht werden (§ 1 Abs. 1 Altersteilzeitgesetz – ATG).“ Leistungen werden für Arbeitnehmer gewährt, die das 55. Lebensjahr vollendet, ihre Arbeitszeit nach dem 14. Februar 1996 auf Grund einer Vereinbarung mit ihrem Arbeitgeber auf die Hälfte der tariflichen Wochenarbeitszeit reduziert und innerhalb der letzten fünf Jahre vor Beginn der Altersteilzeitarbeit mindestens 1080 Kalendertage in einer versicherungspflichtigen Beschäftigung gestanden haben (§ 2 ATG mit weiteren Voraussetzungen).

**Der Nachsatz:** Arbeitgeber stehen mit ihren Altersteilzeitern nicht allein. Die Bundesanstalt für Arbeit (BAfA) sponsert den schleichenden Berufsausstieg (§ 4 ATG). Das geht natürlich nicht selbstlos. Deswegen müssen zuvor einige Punkte erledigt werden. So setzt der Anspruch auf Leistungen der BAfA u. a. voraus, daß der Arbeitgeber das Arbeitsentgelt für die Altersteilzeitarbeit um mindestens 20 Prozent dieses Arbeitsentgelts, jedoch mindestens auf 70 Prozent des um die gesetzlichen Abzüge verminderten Vollzeitarbeitsentgelts aufgestockt hat (§ 3 Abs. 1 Nr. 1 a) ATG).

**Der (gute) Vorsatz:** Ach ja, und wegen der beschäftigungspolitischen Wirkung gibt § 3 Abs. 1 Nr. 2 ATG vor: Der Arbeitgeber muß „aus Anlaß des Übergangs des Arbeitnehmers in die Altersteilzeitarbeit einen beim Arbeitsamt arbeitslos gemeldeten Arbeitnehmer oder einen Arbeitnehmer nach Abschluß der Ausbildung auf dem freigemachten oder auf einem in diesem Zusammenhang durch Umsetzung freigewordenen Arbeitsplatz versicherungspflichtig im Sinne des Dritten Buches Sozialgesetzbuch“ beschäftigen. Tut er das nicht, hat er auf Erstattungsleistungen nach § 4 ATG keinen Anspruch (§ 5 Abs. 2 ATG). Der Anspruch ruht auch während der Zeit, in der der Arbeitnehmer neben seiner Altersteilzeitarbeit Beschäftigungen oder selbständige Tätigkeiten ausübt, die die Geringfügigkeitsgrenze des § 8 des Vierten Buches Sozialgesetzbuch überschreiten, oder er auf Grund solcher Beschäftigungen Lohnersatzleistungen erhält.

**Der Schlußsatz:** Dieser Beitrag kann nicht das gesamte Thema „Altersteilzeit“ abhandeln. Wer sich für diese Beschäftigungsvariante interessiert, sollte sein Betriebsstätten-Arbeitsamt um Rat fragen. Von dort kommen weiterführende Hilfe und umfassende Merkblätter. Altersteilzeit müssen immer zwei wollen. Neben dem Arbeitgeber auch sein Mitarbeiter. Nun gibt es Arbeitnehmer, die ihre Leistung krankheitsbedingt ohnehin nicht mehr 100-prozentig schaffen. Diese wären vielleicht ganz froh, etwas kürzer treten zu können. Es gibt aber auch die, die ihren Job brauchen. Einmal wegen des Geldes, zweimal wegen des Selbstwertgefühls. Jedes Beschäftigungsverhältnis ist auch nicht altersteilzeitgeeignet. Man sollte sich trotzdem mal einen Kopf darüber machen. Vielleicht bringt's ja wirklich was.

gilt weder die kurze Verjährungsfrist des § 477 BGB (sechs Monate) noch die – unverzügliche – Rückpflicht des Kaufmanns aus § 377 HGB. Der Gewährleistungsanspruch zielt auf Beseitigung der Drittrechte. Der Kunde braucht sich nicht auf ein „Umlabeln“ einzulassen (OLG Köln – Urteil vom 18.9.1998 – 19 U 63/98).

## Knapp erwischt

Immer diese E-M@ils. Kaum ist man online, verstopft's einem schon den virtuellen Briefkasten. Nun meint aber auch das Landgericht Hamburg, daß E-Mail-Werbung außerhalb einer bestehenden Geschäftsbeziehung wettbewerbswidrig ist (Urteil vom 6.1.1998 – 312 O 579/97). Ausnahme: Der Empfänger hat zuvor ausdrücklich sein

Einverständnis mit dem M@iling erklärt.

## Nicht erwischt

Da streiten sich zwei um einen Betrag. Dann schickt der eine dem anderen ein schriftliches Vergleichsangebot und fügt gleich einen Scheck über eine „Micky-Maus-Summe“ bei. So ködert er seinen Partner, das Teil einzulösen. Glücklicherweise kommt damit nach Auffassung des OLG Karlsruhe jedoch kein Vergleich zustande (Urteil vom 12.6.1998 – 9 U 127/97). Aber Vorsicht! Sicherer wäre es gewesen, dem Knauser schriftlich mitzuteilen, daß man den Scheck unter Vorbehalt annimmt und weiter auf Zahlung der Restforderung besteht. Sonst bleibt man womöglich doch auf den „Peanuts“ hängen. **Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff**

## Franchise-Report Handel 1998/99

Nicht nur Existenzgründer profitieren vom anhaltenden Franchising-Boom. Markterprobte Franchise-Konzepte sind ebenso als Ergänzung des Produkt- und Dienstleistungsspektrums für bestehende Unternehmen interessant, und dies bei zumeist überschaubarem Risiko. Wenn Einzelhändler oder Dienstleistungsunternehmen zu Franchise-Nehmern werden, können hierfür verschiedene Gesichtspunkte ausschlaggebend sein. Eine Motivation ist die Sortiments- oder Leistungsdifferenzierung: Die Aus-



weitung der Unternehmertätigkeit auf neue und lukrative Marktsegmente soll dann Synergieeffekte für jedes einzelne Betätigungsfeld bringen. Auch kann mit der Gründung eines Franchise-Ladens eine neue Existenzgrundlage für die nachfolgende Unternehmergeneration geschaffen werden. Weiterhin kann es für ein seit Jahren bestehendes Unternehmen durchaus eine lohnende Alternative sein, sein eigenes Geschäft in ein Franchise-System einzubringen oder bei fehlender Unternehmensnachfolge das Unternehmen an ein Franchise-System zu verkaufen.

Nachdem das handelsjournal erstmals 1997 einen Marktüberblick über alle im Einzelhandel relevanten Franchise-Systeme erstellt hat, ist der Franchise-Report nun komplett überarbeitet, aktualisiert und um über 80 Franchise-Systeme ergänzt worden. Er enthält nunmehr einen Überblick über fast 300 Systeme, von denen mehr als 200 detailliert mit den wichtigsten Leistungs- und Kostendaten beschrieben sind. Im Report aufgeführt sind auch Dienstleistungskonzepte, die sich als Ergänzung für bestehende Einzelhandelsunternehmen – quasi als „zweites Standbein“ – eignen.

Darüber hinaus enthält der Report alle Adressen der Franchise-Zentralen und der jeweils zuständigen Ansprechpart-

ner. Checklisten zur Beurteilung von Franchise-Systemen und -Verträgen, eine Liste von Fachberatern, Literaturhinweise und wichtige Kontaktadressen und Informationsquellen runden die Marktübersicht ab.

Franchise-Report Handel 1998/99, Dipl.-Kfm. Udo Mett, Redaktion handelsjournal, 450 Seiten, Broschüre DIN A4, handelsjournal Leserservice, Köln.

