

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Kodak mit neuem Auftritt im Film- und Bildergeschäft



Farbwelt

Ein neuer Qualitäts-Standard



Kodak Vorstand
Dieter Werkhausen:

„Die größte
Kodak Werbekampagne
in der Geschichte
wird Emotionen wecken
und den Markt
spürbar stimulieren.“





100%

www.olympus.com

**DAS WICHTIGSTE FEATURE UNSERER NEUEN
DIGITALEN KAMERA SIND IHRE HÄNDE.**



CAMEDIA C-2020 Zoom

- [2,1-Mio.-Pixel-CCD
- [High Resolution 3fach-Zoom
- [Quick Time™ Motion
- [manuelle Einstellmöglichkeiten

*Quick Time Motion JPEG ist ein Warenzeichen von Apple Computer.

Die Weiterentwicklung der erfolgreichen Camedia-Serie von Olympus erfüllt mit der neuen C-2020 Zoom die kreativsten Wünsche. Und mit Quick Time™ Motion werden diese Bilder sogar lebendig. Denn neben Einzelbildern in gewohnter

2,1-Mio.-Pixel-Brillanz ist es möglich, kurze Videosequenzen aufzunehmen. Zusammen mit den zusätzlichen manuellen Funktionen werden die Möglichkeiten der kreativen Bildgestaltung fast unendlich. Mehr Infos dazu im Fachhandel.



OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE



Zum Titelbild: Kodak mit neuem Auftritt im Film- und Bildergeschäft

Mit einer völlig neuen Filmgeneration unter dem Namen „Farbwelt“ will Kodak im Jahr 2000 dem deutschen Fotomarkt spürbare Impulse verleihen. Die Qualität der neuen Produkte wurde speziell auf die Wünsche der Verbraucher in Deutschland und Österreich abgestimmt. Zusätzlich sollen ein innovatives, verbraucherorientiertes Verpackungsdesign und eine massive Werbekampagne den Erfolg von „Farbwelt“ sichern. Mit einem neuen Auftritt der Bilderlinien unter der Dachmarke „Kodak Bilder“ sollen zudem zusätzliche Emotionen im Bildergeschäft geweckt werden. **Seite 29**



Zeitenwende

PMA 2000 mit Rekordbeteiligung

Das digitale Zeitalter ist da! Das ist die Quintessenz der PMA 2000, die vom 3. bis 6. Februar in Las Vegas stattfand. Eine Flut von (digitalen) Innovationen, ergänzt durch die Ankündigung spektakulärer Kooperationen und zukunftsweisender Produktkonzepte hinter den Kulissen, sorgte für eine Aufbruchstimmung wie seit Jahren nicht mehr. Die beste Nachricht im digitalen Szenario: Auch bei der Silberfotografie ist weiteres Wachstum nicht ausgeschlossen. Mit 788 Ausstellern war die PMA 2000 die größte aller Zeiten. Daß an rund einem Drittel der Stände digitale Produkte zu sehen waren, spricht für sich. Auch bei den Besucherzahlen segelte die PMA 2000 auf Rekordkurs: Die bisherige Bestmarke wurde offensichtlich wiederum übertroffen. Nach 30.267 Besuchern (einschließlich Ausstellern) im Jahre 1999 rechnen die Organisatoren für dieses Jahr mit einer Gesamtzahl von rund 31.000 Teilnehmern. **Seite 10**



Eurocolor erweitert digitale Produktpalette

Mit deutlich erweitertem Sortiment formiert Eurocolor seine digitalen Fotofinishing-Dienstleistungen neu. Neben der bekannten Order-Station für den Fotohandel gibt es in Zukunft auch eine Bilder-CD und einen Internet-Service unter der neuen Dachmarke Fujicolor.

„Unserer Einschätzung nach ist das Jahr 2000 genau der richtige Zeitpunkt, um eine in sich geschlossene digitale Produktpalette im Amateurmarkt einzuführen“, erklärte Eurocolor Geschäftsführer Christian Prien vor der Fachpresse. „Mit Fuji Photo Film haben wir einen Partner, der uns digitale Technologien zur Verfügung stellt, die es uns ermöglichen, im Fotofinishing eine führende Rolle einzunehmen.“ **Seite 42**

Agfa bringt digitales Minilab d-lab.3 mit Lasertechnologie

Mit dem neuen d-lab.3 stieg auch Agfa auf der PMA in den Markt für vollständig digitale Minilabs ein. Das Gerät verbindet Lasertechnologie mit einer Kapazität von bis zu 1.700 10x15 Bildern pro Stunde. Für die vollautomatische Optimierung der Bildqualität hat Agfa in das neue Minilab Technik vom Feinsten eingebaut. **Seite 38**



Canons neues SLR-Flaggschiff EOS-1V löst die EOS 1N ab

Auf der PMA in Las Vegas hat Canon das neue Flaggschiff seiner professionellen Kleinbildkamerafamilie vorgestellt: Die EOS-1V löst ab sofort die EOS 1N ab. **Seite 54**



Nikon erweitert APS- und Kleinbild-Sortiment

Mit einer neuen Spiegelreflexkamera für engagierte Hobbyisten, der Nikon F80, neuen Sucherkameras für das APS- und das Kleinbildsystem sowie dem ersten Nikon Telezoom mit Bildstabilisator ist

Nikon ins Jahr 2000 gestartet. Vorgestellt wurden die Geräte auf einer Pressekonferenz im Rahmen der PMA. **Seite 58**

Fujifilm Pressekonferenz in Düsseldorf

Am 14.2.2000 lud die Fuji Photo Film (Europe) GmbH die Vertreter der Presse zu einer Konferenz ein. Präsentiert wurden die ersten Digitalkameras, die mit dem im Oktober letzten Jahres vorgestellten Super CCD des Unternehmens ausgestattet sind.

Außerdem gab Fuji Photo Film die Zusammenarbeit mit dem Mobiltelefonanbieter Nokia bei der Entwicklung der Bluetooth-Technologie zur digitalen Bildübertragung zwischen Mobilfunkgeräten und Digitalkameras bekannt. **Seite 62**





Zum Titelbild

Kodaks „Farbwelt“ – ein neuer Standard im Film- und Bildergeschäft **29**

Editorial

Wie teuer ist guter Rat? **5**

Wirtschaftspolitische Kommentar

Politik verdirbt den Charakter **26**

Industrie

Leica Camera AG richtet sich neu auf **48**

Fujifilm lud zur Pressekonferenz ein **62**

Eastman Kodak Company und HP gründen Joint Venture **78**

PMA 2000 in Las Vegas

Zeitenwende – PMA 2000 mit Rekordbeteiligung **10**

PMA-Neuheiten von Olympus **52**

Canons neues Profiflaggschiff EOS-1V löst die EOS-1N ab **54**

Nikons neue SLR-Kamera für anspruchsvolle Hobbyisten heißt F80 **58**

Jobo goes digital **80**

Minilab

Agfa bringt digitales Minilab d-lab.3 mit Lasertechnologie **38**



Scanner Neuheiten auf der CeBIT Digitalisierung leicht gemacht

Die neue Generation der auf der CeBIT gezeigten Scanner zeichnet sich vor allem durch anwenderfreundliche Bedienung und ein interessantes Preis-/Leistungsverhältnis aus. Aber auch das Design spielt eine immer größere Rolle. Inzwischen bietet der Scannermarkt für jede Anwendergruppe, sei es aus dem privaten oder beruflichen Bereich, das passende Gerät. **S. 74**

Ricoh Digitalkamera RDC-7: Flaches Fotogenie



Ricohs neue Digitalkamera, die RDC-7, ist ein echtes Multifunktionaltalent. Neben der Aufnahme von hochauflösenden Bildern, die der 3,3 Megapixel-CCD ermöglicht, kann der Anwender mit der Kamera Texte einscannen, Videofilme aufnehmen und Tonaufnahmen in guter Audio-Qualität aufzeichnen. **S. 66**

Handel **25, 28**

Kodaks „Farbwelt“ – ein neuer Standard im Film- und Bildergeschäft **29**

75 Jahre Optik Uhlig Foto **46**

H. D. Lehmann: Überraschungen **77**

Nachrichten **6, 8, 73**

Digital Imaging

Eurocolor erweitert digitale Produktpalette **42**

Ricoh Digitalkamera RDC-7: Flaches Fotogenie **66**

Neuheiten Digital Imaging **67, 71**

Epsons neue Produkte für die Fotobranche **68**

Nikons neues digitales Flaggschiff **70**

Minolta Dimâge 2300: Preiswerter Einstieg in die Megapixelklasse **72**

Scanner-Neuheiten auf der CeBIT: Digitalisieren leicht gemacht **74**

Video

U. Vielmuth: Video als Kunstform **79**

Neuheiten **36, 61**

Personelles

Personelle Veränderungen bei Agfa Deutschland **24**

In Memoriam: Prof. Dr. Karl Steinorth **76**

Exklusivserie in imaging+foto-contact

Polaroid Sofortbildfotografie **81**

Rechtstips **82**

Fotoliteratur **83**

Klein- und Personalanzeigen **84**

Impressum, Inserenten-Verzeichnis **87**

Der Fachhandel braucht gutes Verkaufspersonal

Wie teuer ist guter Rat?

Die PMA 2000, die vom 3. bis 6. Februar in Las Vegas stattfand, war ein historisches Ereignis. Die gesamte Messe brodelte förmlich von neuen Konzepten, tollen Innovationen und einer nie dagewesenen Aufbruchstimmung. Grund dafür war der offensichtliche Anbruch des Digital-Zeitalters und die daraus genährten Wachstumshoffnungen für die gesamte Welt des Bildes – einschließlich der sogenannten konventionellen Technologien.

Die Möglichkeiten für Handel und Verbraucher sind nahezu unbegrenzt. Daß die neuen Technologien immer noch ein wenig kompliziert sind und die wenigsten Konsumenten wissen, was man damit machen kann, spricht nicht dagegen. Im Gegenteil: Hier liegt die große Chance des kompetenten Fachhandels, durch gute Beratung den Markt zu entwickeln und gleichzeitig die eigene Umsatzkurve nach oben zu treiben.

Das kann nur funktionieren, wenn die Beratungsfunktion an der Theke wirklich ernst genommen wird. Offensichtlich ist das leider nicht immer der Fall. Ein großes Industrieunternehmen hat Ende vergangenen Jahres eine Testkaufaktion für Kompaktkameras in Fotofachgeschäften durchgeführt – mit bemerkenswerten Resultaten. Die Zahl der Fachverkäufer und -verkäuferinnen, die ein APS Modell empfohlen haben, sank im Vergleich zum Vorjahr erheblich. Das ist die schlechte Nachricht. Gleichzeitig sank auch die Zahl der Empfehlungen für 35mm Kameras. Das ist die schlechtere Nachricht. Im Klartext: Vier von zehn Testkunden, die

mit einem Kaufwunsch ein Fachgeschäft betreten haben, verließen dieses ohne eine Kaufempfehlung. Das ist die schlechteste Nachricht, und zwar seit Jahren.

Wenn in Teilen des Fotohandels schon die vergleichsweise simple Frage nach einer Kompaktkamera zum Beratungsfiasco führt, mag man sich die Ergebnisse gar nicht vorstellen, wenn die Testkäufer nach digitalen Produkten gefragt hätten. In den Vereinigten Staaten hat es vor kurzem eine solche Testkaufaktion gegeben – mit erschreckenden Ergebnissen, die Thema eines Vortrages auf der DIMA-Konferenz waren. Bevor wir über den mangelnden Ausbildungsstand amerikanischen Verkaufspersonals die Nase rümpfen, sollten wir uns an die eigene fassen. Hand aufs Herz: Könnten Sie oder Ihre Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aus dem Stegreif folgende Fragen beantworten:

1. Wenn ich von meinem Digitalfoto eine Vergrößerung im Format 20 x 25 cm haben möchte, wieviel Pixel sollte die Bilddatei mindestens haben?
2. Ich besitze das Digitalkameramodell XY der Firma sowieso. Wie viele Bilder in höchster Auflösung passen auf den mitgelieferten Datenträger?
3. Wenn ich meine Bilder zu Hause mit einem Inkjet-Drucker ausgabe, wie lange halten die Prints?

Sie haben keinen Zweifel, daß diese Fragen in Ihrem Geschäft kompetent beantwortet werden? Gratuliere! Wenn

Sie jetzt noch die wichtigsten Digitalkameramodelle vorführbereit angeschlossen haben und ein ordentliches Sortiment von Peripherie-Produkten und Inkjetpapieren bereithalten, braucht Ihnen um Ihre Zukunft nicht bange zu sein. Denn Ihre Kunden werden bei Ihnen nicht nur Geräte und Verbrauchsmaterialien kaufen, sondern Sie auch als kompetenten Partner für Dienstleistungen betrachten.

Guter Rat ist teuer – das gilt besonders in Deutschland mit seinen bekanntlich sehr hohen Personalkosten. Der Preisverfall der letzten Jahre im Geräte- und Bildergeschäft hat sicher dazu geführt, daß selbst in Fachgeschäften immer weniger wirklich qualifiziertes Personal zu finden ist. Was betriebswirtschaftlich sofort einleuchtet, kann für die Zukunft ein Schuß sein, der gewaltig nach hinten losgeht. Natürlich gibt es unsympathische Kunden, die beim Fachhandel die Beratung stehlen und dann dort einkaufen, wo es vermeintlich billiger ist. Die kennen wir seit Jahren, und von denen lebt der Fotohandel bereits heute nicht.

Wenn es andererseits keine Kunden gäbe, die bereit wären, für Beratung und persönlichen Service Geld auszugeben, gäbe es schon keinen Fotofachhandel mehr. Diese Klientel müssen wir nun für die neuen Technologien gewinnen – und zwar mit gut ausgebildetem Verkaufspersonal. Unterstützung gibt es bei der Industrie oder den Großfinishern.

Auch die einzigartige Institution der Kieler Fachschule für den Fotohandel sollten wir nicht vergessen. Gar nicht zu reden von Veranstaltungen wie der soeben zu Ende gegangenen PMA, auf der es nicht weniger als 213 Vortragsveranstaltungen gab. Aus solchen Quellen sprudelt die vielzitierte Beratungskompetenz des Fachhandels. Wer sie nicht nutzt, darf sich nicht wundern, wenn die Kunden zu anderen Vertriebsformen abwandern. Nicht beraten werden kann man nämlich überall.