### Neu aus dem Verlag Laterna magica: „Mehr Spaß an der Fotografie“

FotoTips heißt eine neue Reihe, die sich vor allem an den Hobbyfotografen, der mit einer Kompaktkamera oder einer einfachen Spiegelreflexkamera ausgestattet ist, wendet. Der Verlag Laterna magica startet die Reihe mit den Bänden „Familie und Freunde“, „Landschaften“ und „Tiere und Haustiere“.



Denn obwohl automatische Kameras den Fotografen einen Großteil der Arbeit abnehmen und schon für wenige Pfennige hervorragende Farbbilder beim Fotohändler zu bekommen sind, bedeutet dies nicht, daß die Fotos auch immer automatisch gut werden, wie jeder aus eigener Erfahrung leider bestätigen kann. Denn gerade, wenn es um ein besonderes Bild geht, versagt die auf Durchschnittliches geeichte Kamera des öfteren.

Rote Augen, ungünstige Bildausschnitte und falsche Belichtungen dürften nach der Lektüre dieser Bände der Vergangenheit angehören. Dabei erläutern die Autoren ihre Anregungen anhand des direkten Vergleichs von „richtigen“ und „falschen“ Bildern. Das klare didaktische Konzept sowie die leicht verständlichen Texte der erfahrenen Lehrbuchautoren sorgen für mehr Spaß und Erfolg beim Fotografieren. So werden aus „Knipsern“ Könner!

Thomas Maschke, Mehr Spaß an der Fotografie, Familie und Freunde, 1998, 72 Seiten, 102 farbige Abbildungen, 20 x 21 cm, geb., ISBN 3-87467-723-0, DM 29,80.

Thomas Maschke, Mehr Spaß an der Fotografie, Landschaft, 1998, 72 Seiten, 103 farbige Abbildungen, 20 x 21 cm, geb., ISBN 3-87467-722-2, DM 29,80.

Dieter Beckhusen, Mehr Spaß an der Fotografie, Tiere und Haustiere, 1998, 72 Seiten, 102 farbige und 3 s/w-Abbildungen, 20 x 21 cm, geb., ISBN 3-87467-724-9, DM 29,80.

### Günter Richter:

#### FotoGuide Nikon F60

Als Nachfolgemodell der Nikon F50 zeichnet sich die Nikon F60 durch ein neues Bedienkonzept aus. Obwohl sie im Rahmen des Nikon Reflexprogramms eigentlich als Einsteigerkamera eingestuft wird, kann man sie dank ihrer reichhaltigen Ausstattung auch als SLR-Kamera für anspruchsvolle, engagierte Hobbyfotografen bezeichnen. Von Vollautomatik über Programmautomatik und Motivprogramme bis zu Blendenvollautomatik, Zeitautomatik und Handeinstellung eröffnet sie alle Möglichkeiten. Eine weitere Dimension wird durch die Möglichkeit des Objektivwechsels geschaffen.

Das Buch zur Kamera verfolgt das Ziel, in leicht verständlicher Weise und ver-



bunden mit vielen wertvollen Tips für die Aufnahmepraxis auch dem technisch Unbewanderten den Weg zur sinnvollen Nutzung all dessen zu zeigen, was in der F60 steckt. Dabei kommt das umfangreiche Objektivprogramm ebensowenig zu kurz wie die Blitzlichtfotografie und geeignetes Zubehör.

Günter Richter, Fotoguide Nikon F60, 160 Seiten, ca. 200 Schwarzweiß- und Farbbildungen, Format 15 x 21 cm, Pb., vfv Verlag für Foto, Film und Video, Gilching 1998, ISBN 3-88955-110-6, DM 29,80. J.R.



**Horst Dieter Lehmann**

# Von Menschen und Messen

## Hochzeitsmessen allerorten

Zum Jahresbeginn, meist im Januar, finden überall Hochzeitsmessen oder Hochzeitstage statt. Waren es anfangs nur die Großstädte, breitete sich diese Form der Werbung für den „schönsten Tag im Leben“ schnell auf mittlere, kleine und Kleinstädte aus. Ja, selbst einige imagebewußte Dörfer blieben nicht verschont.

Alles, was übertrieben erscheint, sollte überdacht werden.

Wer im Januar in unserer Gegend nichts anderes vorhatte, konnte ohne lange Anreise über das Wochenende gut und gerne drei Hochzeitsmessen besuchen. Nur, so muß man sich fragen, wer außer den heiratswilligen Paaren und ihren engsten Angehörigen ist schon so wild darauf, den bis dato fehlenden Schnee mit dem „weißen Traum“ zu ersetzen?

Andererseits gibt es allerhand zu sehen auf so einer Schau. Jeder, der nach Las Vegas fliegt, besucht nicht gleich die PMA. Das Angebot dieser superinteressanten Stadt bietet für jeden etwas, auch wenn er nicht heiraten oder sein Geld verspielen will, kein Hotel- oder Fotofreak ist.

Die Palette der obligatorischen Hochzeitsmessen reicht von der Aufmachung bis zum Ambiente, von Frisuren zu Fleuristik, über Kutschen zu Kuchen, Torten und Touristik. Die Hochzeitsreise im speziellen und die Preise im allgemeinen spielen eine große Rolle. Schminken und Schmausen werden ebenfalls nicht vergessen wie Kirchen und Fotografen.

Beide reden – noch – ein Wörtchen bei den Überlegungen und Vorbereitungen zum Fest mit. Plädiert der Fotograf nun, zum unvermeidlichen Standesamt unbedingt den kirchlichen Segen nicht zu vergessen, kann es ihm passieren, daß ihm „Kirchenwahn“ nachgesagt wird. Macht er dann darauf aufmerksam, vielleicht im scherzhaften Ton, daß er bei einer kirchlichen Trauung mehr fotografieren (und verdienen) kann, dann wird ihm vorgeworfen, nur an sein Geschäft zu denken.

## Volkes Stimme,

die aber nicht unbedingt identisch sein muß mit den tatsächlichen Wünschen der kompetenten Kunden, läßt sich auf vielerlei Weise hören. Wie weit man sie umsetzen will, ist eine andere Sache. Die Betreiber einer Messe suchen den Kontakt und das Gespräch, rechnen mit Aufträgen. Der „Nachgesang“ in den örtlichen Zeitungen ist meist sehr positiv, spricht von Besucherrekorden und gewaltigen Erfolgen. Dies muß wohl so sein. Bei genauer Nachfrage schrumpfen allerdings die Dimensionen. Während sich in der Großstadt auf einer Messe vier Fotografen das Leben gegenseitig schwer machten, war in der Kleinstadt kein Fotograf bereit, seine „Zelte“ aufzuschlagen. Um aber bei „Volkes Stimme“ zu bleiben. Die Wirkung seiner eigenen Werke kann ein Fotograf dann erfahren, wenn er die Kommentare der Passanten vor dem Schaufenster mithören kann. Höchste Lobeshymnen lassen ihn schmunzeln, Kritik muß verkraftet werden. Allerdings bezieht sich diese ganz selten auf seine Kunst, sondern „das unmögliche Brautkleid, den

zu kleinen Bräutigam, die zu dicke Braut, die übertriebenen Hüte der Brautjungfern“ usw.

## Thema Seminare

Eine Schwalbe macht noch keinen Frühling, eine Braut allein kein Hochzeitspaar. Hatten wir im südlichen Teil unserer Republik schon vor vielen Jahren kein Problem damit, nur die Braut abzulichten, mußte sich das im Norden erst langsam durchsetzen. Noch heute aber hören wir häufig von den Betrachtern dieser Fotos Kommentare wie: „Hat die denn keinen Bräutigam abgekriegt, oder ist er etwa zu häßlich für das Bild?“. Um solche Äußerungen zu verhindern, wurden immer zwei Bilder ausgestellt, die bewiesen, daß auch der Bräutigam bildschön war.