Th. Blömer

Minit im Internet

Die Minit Service GmbH, Oberursel, bietet jetzt auch im Internet ihre Dienste an. Unter www.minit.de können Kunden Schilder, persönliche Visitenkarten und Stempel per Mausklick bestellen.

Die Auslieferung erfolgt direkt zum Kunden. Für eventuelle Nachfragen gibt es eine zentrale Servicenummer und eine E-Mail-Adresse.

Spector: Porst operativ positiv

Die Spector Photo Gruppe, Wetteren, Belgien, hat eine deutliche Verbesserung des Geschäftsergebnisses im Jahre 1999 bekanntgegeben. Nach vorläufigen Zahlen wird die Gruppe für das Gesamtjahr den geplanten operativen Cashflow in Höhe von 10 Prozent des Umsatzes erreichen.

Insgesamt erwartet die Gruppe für 1999 eine Steigerung des laufenden Ergebnisses (vor Abschreibung Goodwill) um mehr als 40 Prozent im Vergleich zu 1997. Im Jahre 1998 hatte Spector noch einen Verlust von 8 Millionen Euro erlitten.

In einer Spector Pressemitteilung wird betont, daß die deutsche Tochtergesellschaft Photo Porst auf der Jahresbasis 1999 ein positives operatives Ergebnis erzielt hat. Ab Juli sei das Schwabacher Unternehmen jeden Monat innerhalb des Budgets geblieben. Die Schließung nicht rentabler Geschäfte führte im Vergleich zu 1998 zu einem etwa dreiprozentigen Umsatzrückgang.

Im Jahr 2000 will Photo Porst sowohl bei der Anzahl der Outlets als auch beim Umsatz zum ersten Mal seit drei Jahren wieder wachsen.

Auch die Muttergesellschaft Spector will sich nach der Konsolidierungsphase der letzten Jahre, der ein explosives Wachstum in den Jahren 1994 bis 1996 vorausgegangen war, durch verschiedene Initiativen am Markt profilieren.

Auf dem Plan stehen sowohl die Erschließung neuer Geschäftsbereiche wie Digitalfotografie und E-Business als auch die Prüfung einiger Akquisitionen in verschiedenen europäischen Ländern, in denen Spector noch nicht aktiv ist.

Leica mit Gewinn im 3. Quartal

Die Leica Camera Gruppe hat im 3. Quartal des Geschäftsjahres 1999/2000 (31. März) das Ergebnis nach Steuern um 6,2 Millionen DM auf einen Gewinn von 4,8 Millionen DM verbessert. Der Umsatz konnte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 9,9% auf 78,1 Millionen DM gesteigert werden. Damit konnte das Ziel des Vorstands, im laufenden Geschäftsjahr ein ausgeglichenes Ergebnis nach Steuern zu erreichen, zum Ende des Dreiviertel-Jahres realisiert werden. Nach zwei Geschäftsjahren mit Verlusten von insgesamt über 30 Millionen DM hat Leica in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres die Gewinnschwelle erreicht. Für das 4. Quartal wird ein zumindest ausgeglichenes Ergebnis erwartet. Der Vorstand sieht dies als wesentlichen Schritt auf dem Weg zum Turnaround, an dem aber weiterhin hart gearbeitet werden muß.

Neben der positiven Absatzentwicklung führten vor allem Restrukturierungsmaßnahmen zum Betriebsgewinn von 6,9 Millionen DM im 3. Quartal. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies eine Verbesserung um 7,4 Millionen DM. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit übersteigt mit 5,9 Millionen DM den Vorjahreswert um 7,9 Millionen DM. Dazu hat vor allem ein Rückgang der Finanzaufwendungen wegen der geringeren Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten beigetragen.

Mit Kameras und Objektiven der Meßsucher-Systemkamera Leica M6 erzielte das Solmscher Traditionsunternehmen im 3. Quartal eine Umsatzsteigerung um 9,3% auf 22,2 Millionen DM. In diesem Wachstum sind die Umsätze mit der zu Beginn des Kalenderjahres 2000 vorgestellten Schwarzlack-Version der Leica M6 noch nicht enthalten. Die Auslieferung der 2000 Exemplare umfassenden Sonderserie hat im laufenden Quartal begonnen – die begrenzte Stückzahl war schon wenige Tage nach der Produktpräsentation im Internet weltweit ausverkauft.

Der Umsatz mit Kameras und Objektiven des Spiegelreflexsortimentes Leica R ging um 6,3% auf 9,8 Millionen DM zurück. Die Einführung der kompakten Digitalkamera Leica digilux zoom führte im 3. Quartal zu einem Wachstum von 55,4% auf 16,8 Millionen DM in diesem Bereich. Umsätze mit der neuen Kompaktkamera Leica C1 werden sich erst nach dem Berichtszeitraum auf die Zahlen auswirken.

Mit einer leichten Steigerung von 1,4% setzten Ferngläser und Spektive auch im 3. Quartal ihr kontinuierliches Wachstum fort und erzielten einen Umsatz von 12,7 Millionen DM. Bei den Diaprojektoren konnte Leica seine Position mit einem Wachstum von 3,5% auf 6,2 Millionen DM festigen.

Regional ist die Umsatzentwicklung der Leica Camera AG im 3. Quartal durch eine sehr positive Entwicklung in den USA (+19,2% auf 19,0 Millionen DM) sowie im Raum Asien und Australien (+31,0% auf 11,9 Millionen DM) geprägt. Der europäische Markt entwickelte sich mit einem Zuwachs von 5,5% auf 45,9 Millionen DM ebenfalls positiv.

OLYMPUS

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

Wir setzen Maßstäbe

CAMEDIA C-2020Z

Neue Chancen für die Kreativität

- 2,1 Millionen Megapixel CCD
- automatische und manuelle Belichtungs- bzw. Scharfeinstellung
- Spot- und Mehrfeldmessung
- Flexible Blitzprogramme
- Aufnahmen von bewegten Bildern in JPEG
- Verschiedene Bildeffekte
- Serienbildfunktion



CAMEDIA C-2500L

Neue Dimensionen in der Digitalfotografie

- All-In-One Spiegelreflexkamera mit 2,5 Millionen Pixel CCD
- Extrem scharfer 3fach Zoom
- Automatische und manuelle Belichtungsprogramme
- Integral- und Spotmessung
- Doppelslot für SmartMedia und CompactFlash
- Externer Blitzanschluß
- Nahaufnahmen bis zu 2 cm

MM1

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!

im Netz!

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

Ständig neue Nachrichten

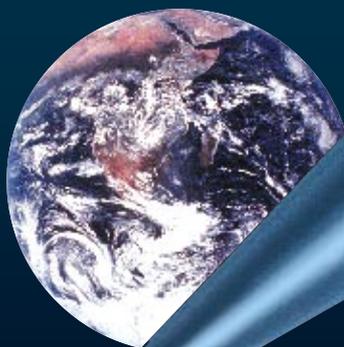
Kostenlose Kleinanzeigen

Downloads

Heftarchiv

der grosse foto katalog

Produktdatenbank



Wachstum bei CeWe Color

Die CeWe Color Gruppe hat im Geschäftsjahr 1999 in ihren 25 Betrieben erstmals über 3 Milliarden Farbbilder hergestellt und verkauft. Die Menge der entwickelten Filme wuchs auf über 60 Millionen Stück. Nach 2,78 Milliarden Bildern im Jahre 1998 bedeutet diese Entwicklung eine Mengensteigerung von etwa 9 Prozent. Detaillierte Zahlen zum Ergebnis des Jahres 1999 wird CeWe Color in den kommenden Wochen bekanntgeben.

Neuer Name für Bowers

Die Bowers Trading GmbH, Hamburg, geht mit einem neuen Namen und erweitertem Programm ins Jahr 2000. Das Unternehmen firmiert jetzt auch für den europäischen Vertrieb unter dem weltweit eingeführten Namen der amerikanischen Muttergesellschaft und nennt sich Calumet Photographic GmbH. Ab Januar 2000 wurde exklusiv der Verkauf von fotografischen Filtern der Firma Kodak in Europa übernommen. Calumet ist insgesamt in 23 verschiedenen Städten in Europa und den

USA vertreten. Für Deutschland gibt es eine kostenfreie Servicenummer unter 0800/2258638. Im Sommer soll ein Internet-Shop unter der Adresse <http://www.calumetphoto.com> eröffnet werden.

Hasselblad Fotowettbewerb

In Kooperation mit dem bekannten Musik-Magazin „Rolling Stone“ veranstaltet Hasselblad den Fotowettbewerb „Musik“. Gefragt sind Reportage-, Porträt-, Stillife- oder Action-Fotos, die im Studio oder on location entstanden sein können.

Teilnehmen können alle Fotografinnen und Fotografen, ganz gleich, ob Berufs- oder Hobbyfotograf, mit einem Mindestalter von 18 Jahren.

Zu gewinnen gibt es eine Hasselblad 503CW, eine Hasselblad XPan und eine Profoto Blitzanlage. Als Sonderpreis winkt ein Fotoauftrag vom „Rolling Stone“ Magazin.

Einsendeschluß ist der 15. Juli. Nähere Informationen gibt es bei: Hasselblad Vertriebsgesellschaft mbH, An der Strusbek 32a, 22926 Ahrensburg, Tel.: 04102/49101, Fax: 04102/49143, E-Mail: info@hasselblad.de

Gretag Imaging mit 45 Prozent Plus

Gretag Imaging hat im Jahre 1999 den konsolidierten Umsatz um 45% auf 697 Millionen SFR gesteigert. Im Jahre 1998 erzielte das Unternehmen einen Gesamtumsatz von 481 Millionen SFR. Die Umsatzsteigerung ist auf inneres Wachstum in Höhe von 121 Millionen SFR (25%) sowie auf Akquisitionen zurückzuführen, die 95 Millionen SFR (20%) beisteuerten. Positive Währungseinflüsse sind die Ursache für 1,9% des Umsatzes.

Die aus den Bereichen Minilabor und Zentrallabor bestehende Consumer Imaging Division konnte einen Umsatzanstieg um 27% auf 592 SFR (1998: 465 Millionen) verzeichnen. Dazu hat vor allem die starke Nachfrage nach Minilabs beigetragen. Durch die Akquisition von Raster Graphics und Cymbolic Sciences stieg der Umsatz der Professional Imaging Division von 8 Millionen SFR im Jahre 1998 auf 99 Millionen SFR im Vorjahr. Die stärkste Absatzregion für Gretag Imaging ist Nord- und Südamerika mit einem Umsatzanteil von 71%, gefolgt von Europa mit 27%. In Asien werden 2% des Umsatzes von Gretag Imaging erwirtschaftet.

Ihre Zukunft beginnt jetzt!

Mit dem renditestarken Digitalprogramm von CeWe Color

Das Digitalprogramm von CeWe Color ist die vorausschauende Antwort auf die gegenwärtige Entwicklung in der Fotografie und der Computertechnik. Es schafft viele neue Formen der Bildbearbeitung, ohne dabei auf die klassische Fotografie zu verzichten. Sie können damit Ihren Kunden über die gewohnten Leistungen hinaus ein Programm anbieten, mit dem der Anfänger einfach und schnell in die digitale Fotografie und Bildbearbeitung einsteigen und das der Kenner professionell nutzen kann.

Das Digitalprogramm von CeWe Color steht für Innovation und für beste Perspektiven in der Zukunft.

Fordern Sie uns. Wir sind für Sie da.



Fotos auf einer Diskette inklusive Präsentationsprogramm.



Fotos aus Digitalkameras, Bild- und Grafikdateien auf original Fotopapier.



Surfen online. Rund um die Uhr auf Ihrer Homepage im Internet.



Für die kreative Bildnutzung: Fotos auf CD-ROM mit attraktiver Bildbearbeitungssoftware.



Das digitale Bildarchiv für die professionelle Verwendung.



Das digitale Fotoalbum im Internet.


cewe color

Zeitenwende



PMA 2000

mit Rekordbeteiligung

Das digitale Zeitalter ist da! Das ist die Quintessenz der PMA 2000, die vom 3. bis 6. Februar in Las Vegas stattfand. Eine Flut von (digitalen) Innovationen, ergänzt durch die Ankündigung spektakulärer Kooperationen und zukunftsweisender Produktkonzepte hinter den Kulissen, sorgte für eine Aufbruchstimmung wie seit Jahren nicht mehr. Die beste Nachricht im digitalen Szenario: Auch bei der Silberfotografie ist weiteres Wachstum nicht ausgeschlossen.

Mit 788 Ausstellern war die PMA 2000 die größte aller Zeiten. Daß an rund einem Drittel der Stände digi-

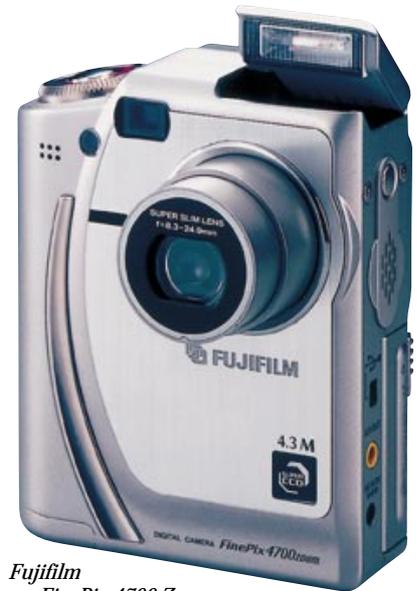
tales Produkte zu sehen waren, spricht für sich. Auch bei den Besucherzahlen segelte die PMA 2000 auf Rekordkurs:



Deutsche Begegnung im internationalen Bereich der PMA: (v. l.) Martin Wagner (Ringfoto), der in diesem Jahr in das PMA Board of Trustees gewählt wurde; Karen Petersen-Gyngyösi (PMA Direktor für Mittel- und Osteuropa); Ringfoto Geschäftsführer Hubert Gröver und Elisabeth Scherer, die in der PMA Zentrale in Jackson, Michigan, USA, für die deutschsprachigen Mitglieder zuständig ist.