In der Hochzeitsserie, und das ist heute ja Standard, ist der Fotograf bemüht, sein vielfältiges Repertoire zu zeigen. Damit kommen wir zu einer weiteren Variation der „Hochzeitstage“, nämlich zu den Flugreisen mit Paaren und Fotografen. Auch auf diesen Reisen sollten meiner Meinung nach über alle Kritik erhabene Bilder gestaltet werden. Vielleicht bin ich aber auch zu anspruchsvoll und kämpfe nur gegen die „Spätfolgen“ der Mitarbeit in Meisterprüfungskommissionen, bei denen die Meßlatte sehr hoch angelegt wurde, gnadenlose Kritik an der Tagesordnung war. Deshalb gilt die Devise „Verachtet mir die Meister nicht!“ auch für das Fotografenhandwerk. Der in letzter Zeit so oft verschmähte Meisterbrief muß von diesen Kritikern erst einmal erreicht werden.

Eigentlich dürften wir nur noch absolute Spitzenfotografen haben! So wie eine Messe die andere jagt, finden das ganze Jahr über und überall Seminare statt, die alle Wünsche erfüllen und jede Lücke ausfüllen sollen.

Was lernen die ja alle fotografisch vorbelasteten Teilnehmer? Diese Frage ist nicht leicht zu beantworten, zumal ich selbst nicht gerade häufig an solchen Seminaren teilgenommen habe. Vielleicht läßt die Lernfähigkeit nach, weil man bekanntlich höchstens vier Stunden am Tage in der Lage ist, „Wissen zu tanken“. Oder liegt es nur daran, daß man zu der aussterbenden Spezies der „Allroundfotografen“ gehört, die von Kindesbeinen an mit der Materie aufwachsen und jeder Aufgabe gewachsen sein mußten. Meister im Improvisieren, licht- und wetterunabhängig, preiswert und gut! Gelingen muß immer alles, man ist ja schließlich der Fachmann.

Fast jeder mir bekannte Fotograf – und es sind nicht wenige – ist ein Multitalent. „Non multum – sed multa!“, sagte mein Lateinlehrer schon, was wörtlich übersetzt heißt: „Nicht viel – aber vieles“, frei übersetzt: „Er kann alles – und nichts richtig.“ Oder nach meiner Auslegung: „Kein Genie auf *einem* Gebiet – aber auf vielen gut zu gebrauchen!“

So sind auch die meisten Kollegen und -innen in der Malerei, der Schauspielerei, in Gesang und Schriftstellerei talentiert. Das Abitur kann höchstens der Anfang einer Allgemeinbildung sein, die von den in der Öffentlichkeit agierenden Fotografen verlangt werden muß. Messen und Seminare sind nützlich, die Arbeit an uns selbst Voraussetzung, Reisen bildend.

Wer sich aber einbildet, von allem genug zu haben, der sollte aufhören.



Die neue Olympus Camedia C-2000Zoom besitzt einen hochauflösenden Aufnahmechip mit 2,1 Mio. Pixeln.

### Olympus hat auf der PMA in Las Vegas zahlreiche Kamera-Neuheiten für Digital-, Kleinbild- und APS-Fotografie sowie Zubehör vorgestellt.

An der Spitze der Digitalneuheiten steht die Camedia C-2000Zoom. Sie ist mit einem hochauflösenden 2,1 Mio. Pixel-Aufnahmechip ausgestattet, besitzt ein robustes Metallgehäuse und ein Dreifach-Zoomobjektiv und bietet dem Fotografen die Möglichkeit, ein externes Blitzgerät bzw. eine Studioblitzanlage mit der Kamera einzusetzen. Die Camedia C-2000Zoom ist leichter und kompakter als frühere Camedia-Modelle. Sie ist mit einem Autofocussystem und zahlreichen Automatikfunktionen ausgestattet. Dennoch können zahlreiche Einstellungen auch manuell vorgenommen werden. Dazu

## Mit Camedia Kameras auf Tauchstation gehen

gehören beispielsweise die Scharfstellung, die Voreinstellung von Verschlusszeit und Blende sowie die Einstellung der Empfindlichkeit in den Stufen ISO 100/21°, 200/24° und 400/27°.

Zum Navigieren durch die Menüpunkte genügt dank der neuentwickelten „toggle“-Bedienung das Antippen mit dem Finger. Darüber hinaus kann die Camedia C-2000Zoom als erste Olympus Digitalkamera auch mit einer Fernbedienung gesteuert werden.

## Olympus zeigt auf der PMA zahlreiche Neuheiten

Weitere Kennzeichen sind das integrierte Blitzgerät mit vier Modi, umfangreiche Multimediafunktionen, eine Direktdruckfunktion und die Unterstützung des neuen Digital Print Order Formats DPOF.

Im Bereich Kleinbildfotografie hat Olympus mit der Superzoom 800S ein neues Modell vorgestellt, das sich an

Einsteiger in die Zoomfotografie wendet. Die Kamera besitzt unter anderem ein Zoomobjektiv 4,5-8,9/38-80 mm, das mit einer asphärischen Linsengruppe ausgestattet ist, ein AF-System für scharfe Aufnahmen ab einem Motivabstand von 60 Zentimetern und ein eingebautes Blitzgerät. Zu den weiteren Charakteristika gehören Selbstauslöser, motorische Filmtransportfunktionen und die elektronisch gesteuerte Programmautomatik.



Die neue Olympus Kleinbildkompaktkamera Superzoom 800S wurde für den Einstieg in die Zoomfotografie entwickelt.

Weitere Neuheiten wie die Digitalkamera Camedia C-830L, die 35 mm-Kamera Superzoom 700XB und APS-Kameras der Newpic-Serie stellen wir in unserer April-Ausgabe vor.

## Aqua-Cases bieten Schutz für Camedia Digitalkameras



Digitalfotografie mit Camedia Kameras ist jetzt auch unter Wasser möglich: Olympus hat auf der PMA zwei neue strapazierfähige und stoßfeste Schutzhüllen vorgestellt, die die kompakten Kameras vor Beschädigungen durch Wasser ebenso schützen wie durch andere Umwelteinflüsse. Mit den neuen Aqua Cases lassen sich die Kameras bei

allen Arten von Outdoor-Tätigkeiten einsetzen. Olympus legte Wert darauf, daß die gute Bedienbarkeit der Kameras trotz der stabilen Schutzhüllen aus Polykarbonharz gewährleistet bleibt. Selbst der LCD-Monitor und die Blitzprogramme können genutzt werden. Das PT-002-Case wurde speziell für die 1,3 Mio. Pixel-Kamera C-830L sowie für die Camedia Modelle C-840L, C-820L und C-420L entwickelt. Es wiegt 211 Gramm und ist bis drei Meter wasserdicht. Das Aqua Case PT-003 wurde für die Camedia C-900Zoom entwickelt. In Verbindung mit der Schutzhülle läßt sich die Kamera bis zu einer Wassertiefe von 30 Metern einsetzen.