Man trifft sich auf der PMA auf zahlreichen Empfängen. Hier (von links) Rainer Schorch (Photo Schorch, Gütersloh, Sprecher der deutschen PMA Mitglieder), Jürgen Schuster (Geschäftsführer Boys & Girls), Karen Petersen-Gyngyösi (Direktor Central & Eastern Europe der PMA) und PMA Europa-Direktor Dr. Klaus Petersen.



Fujifilm
FinePix 4700 Zoom

Der Super CCD sorgt hier für Bilddateien mit 6,1 Millionen Pixeln. Für rund 8000,- DM soll die Kamera mit

Die bisherige Bestmarke wurde offensichtlich wiederum übertroffen. Nach 30.267 Besuchern (einschließlich Ausstellern) im Jahre 1999 rechnen die Organisatoren für dieses Jahr mit einer Gesamtzahl von rund 31.000 Teilnehmern. Die endgültigen Zahlen werden in Kürze bekanntgegeben.

Beeindruckend auch das Vortragsprogramm: In 213 Veranstaltungen traten 455 Redner und Rednerinnen auf, zum Teil vor gerappelt vollen Sälen. Das gilt besonders für die Jahrestagung der Digital Imaging Marketing Association (DIMA), die unmittelbar vor der PMA stattfand und so gut besucht war, daß bei vielen Vorträgen Teile des Publikums keinen Sitzplatz mehr bekamen.

Pixelflut

Digitalkameras waren die unbestrittenen Stars dieser PMA. Drei Millionen



Mann des Jahres: George Fisher, bis zum 31.12.1999 Chief Executive Officer der Eastman Kodak Company. Er ist als Chairman weiterhin in repräsentativer Funktion für die Eastman Kodak Company tätig. Die Auszeichnung „Mann des Jahres“ wird von dem amerikanischen Verband PhotoImaging Manufacturers & Distributors Association im Rahmen eines festlichen Dinners vergeben. Fisher wurde vor allem für seine in den sechs Jahren an der Spitze der Eastman Kodak Company verwirklichten Aktivitäten geehrt, die Digitaltechnik nicht als Konkurrenz, sondern als Chance für die Fotobranche zu begreifen. In seiner Dankesrede betonte Fisher, die Auszeichnung gelte nicht ihm alleine, sondern vor allem seinen Mitarbeitern.



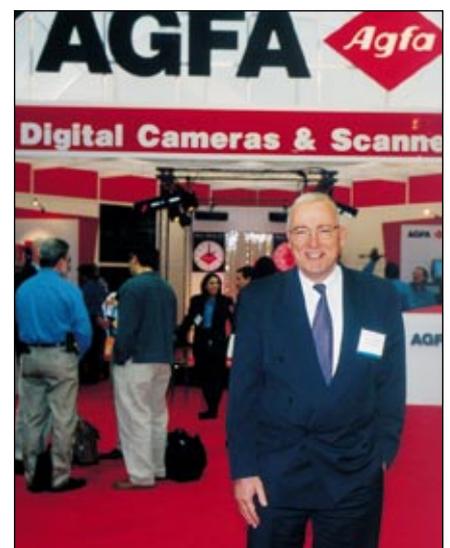
Am Agfa Stand: Gerd Peter Scheck, Leiter Direktexport, und Peter von Woedtkke, Geschäftsführer der Agfa Vertriebsgesellschaft Deutschland.



Für sein Lebenswerk wurde der frühere Präsident des Geschäftsbereichs Foto bei Agfa USA, Hans Kuhlmann, ausgezeichnet. Er nahm den Lifetime Achievement Award aus der Hand von James Chung, Präsident des International Photographic Council, entgegen.

Pixel sind jetzt Standard in der Amateur-Oberklasse. Casio, Canon und Olympus hatten bereits kurz vor der

Messe Produkte dieser Kategorie angekündigt. Für viel Aufsehen sorgte Fujifilm mit den zwei ersten Modellen, die Chips mit der im Herbst vergangenen Jahres angekündigten Super CCD Technologie enthalten. Damit erzeugt die neue, äußerst kompakte Fujifilm FinePix 4700 Zoom Bilddateien mit 4,3 Millionen Pixeln. Die Kamera mit 3-fach Zoomobjektiv soll knapp 2000,- DM kosten. In der Profiklasse stellte Fujifilm mit der FinePix S1 Pro ein Spiegelreflexmodell mit Nikon-Bajonett vor.



Erstmals auf einer internationalen Messe in seiner neuen Funktion als Agfa Vorstandsmitglied: Wout van der Kooij.

schneller Serienbildfunktion ab Juni dieses Jahres erhältlich sein. Minolta machte sich mit der Dimäge 2300 auf dem Digitalkameramarkt bemerkbar. Das sehr kompakte Modell (114 x 65 x 40 mm) mit Festbrennweite bietet 2,3 Millionen Pixel. Von der automatischen Programmsteuerung über manuelle Einflußmöglichkeiten auf Weißabgleich und Belichtung bis zur schnellen USB-Schnittstelle bietet das Gerät eine komplette Ausstattung – und zwar zu einem überraschenden Preis: 799,- DM soll die Preisempfehlung lauten, mit der sich Minolta offensichtlich vor allem Marktanteile sichern will. Mit einem hochinteressanten Digitalkamerakonzert überraschte Samsung. Die Cybermax 35 ist mit VGA-Auflösung

zwar bestimmt kein Pixelriese. Dafür gibt es die Kamera allerdings mit eingebautem MP3-Spieler. Die Aussicht, jederzeit und überall Musik hören zu können und gleichzeitig eine Kamera dabei zu haben, könnte Jugendliche durchaus fürs (digitale) Fotografieren begeistern. Casio schlägt dagegen vor, eine 32 Gramm leichte 40 x 52 x 16 mm kleine Digitalkamera wie eine Armbanduhr zu tragen und damit schwarz-weiße Bilder aufzunehmen. Auch Pentax möchte im schnell wachsenden Digitalkameramarkt ein Wort mitreden. 2,11 Millionen Pixel bietet die Pentax EI 200, deren Zoomobjektiv einen Brennweitenbereich von 34-108 mm (umgerechnet auf 35 mm) bei einer Lichtstärke von f/2,4-f/4,0 bietet



Norbert Keller, Direktor Marketing und Vertrieb der Minolta GmbH, konnte mit der Digitalkamera Dimäge 2300, die eine Auflösung von 2,3 Millionen Pixeln zu einem sensationellen Preis von 799,- DM bietet, und der 35 mm Kompaktkamera Riva Zoom 150 zwei interessante Neuheiten vorstellen.

Filmentwicklung ade?



Zu den Unternehmen, die wichtige Produktkonzepte hinter verschlossenen Türen nur ausgewählten Besuchern demonstrierten, gehörte in Las Vegas Applied Science Fiction (ASF). Dieses im Jahre 1995 gegründete Hightech-Unternehmen hat eine sensationelle Technologie entwickelt, mit der die normale Filmentwicklung überflüssig wird. Stattdessen wird der belichtete, unentwickelte Film mit Hilfe eines Stoffes, den man wohl als Katalysator bezeichnen kann, elektronisch gescannt und die im latenten Bild vorhandene Information in eine digitale Datei umgewandelt. Es ist zu vermuten, daß dabei die unterschiedlichen Farbschichten eines Filmes in

einer exakt definierten zeitlichen Abfolge nacheinander ausgelesen werden. Die berühmten gut informierten Kreise haben bestätigt, daß dieses Verfahren funktioniert. Der Film kann allerdings danach nicht mehr entwickelt werden; die Negative sind verloren. Der Vorteil besteht in der Unkompliziertheit und der Schnelligkeit des Verfahrens, das die Bilder in hoch aufgelösten, digitalen Dateien verfügbar macht. Soll man ASF besser mit „Applied Science Fiction“ übersetzen? Die Technologie wirft tatsächlich gravierende Fragen auf. Wie wird die Farbe erzeugt? Gerade bei modernen Farb-Negativfilmen entsteht die Qualität des Bildes während der Entwicklung: Dabei kommt es zu einer komplizierten Interaktion zwischen den einzelnen Farbschichten, um einerseits erwünschte Farbstoffe zu erzeugen und andererseits unerwünschte Nebendichten zu unterdrücken. Bei dem von Applied Science Fiction erfundenen Verfahren müssen diese Effekte notwendigerweise durch Software elektronisch simuliert werden. Um das zu ermöglichen, müßte das spezielle Entwicklungsverhalten jedes einzelnen Filmtyps genau definiert und bekannt sein. Ist das möglich? Man

kann es zumindest nicht ausschließen. Applied Science Fiction ist ein junges Unternehmen, hat aber durch einige hervorragende Technologien bereits von sich reden gemacht. Dazu gehört die in zahlreichen Scannern dieser Welt zu findende Software zur automatischen Retusche von Kratzern und Staubkörnern. Eine andere Technologie von ASF betrifft die Restaurierung von ausgebleichten Farbbildern – und zwar automatisch. Die alten Bilder werden gescannt und der ursprüngliche Farbcharakter mit Hilfe einer hochintelligenten Software wiederhergestellt, so daß anschließend ein gutes Bild ausgedruckt oder auf Fotopapier belichtet werden kann. Man könnte sich denken – wohlgemerkt: das ist eine Spekulation – daß dieses Know-how auch bei der Erzeugung der Farben in dem neuen utopisch klingenden Filmprozeß eine Rolle spielt. Die Branche nimmt den Ansatz von Applied Science Fiction jedenfalls offensichtlich ernst: Gretag Imaging hat eine Kooperation mit Applied Science Fiction bekanntgegeben, um ein Minilabor zu entwickeln, das ohne Chemikalien auskommt. Auch führende Vertreter von Eastman Kodak wollten nicht ausschließen, daß diese Technologie interessant sein könnte. In Verbindung mit dem angekündigten digitalen Inkjet Minilab des Joint-Ventures zwischen Kodak und Hewlett-Packard wäre eine trockene „Filmentwicklung“ tatsächlich der Stein der Weisen.

Go digital!



Go Noritsu!

Noritsu MiniLabs
Weltweit **die Nr. 1**

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



Bild oben: Man traf sich am Leica Stand: Vorstandsvorsitzender Hans-Peter Cohn begrüßte Manfred Heiting, der auf dieser PMA wieder für Polaroid tätig war. Steffen Keil (Bild rechts), Vertriebsleiter Deutschland der Leica AG, mit dem Geschäftsführer des Photoindustrie-Verbandes, Rainer Schmidt (rechts).

und Makroaufnahmen mit einer kürzesten Entfernung von 10 cm ermöglicht. Die Markteinführung soll später im Jahr erfolgen. Ein Preis wurde noch nicht genannt. Das gilt auch für den Prototypen einer Spiegelreflex-Digitalkamera von Pentax. Das Gerät mit 2,24 Millionen Pixel zeichnet sich durch ein sehr ansprechendes Design und ein fest eingebautes 3fach-Zoomobjektiv aus. Zudem überraschte Pentax mit der Ankündigung einer strategischen Allianz mit Hewlett-Packard. Die beiden Unternehmen wollen ihre jeweiligen

Kompetenzen in der Computertechnik und im Kamerabau zur Entwicklung von Digitalkameras nutzen, die jeweils unter der eigenen Marke verkauft werden sollen.

SLR-Renaissance

Kamerainnovationen gab es allerdings nicht nur



im digitalen Bereich. Canon stellte mit der Canon EOS 1 V ein neues Profimodell vor – robust, wetterfest und fast unglaublich schnell. Zehn Bilder pro Sekunde mit Autofocus-Funktion sind nur eines der Leistungsmerkmale dieses Gerätes, das wir an anderer Stelle dieser Ausgabe ausführlich vorstellen. In der Amateur-

Oberklasse zeigte Nikon mit der F80 Flagge. Die neue Kamera bietet viel Profitechnik zum Amateurpreis und soll die F70 ablösen. Pentax rundete seine Produktpalette mit der MZ30 ab.

35 mm Kompakte: Viel Brennweite auf wenig Raum

Weniger Gehäuse, mehr Brennweite ist der Trend bei den 35 mm-Kompakt-kameras. 38-135 mm bietet die neue Espio von Pentax. Ebenfalls sehr kompakt ist die Minolta Riva Zoom 150 mit einem Brennweitenbereich von 37,5-150 mm. Konica stellte zwei weitere Modelle im zur Zeit so beliebten Retro-Look vor. Die Konica Z-up 110 VP bietet ein 38-110 mm 2,9fach-Zoomobjektiv und ist mit einer neuen Blitzlade-Funktion „Flash Power Management“ ausgestattet, die erheblich zur Einsparung von Batteriestrom beitragen soll. 50 Prozent mehr Filme als bei früheren Konica



Helmut Rupsch, Fujifilm Geschäftsleiter Deutschland, stellte zahlreichen Besuchern die ersten Digitalkameras mit der revolutionären Super CCD Technologie vor.



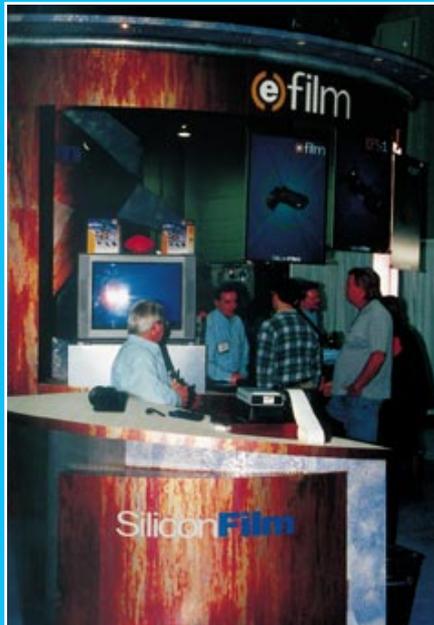
Als Prototypen stellte Pentax die kompakte Digitalkamera EI 200 mit 3fach-Zoomobjektiv und 2,1 Millionen Pixeln und die Spiegelreflexkamera EI 2000 vor. Marktfähige Produkte sollen noch in diesem Jahr folgen.

Kameras, so die Pressemeldung, können mit einer Batterie belichtet werden. Dieses Merkmal findet sich auch in der neuen Konica Z-up 150 VP, die über ein 3,9fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 38-150 mm verfügt.