# CeWe Color baut Kapazitäten in Polen aus

**Die CeWe Color Gruppe wird am 15. April 1999 in Graudenz (Nordpolen) ein neues Labor eröffnen. Damit trägt das größte europäische Fotofinishing-Unternehmen dem starken Wachstum seines Geschäftsvolumens auf dem polnischen Markt Rechnung. Das neue Labor ist bereits die dritte CeWe Color Betriebsstätte in dem östlichen Nachbarland.**

## Neues Labor in Graudenz

### 1.150 qm Produktionsfläche in Graudenz

Die 39 Millionen Einwohner Polens verbrauchen im Jahr zwischen 14 - 17 Millionen Filme. Genauere Schätzungen sind wegen des hohen Anteils grau importierter Ware nicht möglich. Das Marktwachstum wird von CeWe Color pro Jahr auf über 20% geschätzt. Aufgrund der guten Geschäftsentwicklung im vergangenen Jahr hat CeWe Color jetzt ein Grundstück mit Gebäude in Graudenz erworben, um ein weiteres Großlabor zu errichten. Von dem im Dreieck Stettin, Danzig und Allenstein gelegenen Standort soll der nördliche polnische Markt abgedeckt werden. Auf einer Produktionsfläche von 1.150 qm wird eine Tageskapazität von über 400.000 Bildern in der ersten Ausbaustufe angestrebt. Bereits jetzt sind Mitarbeiter für das dritte polnische Labor

Nach dem Fall des Eisernen Vorhangs nahm CeWe Color bereits 1991 seine Aktivitäten in Polen auf. Nachdem die ersten Kunden in Stettin von Deutschland aus beliefert wurden, folgte im November 1992 die Eröffnung eines Labors in Warschau. 1994/95 beteiligte CeWe Color sich mehrheitlich an der K.M. Fotolab Sp.z.o.o. in Kedzierzyn-Kozle und stellte die technisch veraltete Produktion der Betriebsstätte in kurzer Zeit auf modernes Großfinishing um.

Der Weg in den polnischen Markt war für CeWe Color keinesfalls ein leichter Gang. Eine zersplitterte Einzelhandelslandschaft, schwache Infrastruktur und teilweise schlechte Straßen boten keine optimalen Voraussetzungen für ein Großlabor. Zudem breiteten sich Minilabs nach der Wende relativ rasch aus – oftmals unterstützt durch Aktivitäten von Filmherstellern, die in den Kompaktlabors einen Weg sahen, ihre gesamte Produktpalette möglichst schnell und breit zu distribuieren. Dagegen war aufgrund der sozialistischen Vergangenheit weder eine etablierte Fotofinishing-Infrastruktur noch ein übersichtlich strukturierter Einzelhandel vorhanden.

Mit dem Vordringen großer westlicher Einzelhandelsunternehmen, die CeWe Color bereits in zahlreichen anderen europäischen Ländern zu seinen Kunden zählte, kam allerdings auch die Nachfrage nach zentralem Fotofinishing in Osteuropa. Mit der Einrichtung eines modernen Großlabors in Kedzierzyn-Kozle schien der wichtigste Schritt zur Versorgung des polnischen Marktes getan zu sein. Große Einzelhandelskunden wurden akquiriert und auch eigene Fotoläden unter dem Namen „Fotojoker“ eröffnet. Das verheerende Oder-Hochwasser im Jahre 1997 bedeutete allerdings einen kräftigen



*Auch mit eigenen Läden unter dem Namen Fotojoker ist CeWe Color in Polen aktiv.*

Rückschlag. Zwei Meter hoch standen die Fluten im CeWe Color Labor in Kozle und richteten großen Schaden an. Dem außerordentlichen Einsatz der Mitarbeiter und der schnellen Hilfe aus den deutschen Labors war es zu verdanken, daß nach Ablauf des Wassers rasch der Betrieb wieder aufgenommen werden konnte. Trotz der Hochwasser-Katastrophe wurden 1997 in dem Labor in Kozle 249.000 Aufträge bearbeitet und 6,368 Millionen Farbbilder produziert.

*Bis zu zwei Meter hoch standen die Fluten des Oder-Hochwassers im Sommer 1997 im CeWe Color Labor in Kedzierzyn-Kozle.*

## quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

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

eingestellt, die momentan in Kozle ausgebildet werden. Die Eröffnung am 15. April 1999 wird ein besonderes Jubiläum in der Geschichte der CeWe Color Gruppe markieren: Die neue Bilderfabrik in Graudenz ist das 25. Labor der Unternehmensgruppe.



# Zehn Samsung Kameras für APS und Kleinbild

**Zehn neue Kompaktkameras hat Samsung auf der PMA in Las Vegas vorgestellt. Zuwachs gab es dabei in den Kleinbild-familien Fino und Vega sowie in der APS-Familie Rocas.**

Gleich sieben neue Fino-Modelle nahm das koreanische Unternehmen neu ins Programm auf. Das breite Modellangebot beginnt mit den Fixfocus-Kameras Fino 20S und Fino 25S, die beide ein 5,6/30 mm-Objektiv besitzen, sowie Fino 30S und Fino 35S, die in dieser Produktreihe mit ihrem 4,5/30 mm-Objektiv den Einstieg in die Autofocus-fotografie darstellen.

Über die Modelle Fino 700S und Fino 1050S steigen Ausstattung und die damit verbundenen kreativen Möglichkeiten bis zum Spitzenmodell unter den Neuheiten, Fino 140S, kontinuierlich an. Letztgenannte zeichnet sich unter anderem durch ein Zoomobjektiv 4,5-12,2/38-140 mm, Programmautomatik, ein eingebautes Blitzgerät sowie kreative Aufnahmefunktionen wie Porträtzoom, Serienaufnahmen und Langzeitbelichtung aus.

Allen auf der PMA vorgestellten Finos gemeinsam ist das neue Design, das durch klare grafische Linien gekennzeichnet wird. Diese entsprechen nicht nur dem Trend moderner Formgestaltung, sondern unterstreichen auch Ergonomie und bedienerfreundliche Konstruktion der Kameras.

Mit den beiden neuen Modellen Rocas 110 und Rocas 210 verstärkt Samsung sein Engagement im Advanced Photo System. Als Basismodell besitzt die Rocas 110 unter anderem ein dreilinsiges 5,6/25 mm-Objektiv mit Autofocus, Programmautomatik mit Verschlusszeiten von 1/3 bis 1/250 Sek. und ein eingebautes Blitzgerät. Die Samsung Rocas 210 bietet dem Fotografen dagegen ein Zweifach-Zoomobjektiv 5,6-10,7/28-56 mm und eine kürzeste Verschlusszeit von 1/400 Sek. In Ver-

bindung mit einem lichtempfindlichen ISO 400 oder ISO 800-Film ermöglicht die Kamera damit sogar den Einstieg in die Sport- und Actionfotografie. Weiteres Kennzeichen der Rocas 210 ist die PQI-Technologie (Print Quality Improvement). Sie sorgt durch die Speicherung verschiedener Aufnahmedaten auf der Magnetschicht des Films für eine Verbesserung der Bildergebnisse bei der Verarbeitung im Labor.

Eng an das Design des im vergangenen Jahr erfolgreich eingeführten Modells Samsung Vega 70D lehnt sich die neue 140S an. Und ebenso wie ihre kleinere

## Zuwachs in den Familien Vega, Fino und Rocas

Schwester wird auch das neue Vega Spitzenmodell durch kompakte Abmessungen (115 x 65 x 44 mm) und geringes Gewicht (230 g) gekennzeichnet. Für hohe optische Qualität sorgt ein Schneider-Kreuznach Variogon 4,6-12,2/38-140 mm, das bei ausgeschalteter Kamera vollkommen ins Gehäuse zurückfährt.

Wie schon bei der Samsung Vega 70D befindet sich auch beim Vega-Topmodell das Einstellrad für kreative Zusatzfunktionen auf der Gehäusevorderseite. Hier können beispielsweise Sport- und Porträtprogramm, Step-Zoom-Funktion oder Langzeitbelichtungen eingestellt werden.