Auch Nikon stellte drei neue 35 mm

Film mit Chip

Bereits vor zwei Jahren tauchte in Amerika ein Konzept für einen „digitalen Film“ auf, mit dem es möglich sein sollte, eine gewöhnliche Spiegelreflexkamera in eine Digitalkamera zu verwandeln. Lange Zeit war von der bahnbrechenden Erfindung nichts mehr zu vernehmen, so daß sich Skeptiker und Zweifler bestätigt fühlten. Auf der PMA 2000 präsentierte das Unternehmen Silicon Film Technologies ein Bundle, das neben besagtem elektronischen Film ((e)-film) einen (e)port-Adapter, mit dem die Daten des Films auf den PC übertragen werden können, und ein (e)-box-Speichermodul, durch das sich die Daten auf CompactFlash Karten übertragen lassen, enthält. Zunächst soll der digitale „Film“ mit Profikameras der Marken Nikon und Canon kompatibel sein, weitere Modelle werden folgen. Das Prinzip des „Films“ ist eigentlich ganz simpel: Durch das Schließen des Kameradeckels wird der in dem



(e)film integrierte 1,3-Megapixel-CMOS-Sensor aktiviert und die Kamera arbeitet fortan digital. Ein Nachteil entsteht durch die physikalisch kleine Größe des Bildumwandler: Da er nicht die Filmebene des Kleinbildformates abdeckt, muß der Fotograf beispielsweise ein Weitwinkelobjektiv einsetzen, um auf die Brennweite eines Normalobjektives zu kommen. Weiterer Wermutstropfen: Das von Silicon Film angebotene Bundle ist zur Zeit mit umgerechnet zirka 1.400 DM genauso teuer wie eine Digitalkamera dieser Leistungsklasse.

Ein Nachteil entsteht durch die physikalisch kleine Größe des Bildumwandler: Da er nicht die Filmebene des Kleinbildformates abdeckt, muß der Fotograf beispielsweise ein Weitwinkelobjektiv einsetzen, um auf die Brennweite eines Normalobjektives zu kommen. Weiterer Wermutstropfen: Das von Silicon Film angebotene Bundle ist zur Zeit mit umgerechnet zirka 1.400 DM genauso teuer wie eine Digitalkamera dieser Leistungsklasse.



Schlank und schön: Minolta Riva Zoom 150

Zoomkameras vor. Besonders hervorzuheben ist die optische Leistung der neuen Nikon Lite-Touch Zoom 120 ED, deren 3,2fach-Zoomobjektiv (38-120 mm) mit asphärischen Linsen und ED-Glas ausgestattet ist.

Eine originelle Neuheit gab es vom japanischen Hersteller Goko, dem Erfinder der Macromax Kameras. Diese einzigartigen Modelle, die in Deutschland vom Cullmann vertrieben werden, ermöglichen Nahaufnahmen bis zu einem kürzesten Abstand von 10 cm und beeindruckender Schärfe. Diese Super Macrofunktion war bisher allerdings nur in Fix Focus Kameras mit fester



Am Stand von Olympus informierte sich Rolf Basten (Foto Stober, Freiburg) bei Martin Hubert, Leiter Vertrieb und Marketing Consumer Produkte Deutschland bei Olympus, über die aktuellen Neuheiten.

Brennweite erhältlich. Das soll anders werden: Ab Juni gibt es diese einzigartige Funktion in einer 2fach-Zoom-Autofocus-Kamera, der Macromax Mac 10 Z



Nahaufnahmen bis zu einem kürzesten Abstand von 10 cm ermöglicht die Goko Macromax Mac-10 Z3000, eine 35 mm Kompaktkamera mit 3fach-Zoomobjektiv. Sie ist ab Juni dieses Jahres in Deutschland bei der Cullmann GmbH erhältlich.



Eine hohe Kapazität zeichnet das Noritsu Minilab aus. Die volldigitalen Geräte werden in vier verschiedenen Modellen verfügbar sein.



Die bereits auf der photokina angekündigten Rollei d-flex Digitalkameras sind jetzt marktreif. Geschäftsleitungsmitglied Paul Dume sieht Anwendungen für diese einzigartigen Produkte in zahlreichen Spezialbereichen wie Meßtechnik, Materialprüfung und im Industriegeschäft.

2000, und einer 3fach-Zoom-Autofocus-Kompaktkamera, der Mac 10 Z 3000.

APS Innovationen

Interessante neue Kameramodelle gab es in Las Vegas auch für das Advanced Photo System. Fujifilm zeigte eine komplett neue Kamerafamilie. Auch Kodak stellte neue Produkte vor. Das Interessanteste davon war ohne Zweifel die Kodak Advantix Preview Kamera,

bei den 2fach-Zoom APS Kameras eckig. Die Konica Revio Z 2 gibt es jetzt im immer noch bestechend schönen Grünmetallik-Gehäuse. Olympus zeigte mit der iZoom 2000 ein preisgünstiges, fast quadratisches 2fach-Zoom Modell, das nur 125 Gramm wiegt.

Etwas schwerer, aber dafür mit Schiebemechanismus und edlem Finish zeigt sich die Nikon Nuvis S 2000, ebenfalls mit 2fach-Zoomobjektiv.

Minilabs: Digitale Bilderwelt

Knapp zwei Stunden vor der Messeeröffnung sorgten zwei amerikanische Großunternehmen auf einer gemeinsamen Pressekonferenz für einen Paukenschlag. Die Eastman Kodak Company und Hewlett Packard kündigten die Gründung eines Joint-



Vorträge in deutscher Sprache gehören bereits seit einigen Jahren zum Programm der PMA. Am ersten Messetag sprach Wolfgang Abendroth (CeWe Color) über Minilab-Marketingtendenzen (Bild oben), am folgenden Tag Thomas Blömer, imaging+foto-contact, über Zukunftspotentiale des Fotohandels (Bild rechts). Auch am dritten Messetag gab es mit der Präsentation von Thomas Dockter einen interessanten Vortrag über die Zukunft des Fotofachhandels.



Ein motiviertes Team an Canon Stand: (v. l.) Patrizia Franse-Poletti, Manfred Pfab, Petra Strunck, Jobst Breitenfeld, Rolf Straeter und Tilman Blachut.

die als erste konventionelle Kamera der Welt mit einem LCD-Display ausgestattet ist, auf dem das Bild farb- und belichtungsgetreu sofort nach der Aufnahme begutachtet werden kann. Die 2fach-Zoomkamera soll im vierten Quartal dieses Jahres auch in Deutschland erhältlich sein. Auch auf der PMA 2000 blieb der Trend

Canon Euro-Photo hatte am Stand der amerikanischen Canon Inc. wieder einen großzügigen Bereich für Besucher aus Deutschland reserviert. Über die hervorragende Resonanz freuten sich Canon Euro-Photo Präsident Dr. Roderich Stomm (Mitte), Rainer Führes, Divisional Director Marketing (links), und Harald Horn, Divisional Director Sales.



Ventures an. Das gemeinsame Unternehmen soll digitale Minilabs entwickeln, mit denen 500 bis 600 Bilder pro Stunde im Inkjet-Verfahren hergestellt werden können. Die technologischen Vorbereitungen scheinen schon weit gediehen zu sein: Mit den ersten Produkten ist im kommenden Jahr zu rechnen (s. Bericht auf S. 78).

Die auf der Messe gezeigten digitalen Minilabs halten sich unterdessen weiter an das bewährte Prinzip, digitale Bilddateien auf Fotopapier zu belichten. Agfa stieg mit dem technisch ab-

Da steckt Umsatz drin!

**STARKER
AGFA
TV-AUFTRITT**
ab März 2000!



**Wild
TATTOOS**
in jedem Agfa
Film-Riegel

- Jetzt beginnt die starke Multipack-Nachfrage!
- Begegnen Sie dem Wunsch Ihrer Kunden mit dem Erfolgsprodukt für schnellen Abverkauf: dem Agfa Film-Riegel im neuen Design!
- Mit attraktivem Onpack: den coolen Agfa Wild Tattoos!
- Der verkaufsstarke Multipack in prämierter HDC plus-Qualität!
- Massiver Agfa-Werbedruck gibt Ihrem Absatz neuen Schub!



Zum Glück ist es Agfa.

AGFA 



Spector Vorstandsvorsitzender Johan Mussche zeigte sich auf der PMA mit der Geschäftsentwicklung der Tochtergesellschaft Photo Porst zufrieden.

solot erstklassigen d-lab.3 in dieses Marktsegment ein. Fujifilm demonstrierte das bekannte Frontier 350. Greitag präsentierte die neue Minilab Serie Masternova als Nachfolger der mehr als 13.000mal verkauften Masterlab Serie. Die neuen Geräte mit einer Standfläche von weniger als 1 qm sind mit der Bildverbesserungs-Software Eye-Tech-Scanning ausgerüstet. Der Anwender kann analog starten und die Geräte mit einem Aufrüstungskit zu einem voll digitalen Minilab ausbauen. Koni-

ca zeigte mit dem QD-Mini ein kinderleicht zu bedienendes Order-Ter-



Starker Publikumsandrang herrschte bei der Jahreskonferenz der Digital Imaging Marketing Association (DIMA). „Film

ist tot“ war allerdings nur ein provozierender Titel und keinesfalls das Ergebnis der Veranstaltung. In der Branche besteht Einigkeit, daß die Digitaltechnik der Fotobranche kein Geschäft wegnimmt, sondern vielmehr neue Möglichkeiten eröffnet.



Mit der MZ-30 rundet Pentax seine Spiegelreflexpalette ab.

1.250 9x13 Bildern pro Stunde bei einem maximalen Bildformat von 305x475 mm. Die Belichtung erfolgt durch eine MLVA (Micro Light Valve Array) Lichtquelle. Dies ist auch beim QSS 2711 DLS der Fall, das zusätzlich Scanning- und Bildverarbeitungstechnologie von Kodak bietet. Es ist auch für den Einsatz in Netzwerkumgebungen wie PhotoNet Online geeignet.

Im Herbst dieses Jahres auf den Markt kommen sollen die Noritsu Minilabs der QSS 28 Serie. Vier Modelle mit unterschiedlichem Leistungsprofil sind geplant mit Kapazitäten zwischen 1.850 und 2.580 9x13 cm Bildern pro Stunde. Diese Geschwindigkeit wird durch die von Texas Instruments entwickelte DLP (Digital Light Processing) Technologie ermöglicht, bei der die Belichtung über 1,3 Millionen winziger Spiegel erfolgt. Auch diese Geräte werden mit der Kodak DLS Technik zu haben sein.



Wolfgang Härter, Geschäftsführer der Ferrania Deutschland GmbH, stellte den zahlreichen Besuchern aus Deutschland die neuesten Produkte des traditionsreichen neuen Unternehmens vor.

minal für das QD 21 Minilab-System. Noritsu stellte die digitalen Minilabs der QSS 27 Serie vor. Das Modell QSS 2701 Digital bietet eine Kapazität von



Andreas Timm-Stöffhaas, Direktor Foto-Optik der Pentax GmbH, zeigt Stefan Uhlenhuth, Geschäftsführer Foto Coesfeld, die neue kompakte Espio.





Samsung Verkaufsleiter Dieter Sommerfeld zeigt die neuen Kompaktkameras in originellem Design, das sich an die erfolgreichen iMac Computer anlehnt.



„Hunting Green“ heißt auf englisch die bestechend schöne Gehäusefarbe der Konica Revio Z2.

Besuchern seine voll digitale Produktionslinie für das Großlabor unter dem Namen Cyra vor. Es soll nicht nur den Arbeitsablauf für normale Fotoaufträge in Großlabors revolutionieren, sondern im Zusammenhang mit Technologien des von Gretag im

Großfinishing: Türe zu

Die wichtigste Innovation für das Großfinishing war in Las Vegas nur hinter verschlossenen Türen zu sehen. Gretag Imaging stellte ausgewählten

Am Konica Stand diskutierten Marion Knoche (GfK) und Marketing Direktor Jürgen Diehl die neuesten Zahlen aus dem deutschen Fotomarkt.



Rollei



Ein Fotograf hat es nicht immer leicht. An seine Aufnahmen werden hohe Anforderungen gestellt, also arbeitet er im Mittelformat. Was er mit dem Formatvorteil gewinnt verliert er meist an Bedienungskomfort: kein schnellarbeitendes Belichtungssystem, kein schneller Motortransport, keine Spotmessung oder Multi-Spotmessung, keine Belichtungsreihenautomatik, keine helle Einstellscheibe, keine TTL-Blitzlicht-Steuerung. Nicht bei der Rolleiflex 6008 integral! Die hat das alles und darüber hinaus noch vieles mehr. Überzeugen Sie sich wie angenehm ein Fotografenleben sein kann und fordern Sie nähere Informationen an.



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

...Rolleiflex 6008 integral. Lückenlos.

vergangenen Jahr mehrheitlich übernommenen Internet Unternehmens Telepix Online-Dienstleistungen in der normalen Produktionslinie ermöglichen.

Fragezeichen: Das Internet

Fast an jeder Ecke der Messe konnte man Stände von Unternehmen entdecken, deren Namen auf .com endeten. Konzepte für Fotofinishing- und Bild-dienstleistungen über das Internet ent-behrten oftmals nicht der Originalität, wohl aber einer Perspektive, wie man damit wirklich Geld verdienen kann. Zumindest in Amerika gilt aber: Wer seinen Kunden anbieten möchte, ihre Bilder ins Internet zu stellen und auf diese Weise anderen zugänglich zu ma-



Norbert Strauch, Geschäftsleitungsmitglied der Leica AG, konnte auf deutliche Zuwachsraten auf dem amerikanischen Markt verweisen.

chen, hat unter zahlreichen Anbietern die Qual der Wahl. Oftmals sind diese Angebote ganz umsonst, in manchen Fällen, z. B. bei SnapFish.com, sogar einschließlich der Filmentwicklung und der Prints.

Ob Nachbestellungen, Zusatzartikel und gezielte Werbung die Kosten hereinbringen können, mag der liebe Himmel wissen. Im Augenblick scheint nur eines festzustehen: Irgendetwas wird aus den Bildern in Internet schon werden, nur keiner weiß, was.

Die Zukunft kommt bestimmt

Es war voll auf dieser PMA, jeden Tag und überall. Und es herrschte eine mehr als optimistische, zeitweise geradezu euphorische Stimmung. Mit Recht: Der

konventionelle Markt ist stabil, der digitale boomt, und die zahlreichen Innovationen führen zu einer starken Präsenz von Foto und Imaging in den Medien. Auch wenn das Bild der Zukunft noch keinesfalls klar ist: Die Veränderungen werden gravierend sein, und sie werden mit unglaublicher Geschwindigkeit hereinbrechen. Das bedeutet eine großartige Chance, aber natürlich für alle in dieser Branche auch eine gigantische



Zubehör-Spezialisten unter sich: Peter Dörr (li.), Dörr GmbH, und Oliver Hadji (HaPa-Team)



Wilhelm Hotes, Geschäftsführer der Yashica/Kyocera GmbH, begrüßte am Stand auch Bernd Hadelers (Bremaphot).



Informierte sich auf der PMA über die neuesten Entwicklungen: Ringfoto Geschäftsführer Hubert Gröver

Herausforderung. Wer nicht am Ball bleibt, läuft Gefahr, schnell draußen zu stehen. Und eine Prognose kann man nach dieser PMA mit Sicherheit wagen: Die photokina im September wird so spannend wie noch nie.

Tetenal gewinnt DIMA Shoot-Out

Einen während der Jahreskonferenz der Digital Imaging Marketing Association (DIMA) ausgeschrieben Wettbewerb um die besten Produkte hat Tetenal in der Kategorie „Formatierte Inkjet Papiere“ gewonnen. Dabei gaben die ausgezeichneten Eigenschaften des Tetenal Spectra Jet Duo Papier Matt/Matt den Ausschlag.

Das Material ist als Blattware mit einem Papiergewicht von 130 Gramm/qm erhältlich. In Las Vegas freuten sich (von links) Tetenal General Manager Rainer Bauer, Roger Bartzke, Präsident des U.S.-Importeurs HP Marketing, und Tetenal Division Manager Burkhard Blum über die Auszeichnung.



In Las Vegas kam es auch zu aktiven Verkaufsgesprächen zwischen der Industrie, rechts Karl-Heinz Mähde (Verkaufsleiter Professional Imaging, Kodak AG), und dem Handel, hier Bernd Dührkop, Geschäftsführer Bremaphot.



PREMIERE

Für neue Wachstumschancen

Kodak

KODAK FARBE

Die neue Filmm
die alle Verbraucher w



FARBWELT Filme.

Markenmarke von Kodak,
Ihre Wünsche gezielt erfüllt.



Willkommen in der
farbigen Welt von Kodak

Kodak

Personelle Veränderungen bei der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft

Im Vertriebsbereich der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft sind in den vergangenen Wochen mehrere Führungspositionen neu besetzt worden. So verantwortet jetzt beispielsweise Bodo Badnowitz (40), bisher Vertriebsleiter Digital Imaging,



Bodo Badnowitz

den Gesamtbereich Agfa Retail. Seine Nachfolgerin bei Digital Imaging ist Christina Weinspach (32).

Badnowitz arbeitet bereits seit zwölf Jahren in verschiedenen Positionen in Verkauf und Marketing für



Christina Weinspach

Agfa. 1996 wurde er Vertriebsleiter des Bereichs Digital Imaging. Zum 1. November 1999 übernahm

Badnowitz die gesamte Vertriebsleitung Retail im Vertriebsbereich Consumer Imaging des Kölner Unternehmens.

Christina Weinspach trat am 1. November die Nachfolge von Bodo Badnowitz in der Position der Vertriebsleitung Digital Imaging an. In ihrer neuen Funktion berichtet die Diplom-Kauffrau direkt an Badnowitz. Vor ihrem Eintritt bei Agfa sammelte Weinspach über sechs Jahre lang Erfahrungen im Marketing- und Vertriebsbereich verschiedener Unternehmen der IT-Branche.

Wolfgang Göddertz, bisher Produktmanager Digital Imaging, übernahm die Vertriebsleitung des Bereichs



Wolfgang Göddertz

New Business. Seine Nachfolgerin ist Kristin Saus-Opuszynski, die zuvor als Produktmanagerin für die professionelle Fotografie bei Agfa verantwortlich war.

Göddertz ist bereits seit zehn Jahren für Agfa tätig. Er begann 1989 eine Ausbildung zum Wirtschaftsassistenten bei Agfa/Bayer und war von 1992 bis 1993 Produktspezialist für Grafische Scanner, von 1994 bis 1997

Produktmanager Grafische Systeme für Scanner im Midrange- und Highend-Segment sowie für Farbmanagement. Seit 1997 verantwortete Göddertz als Produktmanager Digital Imaging die Consumer- und SoHo-Ranges der Scanner, Digitalkameras und Inkjet-Medien.



Kristin Saus-Opuszynski

Kristin Saus-Opuszynski (34) ist diplomierte Fototechnikerin und Vertriebsingenieurin. Sie arbeitet seit 1991 in der Fotobranche. Dort sammelte sie unter anderem Erfahrungen in der technischen Anwendungsberatung, in der Schulung und im Produktmanagement. Im Juni 1998 startete sie ihre Tätigkeit als Produktmanagerin für professionelle Fotografie bei Agfa Deutschland.

Michael Aupke (37) übernahm die Führung im Vertriebssegment Minilab im Vertriebsbereich Digital Imaging bei Agfa Deutschland. Der Diplom-Kaufmann kam 1993 zu Agfa, wo er bis 1997 als Produktmanager für Minilabs arbeitete. Ende 1997 wurde er Senior Productmanager Commer-

cial Products und war damit für Papiere, Chemikalien und Professional Produkte zuständig.



Michael Aupke

Schließlich zeichnet Markus Ludwig (36) jetzt als Leiter des Segmentes Trade Marketing im Vertriebsbereich Consumer Imaging für Fachhandels-, Promotion- und Merchandising-Konzepte verantwortlich. Außerdem stimmt er Marketingstrategien und -maß-



Markus Ludwig

nahmen zwischen den einzelnen Vertriebssegmenten Fotohandel, Digital Imaging, Minilab, Whole-Sales-Finishing und Professional ab.

Drehmodul-Display sorgt für Aufmerksamkeit

Die Trimotion GmbH, Kassel, hat ein neues Drehmodul-Display vorgestellt, das vor allem im Schaufenster oder im Eingangsbereich für Aufmerksamkeit sorgen soll. Das Trimotion S bietet drei oder vier nebeneinander angebrachte, beleuchtete Dreieckssäulen aus Acrylglas, die sich synchron drehen und durch einen Start-Stop-Rhythmus die dreifache Fläche für Angebote oder Werbung zur Verfügung stellen. Die Oberflächen der Säulen sind mit Plexiglas-Stecktaschen im DIN A4-Format bestückt, in die sich Fotos, Drucke etc. einstecken lassen. Durch die Innenbeleuchtung der Säulen in Kombination mit der Drehbewegung zieht das Display die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich.

Die Werbe-/Angebotsmotive können problemlos gewechselt werden. Verschiedene Motivformate lassen sich kombinieren: Einzelmotive im DIN A5- oder DIN A4-Format, Poster (bis zu DIN A1 in DIN A4-Teilflächen) oder eine



Kombination aus Poster- und Einzelmotiven können im Display präsentiert werden. Trimotion S ist in vier Größen zu haben.

Fotofachschule startet mit neuem Programm

Mit bewährten und neuen Angeboten ist die Fachschule des Deutschen Fotohandels ins Jahr 2000 gestartet. Zu den Neuheiten im Seminarprogramm gehören beispielsweise verschiedene Veranstaltungen zur nonverbalen Kommunikation. So will das Seminar „Kreativität und Körpersprache“ am 9./10.4 in Bonn beim bewussten Einsatz des individuellen Ausdrucks der Teilnehmer helfen. Auch Regina Först stellt die stillen Botschaften, die ein jeder ausstrahlt, in den Mittelpunkt ihres Seminars „Ihre Ausstrahlung als Schlüssel zum Erfolg“. Diese Veranstaltung findet am 3./4.9. in Bremen statt. Und in der Rhetorik-Werkstatt (22./23.5. in Wuppertal) lernen die Teilnehmer, Körpersprache, stimmlichen Ausdruck und inhaltliche Darstellungsformen bewußt zu optimieren.

Weitere Informationen und Anmeldung bei: Fachschule des Deutschen Fotohandels, Telefon 0431/579700 oder im Internet unter www.fotoschule.de.

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 / 9 19 - 0 • Fax 0 85 46 / 9 19 - 144

Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)
28329 Bremen, Kurt-Schumacher-Allee 2 • 28087 Bremen, Postf. 11 07 51
☎ 04 21 / 46 89 88 • Fax 04 21 / 4 68 98 55

Dominik Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6
☎ 0 89 / 55 218 - 0 • Fax 0 89 / 55 77 59
www.dinkel-foto.de



Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5
☎ 03 82 04 / 686 - 0 • Fax 03 82 04 / 686 - 90

Kleffel + Aye (GmbH & Co.)

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

Photo Universal

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

Carl Wöltje

GmbH & Co. KG
26133 Oldenburg, Meerweg 30 - 32 • 26042 Oldenburg, Postf. 52 40
☎ 04 41 / 4 80 91 77 • Fax 04 41 / 48 09 183

Ihre
Partner
für Photo
und
Imaging!

„Politik verdirbt

den Charakter“

Und möchte man nicht reihenweise unsere führenden Politiker auf den Mond schießen? Um es gleich vorweg zu sagen: Am liebsten wäre mir, wenn wir, das Volk also, möglichst in kurzer Zeit in ganz Deutschland zu Neuwahlen antreten könnten, damit jeder auf seine Weise seine Staatsverdrossenheit abreagieren könnte. Von mir aus würde ich auch noch solche Großsprecher der Gewerkschaft, wie Herrn Zwickel, mit auf die Reise schicken, weil ich ihn und seine Kollegen erheblich mit dafür verantwortlich mache, daß wir heute vier Millionen Arbeitslose haben. In anderen Ländern, in denen gewerkschaftliche Erpressungen wie in unserem Lande nicht möglich sind, ist man in Sachen Arbeitsplatzbeschaffung wesentlich besser gefahren.

Daß Politik den Charakter verdirbt, ist eine Erkenntnis, die Bernhard Briegel schon im Jahre 1881 hatte, als er für die Berliner Zeitung „Tägliche Rundschau“ schrieb. Diese Tatsache wird aber immer wieder vergessen, obwohl sie stimmt, gleich welcher Couleur die Politiker sind. Trotzdem muß man zu der Erkenntnis kommen, daß wir viele Politiker brauchen, wenn wir unser derzeitiges demokratisches Staatssystem aufrechterhalten wollen. Goethe schrieb schon im Faust, daß „Politisch Lied ein garstig Lied“ sei, und 1808 sagte Napoleon ziemlich zynisch zu Goethe, daß Politik eben das Schicksal überhaupt sei. Daran hat sich für uns bis heute nichts geändert. Mir ist es egal, ob die einen Politiker auf Kosten der Landesbank in Urlaub geflogen sind oder ob andere Schwarzgelder im Koffer herumgetragen haben. Jedenfalls scheint es mir, daß sehr oft mit der Macht auch das Gefühl für Ehrlichkeit, Sitte und Anstand verlorengelht. Ich habe den Eindruck, daß nur sehr wenige Leute den Versuchungen, sich unerlaubte Vorteile zu verschaffen, widerstehen können, wenn sie einmal das Kreuz der Macht in der Hand haben, um sich dann zuerst damit zu segnen.

Was mich bei Gewerkschaftlern wie Klaus Zwickel immer wieder neu bestürzt ist ihre Auffassung, sie könnten

unternehmerisch besser denken, als erfahrene Unternehmer; obwohl es ihnen doch ein leichtes wäre, sich in anderen Ländern davon zu überzeugen, wie schnell Arbeitsplätze geschaffen werden können, wenn ohne viel Staat unternehmerische Freiheit gefördert wird und möglich ist.

Das „Handelsblatt“ wußte Anfang des Jahres zu berichten, daß die IG Metall weiter auf einen Rentenanspruch mit 60 beharrt. Ein Interview mit Herrn Zwickel zeigt, daß man bei der IG-Metall jetzt schon darüber nachdenkt, daß die Woche nur 30 Arbeitsstunden haben könnte. Mit dem „Ehrentitel“, dann das faulste Volk der Welt zu sein, würden wir Deutschen wieder einmal Maßstäbe setzen, die hinterher unbrauchbar sind und wofür noch mehr Arbeitslose dann die Rechnung bezahlen müßten. Wenn es nach Klaus Zwickel gegangen wäre, müßte ich, wenn ich noch Arbeitnehmer wäre, schon seit 15 Jahren in Pension sein. Es fällt mir sehr leicht, mir vorzustellen, daß sich, so wie ich, noch viele tausend andere eine zusätz-

liche Arbeit suchen würden, bei der Zwickel und Co. und der Staat keinen Einfluß auf den Verdienst hätten. Damit würde das Thema Schwarzarbeit eine noch viel größere Bedeutung bekommen, als heute das schwarze Geld der Parteien, die, wie auch zu lesen war, schon seit „Anno Dazumal“ immer Schwarzgeld eingestrichen haben, ohne daß ein Hahn danach gekräht hätte. Warum regen wir uns jetzt darüber auf, wenn es bei allen Parteien schon immer so war?

Wenn wir zur Zeit noch registrieren müssen, daß besonders durch die umstrittene Öko-Steuer bei steigender Tendenz in diesem Jahre schon die Preise um 1,6 Prozent gestiegen sind, dann können wir uns schnell ausrechnen, daß Leute, wie Herr Zwickel, die Forderung nach noch mehr Geld bei den nächsten Tarifverhandlungen noch weiter nach oben schrauben werden, obwohl, auch das weiß dieser Mensch genauso, die Öko-Steuer und damit der Staat die Hauptpreistreiber gewesen sind und es noch weiter sein werden. Man will „die Reichen nicht aus der Verantwortung lassen“ (so Herausgeber Klaus Zwickel und Partner in „Presse- und Funk-Nachrichten“ vom 5.1.2000). Das heißt ja wohl, daß dort in der Wirtschaft, wo mit gutem Gewinn gearbeitet wurde, noch höhere Löhne gefordert werden und Investitionen auf der Strecke bleiben werden.