Weitere Ausstattungsdetails der Samsung Vega 140S: Verschlusszeitenbereich von 1/3 bis 1/400 Sekunde, passives Mehrfeld-Autofocussystem, automatische Einstellung der Filmempfindlichkeit im Bereich von ISO 50 bis ISO 3200, eingebautes Multifunktionsblitzgerät, motorische Filmtransportfunktionen.



*Einige der neuen Kompaktkameras aus dem Hause Samsung (v. o.): Vega 140S, Rocas 210, Rocas 110, Fino 140S und Fino 1050S.*

## Zentral-Einkauf/Verkauf Digitale Fotografie/Bildbearbeitung

**Wir sind** eine führende Kooperationszentrale mit 608 angeschlossenen Fach-Einzelhandlungen im Bundesgebiet und suchen ab sofort, spätestens zum 1.7.1999, eine(n) engagierte(n)

### Projektmanager/in.

**Ihr Profil:** Als ausgebildeter Foto-Kaufmann sind Sie up to date auf dem Anbieter- und Gerätemarkt und haben Erfahrung in ähnlicher Position. Gute Kenntnisse im EDV-Wesen sind von Vorteil.

**Ihre Tätigkeit:** Pflege des Sortiments, Konditionen und Preise, Dispositionen, Verkaufsförderungsmaßnahmen, Hausmessen und Sonderveranstaltungen, Schulungen sowie Beratung und Betreuung unserer Mitglieder.

**Wir bieten:** einen sicheren Arbeitsplatz in verkehrsgünstiger Lage vor den Toren Frankfurts (FVW und BAB-Anschluß). Damen und Herren bis 40 Jahre bitten wir, ihre Bewerbung mit handschriftlichem Lebenslauf und Lichtbild unter Angabe des derzeitigen Jahreseinkommens und des frühesten Eintrittstermins zu adressieren an:

**europa-foto/Deutschland, FOTOCO GmbH & Co. KG,** Industriestr. 4. 65760 Eschborn/Ts.



Grenzenlos gut

Der große Verband europäischer Fachgeschäfte für Foto, Video und Elektronik.

**Biete freiberufliche Mitarbeit** - auch im Hinblick auf Olympia 2000 in Sydney - Ethnologin MA, fast alle Länder der Erde bereist, Kunstfotografin, Journalistin und Reiseberaterin, mit Wohnsitz in Sydney und Köln.

Chiffre 102369399

### Wir bieten Foto-/Journalisten

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

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

## FOTO-VIDEO-DIGITAL SIRCOULOMB

DER FOTO-FACHBERATER  
FÜR KAMERAS-BILDER-FILME UND RAHMEN

Jetzt ist es raus:  
Bald sind wir  
was Besseres.

Dann sind wir - nach dem Umbau - autorisierter

### CANON-SHOP-PARTNER

mit allem was dazu gehört:  
**Bessere Auswahl.**  
**Bessere Beratung.**  
**Besserer Service.**

Dazu brauchen wir Sie als:

## Verkaufsprofi

für Spiegelreflex-, digitale Kameras u. Video-Camcorder mit anwendbaren Erfahrungen am PC und digitaler Bildbearbeitung (Adobe).

Wir bieten:

- Top-Bezahlung für Top-Leistung
- Tolles Team
- Super-Fortbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten
- Viel Kompetenz und Eigenverantwortung

Der Tätigkeitsbeginn sollte baldmöglichst erfolgen.

Bewerben Sie sich bitte schriftlich bei:

**FOTO-SIRCOULOMB**  
Geschäftsleitung:

Bahnhofstr. 20, 35576 Wetzlar  
Tel.: 0 64 41 - 4 70 93

Über 2400

Fachhändler **RINGFOTO**  
garantieren Preisvorteile

Zum Vertrieb von  
PICO Alben und Bilderrahmen  
**Handelsvertretung**

für Baden-Württemberg, Bayern  
und Berlin/Brandenburg gesucht.

Bewerbungen erbeten an

ROWI INTERNATIONAL, Postfach 1809,  
86623 Neuburg/Donau, Tel.: 08431/594-0



Camera Reparatur Service GmbH  
Vogelsrath Weg 25  
41366 Schwalmatal - Waldniel

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

## Kleinanzeigen • Angebote

**nass**

GmbH & Co KG

foto · video · elektronik

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

**Nikon RICOH Leica**

**BAUER BOSCH Gruppe KINDERMANN JORD**

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

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

## Kleinanzeigen • Angebote

**K**  
**K**amera  
**S**ervice GmbH

**Tokina**  
Vertragswerkstatt

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

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

**Nikon**

**ALBRECHT KAMERA SERVICE GmbH**  
**NIKON VERTRAGSWERKSTATT**

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

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

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



FOTOREPARATUR  
HERBERT GEISSLER  
Lichtensteinstraße 75  
72770 REUTLINGEN-GÖNNINGEN  
Telefon 0 70 72/92 97-0  
Telefax 0 70 72/20 69

Autorisierte  
Vertragswerkstatt

**Canon**

**Panasonic**  
Service-Center  
Reutlingen

**Kodak**

**Rollei**

**BAUER** Fingeräte  
Blitzgeräte  
Videogeräte

**Nizo** Fingeräte

**BRAUN** Blitzgeräte

**ZETT**  
Leica  
Camera Gruppe  
Germany

## Aus Alt mach Neu!



vorher

Ihr Fachbetrieb für  
**Reproduktionen,**  
**Retuschen und**  
**Colorierungsarbeiten**



nachher

Foto- und Bilderklinik Altenburg

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

Gute und preiswerte Color-Chrom-

## Farb-ANSICHTSKARTEN

<b>4-Farb-Druckträger, WPK</b>	<b>Auflagendruck</b>
Einbildkarte nach Dia 195,- DM	1.500er 99,- DM per 1000
2-4 Bildkarte nach Dia 295,- DM	3.000er 77,- DM per 1000
- incl. Probeandruck -	5.000er 69,- DM per 1000
	10.000er 65,- DM per 1000
	+ MwSt.

Fordern Sie die Unterlagen an:

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

**WILHELM SCHÄFER**  
kamaraservice und Handels GmbH



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

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

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

Photo-, Film-, Geräte-Service

**A. Paepke KG**

Seit mehr als 50 Jahren  
autorisierte Kundendienstwerkstatt

**Leica**

**MZ**

**Rollei**

Kameras • Objektive  
Dia-Projektoren  
Blitzgeräte

Das Leica-Team  
für Sucherkameras  
und Projektoren

Rollei-Profi  
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

**BOWENS**  
TRADING COMPANY

**Rollei**

Neu: Produkte- und Systemberatung  
Termine auf Anfrage

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

## LICHT AN!

**HALOGENLICHT, STUDIOBLITZE**  
vom Professional-Ausrüster.

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

**NEU**



**Einzeln  
oder als Set im  
Hartschalenkoffer.**

Leises Kühlgebläse.  
Umfangreiches Zubehör.  
Metall-Konstruktion.



**CF**  
Photo-Video  
Technik

Informationen und Service:  
Postfach 903045, 51123 Köln  
Tel. 0 22 03 / 1 62 62, Fax 1 35 67

# GAF Vertragswerkstatt



Service für: Film- + Fototechnik  
Kameras  
Objektive

Filmkameras  
Dia-Projektoren  
Schmalfilm-Projektoren  
aller Systeme

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

## Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox  
Sony Camcorder



**Nikon** Vertragswerkstatt  
Kompetent, zuverlässig, schnell

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

Über 20 Jahre

## VIERNHEIMER VIDEO-TRANSFER

**Modernste Abtastung mit Komponententechnik:**

Normal 8, Super 8, 16 mm, auch mit Mono, Duoplay od. Lichtton, Dias, Planfilme, Zeichnungen, Bilder usw. auf jedes Heim- oder Profisystem ab, und kopieren alle Systeme untereinander. Kopierservice PAL - NTSC - SECAM.