Die Segnungen der unseligen Vereinigung von Rot und Grün werden uns in diesem Jahre noch mit jedem Tage mehr bewußt werden – wenn keine neuen Arbeitsplätze geschaffen werden, wenn die Öko-Preise steigen, ohne daß der mittelständische Handel überhaupt eine Chance hätte, bei seinen geringen Margen Kosten aufzufangen. Die IG-Metall wird trotz des Bündnisses für Arbeit sicher wieder circa sechs Prozent Lohnerhöhung fordern, koste es, was es wolle.

Joseph Blömer

Weniger Staat, mehr Wettbewerb

Eine ökonomisch und ökologisch nachhaltige Energiepolitik muß die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft stärken. Der geforderte unumkehrbare Ausstieg aus der Kernenergie und der drastische Anstieg der „Ökosteuern“ reduzieren dagegen die Chancen unserer Unternehmen im europäischen Binnenmarkt. Mit dieser Kernaussage legten der Vorsitzende Dr. Dieter Murmann und der Bundesgeschäftsführer RA Rüdiger von Voss die Orientierungspunkte des Wirtschaftsrates zum Bundessymposium „Energiepolitik für das 21. Jahrhundert“ vor.

H A N N O V E R
2 0 0 0

Unsere Imaging Produkte haben ein großes Vorbild.



Das Auge ist ein Meisterwerk der Natur. Präzise und schnell erfasst es die unterschiedlichsten Eindrücke. Zwei Werte, für die auch die Imaging Produkte von EPSON stehen. Wie z. B. die leichte und kompakte Digitalkamera EPSON PhotoPC 850Z mit 3-Megapixel-HyPict-Modus. Oder der Scanner

EPSON Expression 1600, der mit der einzigartigen von EPSON entwickelten und patentierten Double-CCD-Technologie eine optische Auflösung von 1600 x 3200 dpi erreicht. Mit diesen Produkten sind die Ergebnisse immer exzellent. Kein Wunder, bei diesem Vorbild.



EPSON PhotoPC 800



EPSON PhotoPC 850Z



EPSON Perfection 1200



EPSON Expression 1600

Bitte schicken Sie mir weitere Informationen zu den Imaging-Produkten von EPSON.

Name _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Privat Firm. Wahlverkefäßer (Bitte ankreuzen)

(Auf Postkarte kleben und an eine der untenstehenden Adressen senden.)

EPSON Deutschland GmbH
Zülpicher Straße 6 · D-40549 Düsseldorf
Kaufberatung: +49 (0) 1 80/5 23 41 50 (0,24 DM/Min.)
Telefax: +49 (0) 2 11/9 04 77 87
Internet: <http://www.epson.de>

EPSON Deutschland GmbH · Niederlassung Österreich
Concorde Business-Park/B4 · A-2320 Schwchat/Wien
Kaufberatung: +43 (0) 8 10/20 01 24
8.00 - 18.00 Uhr; 0,93 €/Min.
18.00 - 8.00 Uhr, Sa. & So.: 0,42 €/Min.
Internet: <http://www.epson.at>

Beratungszeiten: Mo. - Fr. 9.00 - 21.00 Uhr
Sa. & So. 10.00 - 18.00 Uhr

EPSON®

EPSON ist eingetragene Marke der Seiko-EPSON Corporation.

Frühjahrsaktion von Fujifilm

Momente des Click!

Im Frühjahr fordert nicht nur das Wetter die Fotografen wieder zur Aufnahme ihres Hobbys heraus, auch zahlreiche Anlässe wie Ostern, Kommunion, Konfirmation, Hochzeiten und Taufen wollen im Bild festgehalten werden. Deshalb hat Fujifilm seine Aktion für das Frühjahr 2000 ganz auf die Familie abgestimmt. Unter dem Motto „Momente des Click!“ bietet das Unternehmen seinen Handelspartnern frühlingsfrisches PoS- und Dekomaterial, günstige Aktionsware und ein „blumiges“ Gewinnspiel an.

Die PoS- und Dekomaterialien zeigen Familienszenen in frühlingshafter Umgebung. Schütten, Deckenhänger, Plakate, Fensteraufkleber oder Pop-up-Displays sollen in Laden und Schaufenster die Aufmerksamkeit auf sich ziehen und positive Gefühle wecken. In den Mittelpunkt der Produkte stellt Fujifilm einerseits neue APS- oder Digitalkameramodelle. Während die neue Nexia 2000ixZ MRC Tiara und die Nexia 320ix Zoom MRC Freunde des Advanced Photo Systems ansprechen sollen, stehen für Digitalfotografen die in diesen Tagen eingeführten Modelle FinePix 1400 Zoom und FinePix 4700 Zoom bereit. Beide sehen nicht nur elegant aus, sondern



Das Motto der Frühjahrsaktion von Fujifilm heißt „Momente des Click!“

sind auch mit dem neuen Super CCD Chip von Fujifilm ausgestattet (mehr zu den neuen Kameras und dem Super Chip in dieser Ausgabe ab S. 62). Andererseits stehen dem Handel als Aktionsprodukte die Sofortbildkamera Instax 100 mit neuer, praktischer Kameratasche und die APS-Kamera Nexia 20 Auto zur Verfügung. Sie zeichnen sich durch einfache Bedienung aus und bieten sich deshalb als Geschenke für zahlreiche Feiern im Familienkreis an. Um diese Aktionskameras aufmerksamkeitsstark präsentieren zu können, hält Fujifilm hier nochmals gesonderte PoS-Mittel bereit.

Und natürlich gibt es auch bei Fujifilm ein zur Aktion passendes Gewinnspiel, in dem sich das Frühlingserwachen wiederfindet: Wer auf den bereitgestellten Gewinnkarten einen Blumenstrauß freirubbelt, kann schöne Frühlingsblumen über Fleurop bundesweit an „seine Herzensadresse“ verschicken lassen.



Mit etwas Glück kann man beim Fujifilm-Gewinnspiel einen von 1.111 Blumensträußen freirubbeln.

CeWe Color Seminare für Fotohändler

Der größte europäische Fotofinisher, die Oldenburger CeWe Color Gruppe, bietet auch in diesem Jahr wieder Verkaufsseminare für Fotohändler und deren Mitarbeiter an. Insgesamt werden im Jahr 2000 in neun deutschen Laboren 28 Veranstaltungen durchgeführt; einige fanden bereits im Februar statt. Das Training wird jeweils von Klaus Nohr geleitet.

Auf dem Programm stehen Themen wie „größere Bilder – größerer Nutzen“, „Zubehörverkauf“, „Digitalfoto“ oder „das Unternehmensgesicht als Erfolgsfaktor“. Darüber hinaus vermittelt Nohr Basiswissen rund um Fotos und Bilder und zeigt auf, wie der Fotohändler mit Unterstützung von CeWe Color seinen Auftritt im Internet gestalten kann.

Weiterhin wird über den Zusammenhang zwischen dem Preisniveau der verkauften Ware und



Frank Zweigle, CeWe Color Verkaufsleiter Nord, fungiert bei CeWe Color als Ansprechpartner für die Seminare.

ihrer Präsentation im Geschäft, über ein übersichtlich gestaltetes und strukturiertes Arbeitsumfeld sowie den richtigen Einsatz von Verkaufshilfen diskutiert. Auf den Verkaufsseminaren werden den Teilnehmern neben dem fachlichen Know-how auch viele kleine Hinweise zur Erleichterung der täglichen Arbeit vermittelt. Informationen bei CeWe Color, Frank Zweigle, unter Telefon 0441/404-311.

Kodak mit neuem Auftritt im Film- und Bildergeschäft

„Farbwelt“ – ein neuer Qualitäts-Standard

Neue Filmfamilie
speziell
für Deutschland
und Österreich



Mit einer völlig neuen Filmgeneration unter dem Namen „Farbwelt“ will Kodak im Jahr 2000 dem deutschen Fotomarkt spürbare Impulse verleihen. Die Qualität der neuen Produkte wurde speziell auf die Wünsche der Verbraucher in Deutschland und Österreich abgestimmt. Zusätzlich sollen ein innovatives, verbraucherorientiertes Verpackungsdesign und eine massive Werbekampagne den Erfolg von „Farbwelt“ sichern. Mit einem neuen Auftritt der Bilderlinien unter der Dachmarke „Kodak Bilder“ sollen zudem zusätzliche Emotionen im Bildergeschäft geweckt werden.

Kodak Vorstand Dieter Werkhausen:

„Die größte Kodak Werbekampagne in der Geschichte wird Emotionen wecken und den Markt spürbar stimulieren.“



„Die Farbwelt Filmgeneration ist ein neuer Meilenstein in der Geschichte der Farb-Negativfilme, der die Maßlatte für die Bildqualität in Deutschland und Österreich höher legt“, erklärte Kodak Vorstand Dieter Werkhausen vor zahlreichen Vertretern der Fachpresse und des Fotohandels in Orlando. Kodak habe bei den neuen Produkten das technische Know-how der Forscher in Rochester mit den Ergebnissen umfassender Verbraucheranalysen kombiniert. „Das Ergebnis ist ein Superfilm, der optimal auf die Printerlandschaft in Deutschland und Österreich eingestellt ist und den hohen individuellen Ansprüchen der Fotoenthusiasten in diesen Ländern gerecht wird.“

Die neuen Farbwelt Filme treten die Nachfolge der Kodak Gold Filme an. Das Sortiment umfaßt vier Empfindlichkeiten. Der Kodak „Farbwelt 100“ ist der Film mit den intensivsten Farben und der höchsten Schärfe. Er zeichnet sich durch eine besonders ausgewogene Wiedergabe von Licht und Tiefe aus.

Besonders für Portraitaufnahmen und feinste Farbnuancen ist der „Farbwelt 200“ Klassik Film geeignet.

Als „Film für alle Fälle“ bezeichnet Kodak den „Farbwelt 400“ Film mit Aufnahmen auch bei ungünstigen Lichtverhältnissen. Er ist besonders geeignet, wenn eine erweiterte Blitzreichweite gewünscht oder schnelle Bewegungsabläufe, z. B. beim Sport, „eingefroren“ werden sollen.

Der Kodak „Farbwelt 800“ Zoom Film empfiehlt sich insbesondere für Zoom-Kameras mit geringer Lichtstärke und ebenso für Aufnahmen, bei denen es auf kürzeste Belichtungszeiten ankommt.

Qualitätsoptimierung durch neue Filmtechnologie

Die neue Kodak „Farbwelt“ basiert auf der moder-



Lutz Brüning, Direktor Marketing Kodak Consumer Imaging: „Mit dem 'Farbwelt' Film haben wir die Orientierung am Verbraucher bis ins Detail vollzogen.“



Auf einer Pressekonferenz in Orlando präsentierten die neue Kodak Strategie: (v. l.) Lutz Brüning, Direktor Marketing Consumer Imaging, Dieter Werkhausen, Vorstand Kodak AG, Gunter Plapp, Marketing Manager Digitale Produkte und Leiter Produktservice Kodak AG, und John O'Connors, Forschung und Entwicklung Eastman Kodak Comp., Rochester, USA.

nen Emulsionstechnologie der auf der PMA für den Weltmarkt vorgestellten Kodak Max und Kodak Ultra Filme. Auf der Grundlage umfassender Verbraucheranalysen wurden die Produkte jedoch für den deutschen und österreichischen Markt speziell in der Qualität optimiert. Zum ersten Mal in der Geschichte bietet Kodak damit für

diese Länder eine spezielle Filmfamilie an. Voraussetzung dafür sei, so Dieter Werkhausen, eine Art

Plattformtechnologie, bei der ähnlich wie in der Automobilindustrie auf bestehende Spitzentechnologien zurückgegriffen werde, zu denen mit Hilfe von Computermodellen neue spezielle Eigenschaften addiert werden. Dabei hat Kodak vor allem der Tatsache Rechnung getragen, daß in Deutschland 86 Prozent aller Bilder auf Hochgeschwindigkeitsprintern im Großlabor hergestellt werden.

„Color Precision Technology“ für beste Printqualität

Die Basis für die „Farbwelt“ bildet die moderne Emulsionstechnologie, die Kodak weltweit bei den Farb-Negativfilmen der neuesten Generation einsetzt. Dazu gehört die Verwendung weiter modifizierter T-Kristalle für eine besonders effiziente Lichtenergie-Ausbeute. Zusätzlich steuern verbesserte DIAR und UDIR Komponenten gezielt den Aufbau der Bildfarbstoffe in den

einzelnen Schichten. Die Sensibilisierung der Emulsion hat Kodak durch „Human Eye Sensitivity“ (HES) der Charakteristik angepaßt, wie das menschliche Auge Farben wahrnimmt. Die spezielle Anpassung an die Laborwelt in Deutschland und Österreich wurde mit der „Color Precision Technology“ möglich. Diese Kombination von Schlüsseldisziplinen zur Optimierung von Filmeigenschaften nimmt Einfluß auf die Sensitometrie, die Spektralphotometrie und die Hautton-Wiedergabe der Emulsionen. „Wir konnten auf die Erfahrung bei der Entwicklung der außerordentlich erfolgreichen, professionellen Portra-Filme zurückgreifen, um sicherzustellen, daß die



unterschiedlichen Filmempfindlichkeiten von ISO 100 bis ISO 800 sich durch eine gleichmäßig gute und zueinander passende Farbwiedergabe auszeichnen“, erklärte Gunter Plapp, Marketing Manager Digitale Produkte und Leiter Produkt-Service Kodak Consumer Imaging. Das ist ein entscheidender Faktor, denn die charakteristischen Farbdichtkurven eines Films bestimmen die Farbwiedergabe auf dem Fotopapier. Dabei ist die Printqualität abhängig

davon, wie gut das Papier auf die Farbdichten eines Films in der Sensibilisierung abgestimmt wurde oder, wie es Gunter Plapp ausdrückte, „wie gut das Fotopapier die

Farben des Filmes sehen kann“.

Die Farbdichtkurven der „Farbwelt“ Filme stellen sich unabhängig von den jeweiligen ISO-Werten unter realen Anwendungsbedingungen vergleichbar dar. Gleichzeitig werden

John O'Connors, der für Forschung und Entwicklung bei Kodak in Rochester verantwortlich zeichnet, war bei der Präsentation in Orlando mit dabei. Der neue Film ist sozusagen sein „Baby“, technisch gesehen.



sie vom Spectralphotometrischen Meßsystem der Hochgeschwindigkeitsscanner in gleicher Weise wahrgenommen: „Damit ist sichergestellt, daß auch Printer, deren Scannersysteme nicht exakt auf die spektrale Empfindlichkeit des Fotopapiers abgestimmt sind, von den „Farbwelt“ Filmen gleichmäßig gute Prints erstellen können“, erklärte Plapp. Zudem wurde für eine besonders gerin-

Dieter Werkhausen: „Bilder kennen keine Marktsättigung.“

Vor zahlreichen Vertretern der Fachpresse und des Fotohandels wies Kodak Vorstand Dieter Werkhausen auf die ungebrochene Attraktivität des Fotohobbys bei den Verbrauchern hin. So wurden im Jahre 1999 weltweit 2,9 Milliarden Filme belichtet und dabei 80 Milliarden Aufnahmen gemacht. Werkhausen: „In jeder Sekunde wird auf unserer Welt 2.500mal auf den Auslöser gedrückt.“

Auch der deutsche Fotomarkt zeichnete sich im vergangenen Jahr durch Wachstum aus. Bis einschließlich November konnte die Fotobranche um 2% im Kameramarkt, 4% bei Farb-Negativfilmen und sogar 5,5% im Bildergeschäft zulegen. Griffen 1991 noch rund 56% der Bevölkerung mehr oder weniger regelmäßig zum Fotoapparat, waren es 1999 61%. Für das Jahr 2000 wird ein weiterer Anstieg auf 62% erwartet. Dabei greifen immer mehr Frauen, vor allem in der Altersgruppe um 40 Jahre, zur Kamera. Dieter Werkhausen: „Das führen wir auf die einfacher gewordene Fotografie, auf attraktive Angebote und nicht zuletzt auf das APS System zurück. Kodak hat in dieses neue Fotosystem viel Engagement eingebracht und ist mit 54% Anteil zum Marktführer im APS Filmbereich geworden.“

Der Fotofachhandel ist dabei für Kodak nach wie vor der wichtigste Vertriebspartner. Werkhausen: „Er nimmt mit 32% Anteil unverändert eine dominierende Stellung ein und konnte im vergangenen Jahr erstmalig wieder ein leichtes Wachstum um 1,2% verzeichnen. Die Warenhäuser folgen mit 12%, die Drogerien mit 13% und der Lebensmittel-Ein-

zelhandel mit 19%.“ Mit der Marktposition Kodaks ist Werkhausen sehr zufrieden. „Besonders schön finden wir, daß laut Allensbach die Verbraucherpräferenz für Kodak-Filme in den letzten Jahren von unter 30% auf rund 36% gestiegen ist und wir klar in Führung gegangen sind.“ Auch beim Bildergeschäft, so Werkhausen, habe sich das Markenbewußtsein der Verbraucher in den vergangenen Jahren spürbar verstärkt: „Der Verbraucher sieht in unserer Marke Kodak Bilder einen Garant für Qualität. Diese Position wollen wir mit unserem neuen Konzept weiter ausbauen.“ Das Wachstum im Bildergeschäft, so Werkhausen, sei auch den Innovationen der vergangenen Jahre zu verdanken. Dazu zählte er die APS Bildformate, den Index Print, die digitalen Bilddienstleistungen und das Kodak DuraLife Papier. Dabei sei die Fotoaktivität der Deutschen im Vergleich zu den europäischen Nachbarn noch vergleichsweise gering. Daraus ergebe sich ein realistisches Marktpotential, das mit entsprechenden Marketingmaßnahmen erschlossen werden könnte. Die zunehmende Bedeutung der Digitaltechnik, so Werkhausen, sei dabei kein Hindernis: „Genau das Gegenteil ist richtig: PC Anwender fotografieren spürbar häufiger als Verbraucher, die keinen PC besitzen – und zwar auf klassischem Film, wohlgemerkt.“ Das seien gute Voraussetzungen, auch in den kommenden Jahren weiteres Wachstum zu erzielen, resümierte Werkhausen mit einem Zitat des neuen Chefs der Eastman Kodak Company, Dan Carp: „Bei Bildern gibt es keine Marktsättigung.“

ge Spreizung des Farbtones bei Hauttönen Sorge getragen. Gunter Plapp: „Das ist deshalb besonders wichtig, weil auf knapp 50% aller Amateurbilder Personen zu sehen sind, deren Hautfarbe für den Betrachter empfindungsgemäß richtig wiedergegeben werden soll.“ Zudem steht die Wiedergabe von Hauttönen auch im Zusammenhang mit den Neutralsdichten, also den Grautönen eines Bildes, die möglichst neutral, d. h. ohne Farbstich wiedergegeben werden sollen.

Vorteile bei der digitalen Verarbeitung

Ganz nebenbei bringt die bei den „Farbwelt“ Filmen eingesetzte CPT-Technologie nicht nur Vorteile beim optischen Printen, sondern die Vorteile in der Farbwiedergabe gelten auch für das Digitalisieren dieser Materialien im Großlabor oder bei Anwendungen auf einem PC Scanner. Damit sind auch bei Kodaks digitalen Dienstleistungen wie Picture Disk, Picture CD oder beim Picture Maker Kiosk gleichmäßige Ergebnisse gewährleistet.

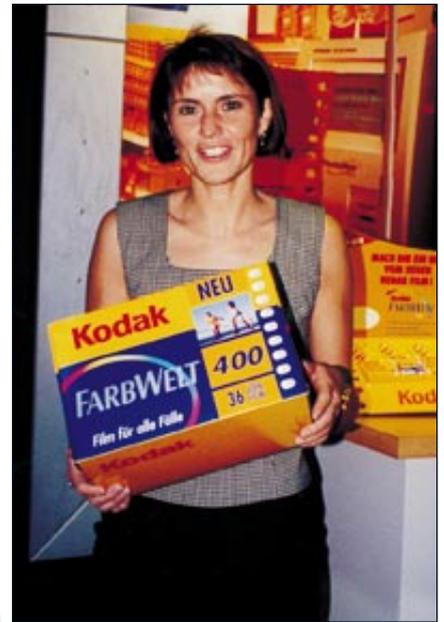
„Größte Fotokampagne in Deutschland“

Die neuen „Farbwelt“ Filme sollen mit massiver Werbung in den deutschen Markt eingeführt werden. Dieter Werkhausen: „Es ist die größte Werbekampagne, die Kodak jemals in Deutschland durchgeführt hat, und ich denke, es wird

die größte Werbekampagne, die je ein Unternehmen der Fotobranche in Deutschland auf den Weg gebracht hat.“ Insgesamt will das Unternehmen für TV-Werbung, Anzeigenkampagnen und Großplakatierung 20 Millionen DM einsetzen. Damit sollen über 1 Milliarde Verbraucherkontakte realisiert werden.

Innovatives Produktdesign

Auch in der Verpackung und beim Auftritt am Point of Sale sollen sich die neuen Kodak „Farbwelt“ Filme verbrauchernah präsentieren. Das fängt mit dem Namen an. „Bisher waren Filmnamen überwiegend technisch orientiert, nahmen selten Bezug auf den Film und sagten wenig über die jeweiligen Vorzüge der Produkte aus“, erläuterte Lutz Brüning, Direktor Marketing Kodak Consumer Imaging. „Deshalb haben wir eine Kodak Tradition gebrochen und einen Namen gesucht, der leicht auszusprechen, verständlich und deutsch ist. 'Farbwelt' ist produktbezogen, nicht technisch orientiert, sondern emotional.“ Zu diesem Namen gesellt sich ein Verpackungsdesign, das den Verbrauchern echte Lebenshilfe bei der Wahl des richtigen Films bieten soll. Darum ist zu jeder ISO-Ausgabe noch ein passendes Bildmotiv abgedruckt, damit sich der Filmkäufer noch schneller und besser für seine Bildmotive entscheiden kann. Der ISO 100 Film trägt als „Sonne Film“ den Untertitel „Für alle, die gern bei Sonne fotografieren“. Als „Klassik Film“ ist



Christiane Scherps, Produktmanagerin Film, erläuterte der Fachpresse Einzelheiten zum Marketing-Konzept der Farbwelt.

der ISO 200 „Farbwelt“ Film mit dem Untertitel versehen „Für alle, die drinnen und draußen fotografieren“. Der ISO 400 ist der „Film für alle Fälle“ mit der Erläuterung: „Für alle, die sich lieber auf Motive als auf Technik konzentrieren.“ Mit seiner hohen Lichtempfindlichkeit und großem Belichtungsspielraum präsentiert sich der „Farbwelt 800“ als „Zoom-Film“ mit der Erklärung „Für alle, die mit Zoom-Kameras fotografieren.“ Dieses innovative Design ergänzt die Qualitätsverbesserungen der neuen Kodak Film Generation.

Neue Bilderlinien sollen Lifestyle Atmosphäre schaffen

„Neue Marketingkultur für Bilder“

Mit fünf neuen Bilderlinien will Kodak ab Ende April den mit den „Farbwelt“ Filmen eingeschlagenen verbrauchernahen Weg fortsetzen. Damit will das Unternehmen gleichermaßen vom gestiegenen Markenbewußtsein der Verbraucher im Bildergeschäft profitieren und zusätzlich mit wichtigen innovativen Akzenten für weiteres Wachstum sorgen.

Zur Zeit findet das Bildergeschäft am Point of Sale in vielen Fällen sehr nüchtern

ohne emotionalen, plakativen Anreiz für den Kunden statt“, erklärte Dieter Werkhausen. „Wir müssen unsere

Bilderangebote aber zu Lifestyle-Produkten machen und damit eine neue Marketingkultur für Bilder entwickeln.“ Dabei setzt Kodak nach wie vor auf seine Dachmarke „Kodak Bilder“, die mit einer neuen Produktfamilie dem modernen Konsumentengeschmack angepaßt wird. Neben drei Bilderlinien für das klassische Printgeschäft er-

Bilderergebnisse sofort kontrollieren

APS Kamera mit Preview-Funktion

Kodak stellte auf der PMA die erste Kamera für konventionellen Film vor, die eine sofortige Kontrolle des Bildergebnisses auf einem LCD-Display ermöglicht. Die neue Kodak Advantix Preview Kamera zeichnet sich zudem durch einzigartige APS Features aus.

Die neue Kamera ist mit einem 1,8 Zoll großen LCD ausgestattet, auf dem das jeweils letzte Bild sofort nach der Aufnahme betrachtet werden kann. Dabei ist die Wiedergabe in allen drei APS Bildformaten möglich. Mit einem einfachen Knopfdruck kann der Anwender das Format verändern und die Anzahl der Abzüge bestimmen. Das ist besonders bei Gruppenaufnahmen attraktiv, um sofort weitere Abzüge für die fotografierten Personen zu bestellen. Die Information wird auf der Magnetschicht des APS Films gespeichert und vom Printer im Labor automatisch berücksichtigt. Wenn das Bild nicht gefällt, kann durch das Eingeben einer „0“ auf einen Abzug verzichtet werden. Dabei bleibt die Aufnahme jedoch auf dem Film erhalten und kann gegebenenfalls nachbestellt werden.

Die Advantix Preview Kamera verfügt über ein 2,6fach-Zoomobjektiv und einen Top-Flash-Blitz. Sie ist mit Mid-Roll-Change-Funktion zum Wechseln teilbelichteter Filme ausgestattet und bietet die entsprechenden Funktionen einer Kamera dieser Klasse.

Die simultane Aufnahme der Bildinformation sowohl für den Film als auch für das Display stellte die Kodak Ingenieure durchaus vor Herausforderungen. Schließlich mußte sichergestellt werden, daß das auf dem kleinen Bildschirm sichtbare Foto in Farbe und Belichtung dem späteren Print nahe kommt. Dazu hat Kodak einen Mikroprozessor entwickelt, der mit Hilfe spezieller Digital Imaging Software Algorithmen die verfügbaren Bilddaten so aufbereitet, daß eine Ähnlichkeit mit dem späteren Fotoabzug gewährleistet ist. Dabei wird die eigentliche Bildinformation nicht durch das Objektiv, sondern den Sucher aufgenommen und auf einen CCD-Sensor mit VGA-Auflösung umgeleitet.

Die Kamera wird in Deutschland voraussichtlich im 4. Quartal erhältlich sein. Auf der PMA wurde der empfohlene Verkaufspreis für die USA mit US-\$ 299 (rund 600 DM) angegeben.



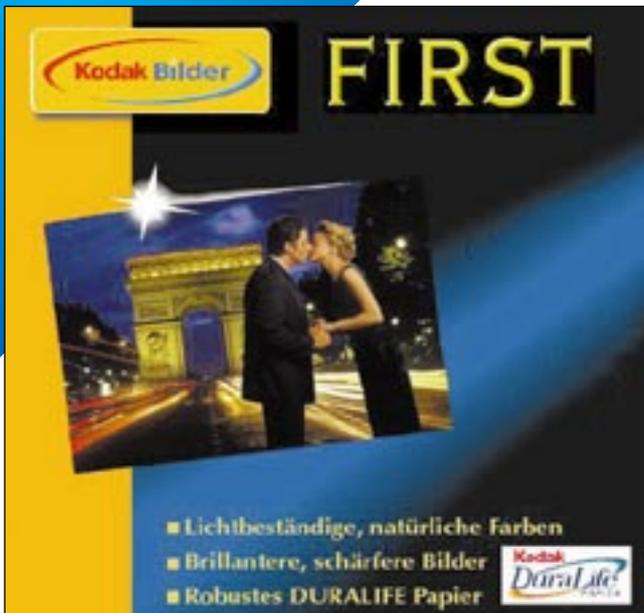
Marketing Manager Klaus Frankenberger stellte die neue Kodak Advantix Preview Kamera vor.

halten auch digitale Produkte und Fun-Artikel eigene Bildertaschen. Dadurch wird das Bestellfeld wesentlich vereinfacht und die Kundenführung an der Bildertheke erleichtert. Zudem wurde so Raum geschaffen, um mit zusätzlichen Bildelementen bestimmte Angebote, wie z. B. das Zweitbild, optisch zu verstärken.