Fordern Sie deshalb Preisliste und Werbematerial bei uns an.

**Video-Produktion Rudek, Schultheißenstr. 9, 68519 Viernheim**  
Tel. 0 62 04/7 19 84 oder 7 32 05, Fax 0 62 04/7 63 33

## Kleinanzeigen • Angebote

### Zentraler Reparatur-Service



# GEDDERT

- Meisterbetrieb -

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

### Autorisierter Ricoh-Service

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

### SPEZIAL REPARATUREN FÜR:

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

*Vom Feinsten!*

# ANSICHTS KARTEN

UND MEHR!  
INFOS - MUSTER - DATEN - PREISE

**ATELIER SCHUMANN**  
D-72731 REUTLINGEN - POSTFACH 50 18  
TEL. 0 70 72 - 32 58 - FAX - 48 80

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

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

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

Größe: Breite 180,0 mm, Höhe ..... (9,27 DM / mm)  
Breite 129,5 mm, Höhe ..... (6,95 DM / mm)  
Breite 87,0 mm, Höhe ..... (4,63 DM / mm)  
Breite 56,0 mm, Höhe ..... (3,09 DM / mm)  
Breite 40,5 mm, Höhe ..... (2,32 DM / mm)

- unter Chiffre (Gebühr: 10,- DM) Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt  
 Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

D - 40832 Ratingen

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

### Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

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

Für Bestellungen aus der Europäischen Union: Geben Sie hier bitte unbedingt Ihre Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. (VAT.-No.) an .....

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel  
mit genauer Anschrift

## Kleinanzeigen • Angebote

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

**Fotourlaub auf Großsegelschiff**  
Holländische Inseln, Kanalinsel-Südeng-  
land, Dia-Entwicklung an Bord - Info:  
G. Gömmel, Tel. 051 21/632 09, Fax 634 60

# STADLER

## CAMERA-SERVICE-WERKSTÄTTE

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

# SERVICE

## Inserenten-Verzeichnis

Agfa.....2. U.	Hama.....23
AZV.....38	Kodak.....18, 19
Bremaphot.....7	Loersch.....63
Canon.....70 - 74, 3.U., 4. U.	Polyplan.....41
C.A.T.-Verlag.....30, 31, 65	Ritter & Wirsching.....39
CeWe-Color.....15	Rollei.....11
Fotomesse Berlin.....37	VGP.....51
Goltdammer.....55	Kleinanzeigen.....66 - 69

Beilage: Fuji

## Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

**Halogenlampen** 200W, 17,00 DM;  
300W, 18,00 DM; 650W, 15,00 DM.  
Telefon: 04265/8772, Fax 8792

**Take a look!**



**Buy & sell**  
Minilabs & Equipment

Nortus 1701/45012/3 c&c DM 38.000,-  
Fuji SFA 250 PP c&c DM 85.000,-  
Konica 612 QAVP c&c DM 25.000,-  
Many other models in stock.

**VISUAL BUSINESS SYSTEMS**  
Computer- und Fotozubehör-Vertriebsgesellschaft mbH

Tel. +49(0)202/2771057 - Fax 2771056  
E-Mail: vbsgmbh@aol.com

## TEAMFOTO

**KAMERA · LABOR · STUDIOTECHNIK**

**VERKAUF:** Über 3000 Artikel aus unserem umfang-  
reichen Gebrauchtortiment.

**Second-Hand-Preislisten anfordern!**

**ANKAUF:** Fast alles aus der Fotobranche sowie  
Übernahmen aus **Geschäfts-, Nachlaß-,  
Privat- und Studioauflösungen.**

Auflösung nach Terminabsprache vor Ort.

TEAMFOTO · Wiesfleckenweg 10 · 86641 Rain  
Telefon (0 84 32) 12 58 - Fax (0 84 32) 12 28

**Fotogeschäft, 1A Lage**  
in norddeutscher Kleinstadt  
zu verkaufen (Goldgrube)

Chiffre 102391399

**Norddeutschland,** an der Küste  
gelegenes, komplett eingerichtetes  
**Fotogeschäft mit vollst. Labor,**  
neu renoviert Ende '96, ganz neuer  
Ladentresen, nagelneues Minilab  
(101), APS, sofort abzugeben.  
**Ausbaufähig - VB 450.000,- DM.**  
Chiffre 102384399

Aus gesundheitlichen Gründen **Nachmieter für  
Ladenlokal, 90 qm, gesucht.** Seit über 40 Jahren  
bestehend. Kosmetik und Foto. 1A Lage in bergi-  
scher Großstadt (Vorort). 12 m Schaufensterfront,  
25 qm Nebenräume, ausbaufähig (Kosmetikbeh.,  
Fußpflege, Fotostudio, Reformhaus usw.).  
Warenlager kann übernommen werden.

Fax 0 21 91 / 56 96 46

Foto-Aktienkurse	18.02.99	niedrigster	höchster	19.02.97	18.02.98
Kurs: 1 EUR = 1,95583 DM		Aktienkurs	Aktienkurs		
		der letzten 12	der letzten 12		
		Monate	Monate		
Bayer	EUR 30,6	28,94	49,57	DEM 70,72	73,65
Canon	YEN 2.595	1.930	3.400	YEN 2.710	2.880
CeweColor	EUR 139,5	132,43	249,51	DEM 368	400
Du Pont	USD 52 1/2	51 11/16	84 7/16	USD 108 3/8	61 1/5
Eastman Kodak	USD 64 1/3	57 15/16	88 15/16	USD 92 1/2	66 3/4
Fujifilm	YEN 4.380	3.600	5.540	YEN 3.980	4.850
Gevaart	EUR 72	40,03	72	BFR 121 (DEM)	1.850
Gretag Imaging	CHF 400	378	500	CHF	
ICI	GBP 545 1/2	413	1.244	GBP 756 1/2	1.083
Imation	USD 15 1/2	13 9/16	19 15/16	USD	15 15/16
Jenoptik	EUR 16,8	15,6	34,51	DEM	
Leica	EUR 7,1	6,41	17,38	DEM	26,30
Minolta Camera	YEN 566	481	959	YEN 752	727
Olympus	YEN 1.268	900	1.613	YEN 1.060	950
Polaroid	USD 18 7/8	16 3/4	47 7/16	USD 44 1/8	47
Porst	CHF 236			DEM 201	205
Spector	EUR 36,2	24,79	59,25	BFR 2.225	2.000
Union Carbide	USD 37 5/8	36 3/4	55 3/4	USD 46 1/2	47
VARTA	EUR 142	113,51	186,62	DEM 264,90	265,40
Kyocera	YEN 5.450	4.800	7.460	YEN 7.210	5.980
Zeiss	EUR 92,1	92,03	102,26	DEM 173s	191,50

Kurse lt. Angaben der Deutschen Bank AG, Filiale Ratingen

## Auflösungsverkauf

Foto- + Videozubehör; Akku-  
Batterien; Studiobedarf wie  
Albendeckel, Einlageblätter,  
Leporellos; HAMA-Filter u.  
Zubehör mit 50% vom H.-LP;  
Fototaschen, Ambico-Filter  
usw.; Preisliste anfordern!

Fax 0 60 95 / 99 96 47

## Verkäufe

Nikon F3+35-135/3,5-4,5  
Nikkor 1.000,- DM,  
Gossen Spot-Master  
600,- DM, Gossen Vario-  
six F 300,- DM, Gossen  
Profisix 400,- DM, Vor-  
satz f. Profisix Gossen  
Profi-color 300,- DM.

Tel./Fax: 03 47 71 / 2 34 54

## Impressum: imaging+foto-contact

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

Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29,  
40832 Ratingen, Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen

Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90

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

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



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

**Neuheitenredaktion und Herstellung:** Th. Six; **Steuerfragen:** Dipl.-Finanzwirt E. Ewerhart, Steuerberater,  
Düsseldorf-Benrath; **Anzeigen:** Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich); Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste:  
Nr. 26. **Vertrieb:** Karin Engemann. Als Fachzeitschrift für die deutsche Fotobranche erscheint  
imaging+foto-contact zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Jahresabonnement 71,50 DM, Auslandspreis  
107,- DM. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder.  
Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen, Rückporto ist beizufügen.  
Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

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

MÄRZ 99

Canon

# NEXT:

TERMINE UND PREMIEREN VON CANON EURO-PHOTO/ERSCHEINT MONATLICH

DER MOMENT  
DES JAHRES:  
DIE NEUE  
EOS 300 IST DA!

EINE GENERATION WEITER:  
IXUS-FAMILY IN DESIGNER-SETS.

GO PLATINUM:  
NEUE DISPLAY-SETS FÜR DIE PRIMA.

CANON ROADSHOW:  
JETZT ANMELDEN.

INTERNATIONALES MEETING IN BERLIN.

# DIGITAL SOLUTION FORUM: CANON DEFINIERT DIE ZUKUNFT.

**DASS DIE ZUKUNFT RUND UM DAS DIGITALE OFFICE FÜR CANON SCHON LÄNGST BEGONNEN HAT, MACHTE DER MARKTFÜHRER IN SACHEN FOTOGRAFIE AUF SEINER EUROPÄISCHEN PRÄSENTATION EINDRUCKSVOLL DEUTLICH.**

Wie innovative Komplettlösungen rund um das Bild heute und in Zukunft aussehen können, stellte Canon rund 2.500 europäischen Besuchern Anfang Februar in Berlin vor. Der über 1.000 qm große Ausstellungsteil zeigte das gesamte Canon Angebot im Bereich Imaging von der Bildaufnahme über die Bildeingabe und Bildbearbeitung bis zur Bildausgabe. Dazu digitale Kameras und Scanner mit entsprechenden Bild- und Dokumentations-Verarbeitungsprogrammen, Druckern verschiedener Kategorien und dem Hyper-Photo-System.

Hajime Katayama, Präsident der europäischen Hauptverwaltung von Canon, beschreibt den Weg in die Zukunft so: „Die Marktstrategie basiert auf unseren Stärken im Imaging und Dokumentmanagement. Dort vollziehen wir den Schritt vom Produkt zur Systemlösung und erschließen dem Anwender ganz neue Nutzungsmög-

lichkeiten. Hierin liegt unserer Meinung nach die eigentliche Bedeutung der Informationstechnologie.“

Daß der Weg vom Produkt- zum Systemanbieter mehr als Theorie ist, wird auch durch neue Partnerschaften gekennzeichnet. So ist die gemeinsame Marktstudie von Canon und dem Software-Giganten Microsoft der erste Schritt einer neuen Kooperation. Eine weitere Partnerschaft mit dem Software-Haus Adobe gibt Canon die Möglichkeit, digitale Produkte mit den Programmen des bekannten Anbieters aus den USA zu kombinieren. Und da Komplettlösungen heute keine in sich geschlossenen Systeme mehr sein können, sondern mit anderen Produkten und Komponenten kommunizieren sollten, arbeitet Canon außerdem mit Sun Microsystems zusammen, um deren revolutionäre Jini-Technologie in zahlreichen Canon Produkten einsetzen zu können.

Wie wichtig die neue Offenheit der Systeme heute und in Zukunft ist, wurde auch im Vortragsprogramm von mehreren Rednern klar umrissen: Unter anderem von Martin Bangemann, Ex-Wirtschaftsminister und derzeitiger EU-Kommissar für Informationstechnologie und Telekommunikation, und John Leftwich, Microsoft-Manager, die in ihren Beiträgen deutlich machten, wie ihre Visionen, Prognosen und Vorstellungen für das kommende Jahrtausend aussehen. Das Digital Solution Forum konnte damit alle Besucher davon überzeugen, daß Canon heute schon dabei ist, die Zukunft der Informations-Technologie entscheidend zu prägen: in der Theorie genauso wie in der Praxis.



DIE NEUE ERFOLGSKAMERA VON CANON.

# DER MOMENT DES JAHRES: DIE EOS 300.

## Die neue EOS 300 und ihre Technik:

- >> Ultraschneller Autofokus.
- >> Sieben Autofokus-Meßfelder.
- >> Belichtungssystem mit  
35-Zonen-Mehrfeldmessung.
- >> Schärfentiefenkontrolle.
- >> Belichtungsreihenautomatik
- >> Handlicher, ergonomischer Body.
- >> Batterie-Handgriff BP200 mit  
Hochformatauslöser als Zubehör.



DIE SHOW DES JAHRES.

## ROUTE 99: IN WENIGEN TAGEN GEHT ES LOS.

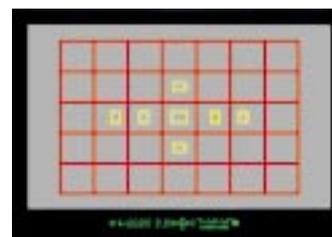
NUR NOCH WENIGE TAGE, DANN STARTET CANON DIE ROADSHOW 99 UND PRÄSENTIERT IHNEN ALLES, WAS SIE BRAUCHEN, UM PERFECT AUF DAS BEVORSTEHENDE JAHRTAUSEND-GESCHÄFT VORBEREITET ZU SEIN.

## WIEDER EINE REVOLUTION AUS DEM HAUSE CANON! NACH DEM UNGLAUBLICHEN ERFOLG DER EOS 3 KOMMT MIT DER EOS 300 NUN EIN NEUES MODELL DER SENSATIONELLEN DREIER-REIHE AUF DEN MARKT. EINE EINFÜHRUNG, DIE BEREITS JETZT FÜR JEDE MENGE AUFREGUNG IM SPIEGELREFLEXMARKT SORGT.

Die Neuheit im SLR-Einsteigersegment hat es mal wieder geschafft, allen vergleichbaren Modellen mit vielen einzigartigen Features, wie zum Beispiel sieben Autofokus-Meßfeldern und 35-Zonen-Mehrfeldmessung einen immensen Schritt voraus zu sein. Eine Tatsache, die den SLR-Markt wieder einmal belebt und neue Impulse für die Zukunft setzt. Eine Tatsache, von der auch Sie profitieren werden:

Um die Sensation in der Fotografie mit ihrer brillanten Technik auch beim Verbraucher bekanntzumachen, unterstützen wir die Einführung ab sofort mit zusätzlicher

Werbepower. Eine übersehbare Print-Kampagne macht mit ganzseitigen vierfarbigen Anzeigen in allen wichtigen Publikums- und Special-Interest-Titeln auf die Neuheit aufmerksam. Und selbst in Ihrem Geschäft dreht sich alles um die neue EOS 300: Eine aufmerksamkeitsstarke Verkaufsaktion mit attraktiver Laden-Deko und informativem Verkaufsmaterial wird auch bei Ihnen für jede Menge Nachfrage sorgen.



Sieben Autofokus-Meßfelder und  
35-Zonen-Mehrfeldmessung

# EOS 300

Set mit EF 28-80 II **DM 798,-**

unverbindliche Preisempfehlung

Alle Produktneuheiten, aber auch alle Experten aus den wichtigsten Canon Abteilungen stehen Ihnen mit Rede und Antwort zur Verfügung. Einen ganzen Tag lang und noch länger, wenn wir die Route 99 bei einem gemeinsamen Büffet und interessanten Gesprächen ausklingen lassen.

Und: Ganz gleich, für welche Stadt Sie sich entscheiden, dort wartet möglicherweise eine ganz besondere Überraschung

auf Sie. Denn pro Veranstaltung verlosen wir fünf hochwertige Maurice Lacroix Chronographen: die sportliche Uhr, mit der Sie auch die Sekunde des Jahrtausends garantiert nicht verpassen werden.



## A-G-E-N-D-A

8. MÄRZ, DÜSSELDORF, SWISSÔTEL NEUSS

9. MÄRZ, HAMBURG, ELYSEE HOTEL

10. MÄRZ, BERLIN, STEIGENBERGER HOTEL

15. MÄRZ, FRANKFURT, MARIOTT HOTEL

16. MÄRZ, STUTTGART, INTER-CONTINENTAL HOTEL

17. MÄRZ, MÜNCHEN, ARABELLA BOGENHAUSEN

NEUES VON DER IXUS-FAMILIE:

# DIE NÄCHSTE GENERATION: DIE IXUS-SETS IN NEUER SCHÖNHEIT.



2fach-Zoom-Objektiv 24-48 mm  
1:4,5-6,2 >> METALLGEHÄUSE >> Zoom-  
Echtbildsucher >> Hybrid-Autofokus >>  
Drop-In-Filmeinlegeautomatik >> 3zonige  
Belichtungs-Programmautomatik >> LCD  
>> 3 Bildformate >> automatischer Blitz  
>> 5 Blitzprogramme inkl. Vorlicht zur  
Verringerung des „Rote-Augen“-Effekts  
>> Gewicht 180 g, Maße 90 x 60 x 27 mm



## SCHÖN KLASSISCH:

Die Ixus im maßgeschneiderten, edlen  
Metalletui. Ein Unikat, das nirgendwo zu  
haben ist. Außer bei Canon. Im auffälligen  
Display-Set mit Film, Batterie und echter  
Ixus, versteht sich.

**IXUS**  
DM 499,-  
unverbindliche Preisempfehlung

## SCHÖN KLEIN:

Die M-1 steckt im berühmten Mach-1-Set, das  
dem Winzling einen Design-Award beschert hat.  
Bleibt nur noch zu erwähnen, daß wir auch hier  
auf nichts verzichtet haben, weder  
auf Tasche, Film noch Batterie.



>> Autofokus-Objektiv 23 mm 1:4,8 mit ein-  
gebauter Abdeckung >> Verschlusszeiten von  
1/2 bis 1/650 Sekunden >> Selbstauslöser  
>> aktives Autofokus-System mit zentralem  
Meßfeld >> Drop-In-Filmeinlegeautomatik  
>> LCD >> 3 Bildformate >> automatischer  
Blitz inkl. Vorlicht zur Verringerung des  
„Rote-Augen“-Effekts >> GEWICHT 117 G,  
MASSE 85 X 55 X 34,5 MM



**IXUS M-1**  
DM 199,-  
unverbindliche Preisempfehlung

DREI IXUS-SETS SORGEN ÜBERALL  
FÜR AUFMERKSAMKEIT. DENN  
MIT IHREM INTERESSANTEN UND  
GLEICHZEITIG DISPLAYSTARKEN  
ÄUSSEREN SIND SIE NICHT NUR  
DIE HINGUCKER IN JEDEM GE-  
SCHÄFT, SIE SIND AUCH JEDER-  
ZEIT FÜR EINE AUSZEICHNUNG  
GUT.

Bestes Beispiel: Das mittlerweile schon berühmte  
Mach-1-Set für die M-1, das von der Fachzeitschrift  
Designers Digest für seine Gestaltung ausgezeichnet  
wurde. Keine Frage, daß die anderen Sets genauso  
preisverdächtig sind.

## SCHÖN LICHTSTARK:

Die L-1 hüllt sich ebenfalls ganz  
elegant in Metall. Auch sie bringt ihre  
wichtigsten Accessoires gleich mit: Film  
und Batterie stecken neben der Kleinen  
in der großen Dose.



**IXUS L-1**  
DM 299,-  
unverbindliche Preisempfehlung



>> LICHTSTARKES AUTOFOKUS-OBJEKTIV  
26 MM 1:2,8 >> Verschlusszeiten von  
2 bis 1/800 Sekunden >> aktives Auto-  
fokus-System mit zentralem Meßfeld  
>> automatische Belichtungskorrektur  
>> Drop-In-Filmeinlegeautomatik  
>> LCD >> 3 Bildformate >> automa-  
tischer Blitz >> 5 Blitzprogramme inkl.  
Vorlicht zur Verringerung des „Rote-  
Augen“-Effekts >> Gewicht 125 g, Maße  
89,5 x 59,8 x 23,5 mm >> im Set mit  
Original-L-1-Tasche, Film und Batterie

DIE NEUEN PRIMA-SETS:

# DIE PLATINUM COLLECTION. DIE PRIMA IN NEUEN DISPLAY-SETS.



PLATINUM DREAM

>> 2,5fach-Zoom-Objektiv 28-70 mm 1:5,6-7,8 >> 3-Punkt-Autofokus  
>> Metallfront >> 6 Automatik-Programme >> im Set mit Tasche, Film  
und Batterie

**PRIMA** Platinum Colour  
SUPER 28 N  
DM 349,-

unverbindliche Preisempfehlung



PLATINUM POWER

>> 3fach-Zoom-Objektiv 38-115 mm 1:3,6-8,5 >> 3-Punkt-Autofokus  
>> Metallfront >> kürzeste Verschlusszeit 1/1.200 sek. >> 7 Automatik-  
Programme >> im Set mit Tasche, Film und Batterien

**PRIMA** Platinum Colour  
SUPER 115 N  
DM 399,-

unverbindliche Preisempfehlung



PLATINUM STAR

>> 3,6fach-Zoom-Objektiv 38-135 mm 1:3,6-8,9 >> 3-Punkt-Autofokus  
>> manuelle Belichtungskorrektur  $\pm 1,5$  Stufen >> Metallfront >> kürzeste  
Verschlusszeit 1/1.200 sek. >> 7 Automatik-Programme >> im Set mit Tasche,  
Film und Batterien

**PRIMA** Platinum Colour  
SUPER 135 N  
DM 499,-

unverbindliche Preisempfehlung

**DIE PLATINUM COLLECTION: DREI NEUE  
KAMERAS AUS DER ERFOLGREICHEN PRIMA-  
FAMILIE, DIE MIT BEKANNT BRILLANTER  
TECHNIK FÜR PERFEKTE BILDER SORGEN.**

Drei neue Kameras, die aber vor allem mit ihrem neuen Platinum-Set alle Blicke auf sich ziehen. Denn das sieht mit seiner edlen Platin-Optik nicht nur so gut aus wie die Kamera. Es hat auch sonst einiges zu bieten. So läßt es sich mit einem einzigen Griff aufklappen und wird zum attraktiven Mini-Display in Ihrem Regal. Das Set bringt auch noch Film, Batterien und eine robuste Tasche mit. Und die sorgt dafür, daß die Kamera immer gut geschützt ist.