Eine neue Familie

Die neuen Kodak Bilderlinien zeichnen sich durch eine klare, logische Struktur und einheitlichen Familiencharakter aus. Dabei dienen ein Streifen in Kodak Gelb auf der linken und ein Farbcode auf der rechten Seite als wiederkehrende Elemente. Das Hervorheben eines Preises soll dem Verbrau-

cher helfen, sich leicht zu orientieren. Auch die Kodak Express Partner werden in dieses neue Konzept integriert. Die neue „Brot und Butter Linie“ bei den Kodak Bildern heißt „First“ und soll dem Verbraucher schon durch die Verpackung eine edle, besondere Qualität signalisieren. Das gilt auch für die Bildmotive auf den Taschen. Lutz Brü-



Ein anspruchsvolles Foto signalisiert auf der Verpackung der „First“ Bilder auf den ersten Blick die höhere Wertigkeit der Produkte.

ning: „Bei 'First' setzen wir ein besonders anspruchsvolles Foto ein. Es assoziiert einen ganz besonderen Anlaß, nämlich einen unvergeßlichen Augenblick in Paris.“ Zudem setzt Kodak bei der gesamten Gestaltung der Taschen auf Verbraucherorientierung. So wurde die Grammatik des Papiers erhöht und die Wertigkeit durch Voll-Lackierung unterstrichen. Selbst das Falzen der Tasche trägt dazu bei, dem Verbraucher ein stabiles, kompaktes und von der Formgebung her attraktives Produkt in die Hand zu geben. Der neue „First“-Service tritt bei Kodak Bildern an die Stelle des bisherigen Royal Plus und ist nicht nur bei den Kodak Labors, sondern auch bei lizenzierten Partnerfinishern erhältlich.

Ein neues Gesicht erhält die „Classic“ Linie. Sie steht für gute Qualität und assoziiert schon äußerlich alltägliche Bilder, Urlaub und Freizeit.

Neu bei den Kodak Bildern ist die Produktlinie „Basic“. Der Graunteil des Layouts soll ein solides, aber nicht billiges Angebot signalisieren, das einfach und preisgünstig ist. Bei den Bildmotiven auf der Tasche steht der Schnappschußcharakter im Vordergrund.

Auch für die digitalen Dienstleistungen wie Picture Disk und Picture CD sowie Bilder im Internet gibt es jetzt eine eigene Produktlinie. Das „Digita“-Motiv demonstriert die Erlebniswelt am Computer.

Spaß und Geschenkideen soll schließlich die Produktlinie „Fun“ deutlich machen. Hier geht es um Zusatzprodukte von der Kaffeetasse bis zum T-Shirt, die den Spaß mit Bildern noch erweitern sollen. Lutz Brüning: „Wir haben einen ganzen Rucksack voll toller Produkte und Ideen, für die wir schon auf der Verpackung optische Anreize schaffen wollen.“

Der verkaufpsychologische Ansatz der neuen Kodak Bilderlinien soll durch entsprechende POS-Materialien direkt an der Bildertheke unterstützt werden. Dazu gehören auch neue Leuchtkästen, die den Kunden optisch auf schöne Bilder und Bilderlebnisse einstimmen und ihn animieren sollen, selbst solche Bilder zu besitzen.

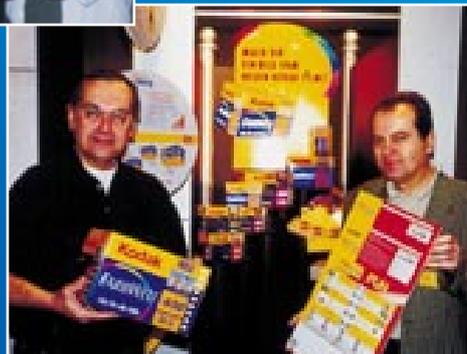
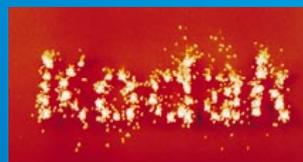
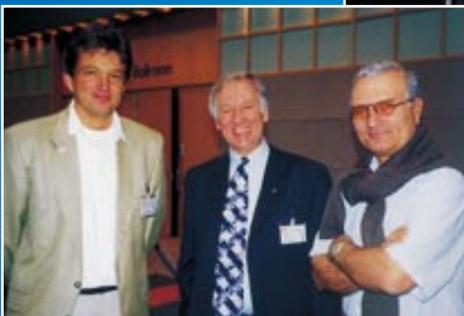
„Der Auftritt ist modern, jung, sympathisch, ansprechend und erfrischend“, resümierte Lutz Brüning. „Verbraucher finden jetzt im Fotohandel ein attraktives Angebot für ihre Bilder mit einem zeitgemäßen Design. Wir sehen dies als einen revolutionären Schritt im Bilderschäft.“



Die neugestalteten Auftragstaschen der Kodak Bilderlinie sind besonders übersichtlich und sollen es dem Kunden leicht machen, das gewünschte Angebot auszuwählen.



Schnappschüsse bei der großen **KODAK SHOW** in Orlando



Vielseitiges Zubehör für die Stativfotografie

Novoflex hat ein neues Zubehörteil für die Stativfotografie vorgestellt: Der BasicBall bildet eine stabile Basis für Kamera, Novoflex 2-D-Neiger, Novoflex MagicBall und andere Kugelneiger und läßt sich ebenso als Ministativ, als normales Stativ mit Teleskopwandlerstöcken sowie als Halter für Blitze, Mikrofone etc. verwenden. BasicBall wurde vor allem für die bodennahe Fotografie entwickelt und ist bis 25 Kilogramm belastbar. Neun verschiedene Bohrungen für Stativbeine lassen eine Höhenverstellung von sechs cm, 14,5 cm und 21 cm zu. Mit zusätzlichen Ver-

längerungen ist eine Höhe von 33 cm erreichbar. Mit Novoflex-Teleskopstöcken wird BasicBall zum Einbein-, Zweibein- oder Dreibeinstativ, dann sind Arbeitshöhen von 61 bis maximal 130 cm zu realisieren. An BasicBall passen ausschließlich die Novoflex-Teleskopstöcke. Diverses Zubehör macht die Neuheit zum Blitz-, Mikrofon- oder Leuchtenhalter. BasicBall wiegt allein



390 Gramm, mit drei Novoflex-Teleskopstöcken 1.100 Gramm. Bei dieser Einsatzvariante ist das Gerät nur bis zehn Kilogramm belastbar.

Minolta Riva Zoom 150 zoomt bis 150 mm

Minolta hat die neue Riva Zoom 150 vorgestellt, die trotz ihres kompakten Gehäuses (112 mm x 60 mm x 44 mm) über ein Zoomobjektiv 5,4-11,5/37,5-150 mm verfügt. Der Schlüssel zu den schmalen Maßen liegt in der effizienten Anordnung aller Bauteile, einem kernlosen Motor und der Entwicklung eines extrem kompakten Objektivsystems. Die Kamera besitzt weiterhin ein passives Autofocussystem mit maximal 1.000 Einstellstufen und arbeitet ab einer Motiventfernung von einem Meter. Weitere Ausstattungsmerkmale sind die Drei-Segment-Belichtungsmessung, der Verschlusszeitenbereich von zehn Sekunden bis 1/500 Sekunde und das integrierte Blitzgerät mit sechs



Funktionen. Darüber hinaus bietet das neue Minolta Modell die Möglichkeit der manuellen Belichtungskorrektur um +1,5 Lichtwerte und eine Dauerlauf-Funktion. Verschiedene motorische und Automatikfunktionen runden die Ausstattung ab.

Hama bringt Zubehör für die Mobil-Telefonie

Unter dem Titel Fun4tec präsentiert Hama zum Frühjahr ein aktuelles, umfangreiches Sortiment an Zubehörtrends für die Mobiltelefonie. Das Programm richtet sich mit seiner schrillen, peppigen Aufmachung vor allem an die junge Generation unter den Handybesitzern. Zum Angebot gehören zum Beispiel blinkende Anrufmelder in Stern- oder Glühbirnenform, vibrierenden Uhren, acrylfarbenen Handy-Sesseln, ein bei Gesprächseingang singender und tan-



zender Bär oder lustige Krokodil-, Elch- oder Pinguin-Plüschtiertaschen. Ebenfalls aktuell ist die neue Generation der Liberty-Freisprecheinrichtung. Passend zum Start ins Jahr 2000 gibt es die Universal-Freisprecheinrichtung in limitierter Auflage auch im silberfarbenen Millennium-Look. Die Plug-and-Play-Anlage wird über die Zigarettenanzünderbuchse aktiviert. Durch die in der Breite verstellbaren Haltebacken läßt sich die Halterung auf jeden Mobiltelefon-Gerätetyp anpassen. Die technische Kompatibilität wird über den handyspezifischen Stecker (mit externem Antennenanschluß) gewährleistet. Ein externes Mikrofon sorgt für Vollduplex-Sprachqualität.

Hochwertiges Fotoalbum aus Edelstahl

Innerhalb seiner Serie exklusiver Lifestyleprodukte hat der Münchner Versandhandel Photo Classics jetzt jeweils ein hochwertiges Fotoalbum und Gästebuch ins Programm aufgenommen. Sie bestehen aus modernem Edelstahl und schwarzen Innenseiten. Die Gestaltung bezeichnet Photo Classics als „schlicht, aber



äußerst elegant“. Die Produkte wiegen zwei bzw. drei Kilogramm. Beide gibt es im Format 33 cm x 33 cm, das Fotoalbum wird darüber hinaus auch noch im Format 24 cm x 30 cm angeboten. Sowohl Gästebuch als auch Fotoalbum lassen sich auf Wunsch auf der Vorderseite mit den Worten „Das Jahr 2000“ gravieren. Die Preisempfehlungen lauten, je nach Ausführung, zwischen 199 DM und 249 DM.

Stopp - Preisvorteil

STOPP

Testen Sie den DGH
Markenfilm zum Aktions-
preis! Nur vom 6.3.
bis 17.3.2000

100 ASA & 200 ASA, 36 Aufnahmen.
Zum Aktionspreis ist pro Kunde
1 Bestellung mit max. 1.000
Filmen möglich.



Der DGH Markenfilm
(made in EC) bietet enorme
Vorteile:

Deutlicher Preisvorteil gegen-
über Original-Filmen

Ideales Aktionsprodukt mit
individueller Preisgestaltung

Kein Preisvergleich möglich

Verboten schnell. Verboten gut.

09 31 - 970 84 44

DGH Großhandel für Foto · Video · Audio · Electronic · Postfach 54 26 · 97004 Würzburg

DGH
GROSSHANDEL



Der rote Renner

Agfa bringt digitales Minilab d-lab.3 mit Lasertechnologie

Mit dem neuen d-lab.3 stieg auch Agfa auf der PMA in den Markt für vollständig digitale Minilabs ein. Das Gerät verbindet Lasertechnologie mit einer Kapazität von bis zu 1.700 10x15 Bildern pro Stunde. Für die vollautomatische Optimierung der Bildqualität hat Agfa in das neue Minilab Technik vom Feinsten eingebaut.

Das vollständig digitale d-lab.3 ist gleichermaßen für die Verarbeitung aller gängigen Filmformate bis zum gerahmten Dia und für gespeicherte Bilddaten von CD-ROM, Floppy, ZIP oder PCMCIA, SmartMedia oder CompactFlash Karten geeignet. Mit seiner leistungsfähigen Software er-

möglicht es neben der Herstellung von normalen Bildern auf höchstem Qualitätsniveau das Angebot zahlreicher zusätzlicher Dienstleistungen rund um das digitale Bild.

Bei der Verarbeitung von Filmen wird jedes Negativ mit 6 Millionen Bildpunkten pro Farbauszug mit einer Farbtiefe von 12 bit gescannt. Die Belichtung der Bilddaten erfolgt mit hoher Geschwindigkeit durch einen Laserbelichter mit 400 ppi Auflösung.

Neuartige Belichtungslogik

Für die automatische Optimierung der Bildqualität hat Agfa eine digitale Version seiner aus dem Großfinishing und von den MSC-Minilabs bekannten Technologie des Total Film Scanning (TFS) entwickelt. D-TFS ermöglicht die gezielte Steuerung der Bildqualität in

einer Weise, die nur in der digitalen Verarbeitung möglich ist. „Bei der konventionellen oder analogen Belichtung wird das Aussehen eines Bildes durch die integrale Belichtung von Blau, Grün und Rot bestimmt“, erläuterte Dr. Wilhelm Nitsch, Leiter des Agfa Geschäftsfeldes Laborgeräte. „Dies bedeutet, daß nur die Gesamtdichte und -farbbalance eines Papierbildes gesteuert werden können. Bei der digitalen Belichtung hingegen wird jedes Pixel einzeln belichtet, was zusätzlich die Steuerung von Kontrast, Farbton, Farbsättigung und Schärfe ermöglicht. Das bedeutet, daß bei der digitalen Belichtung einfach mehr Parameter im Spiel sind, die beeinflußt werden können.“

Um diese Möglichkeiten auszunutzen, wird der Film im d-lab.3 zweimal gescannt, und zwar zunächst in niedriger Auslösung. Die dabei erfaßten



Dr. Wilhelm Nitsch, Leiter des Agfa Geschäftsfelds Laborgeräte, stellte das neue digitale Minilab d-lab.3 der internationalen Fachpresse auf der PMA vor.

Daten werden analysiert, um die Position sowie die erforderliche Bildkorrektur für jedes einzelne Negativ zu

ermitteln. Nach dem ersten Scannen wird der Film in Rückwärtsrichtung nochmals durch den Scanner geführt, der nun jedes einzelne Negativ mit einem CCD-Sensor mit einer Auflösung von 2K x 3K in einer Farbtiefe von 12 bit pro Farbe abtastet. Neben Scans der drei Primärfarben erfolgt dabei auch ein Infrarotscan, der Daten für ein automatisches Retuschieren von Staub und Kratzern liefert. Die Daten dieses Hauptskans werden an einen Hochleistungs-Bildprozessor weitergegeben, der das Bild auf die gewünschte Größe skaliert und alle erforderlichen Korrekturen durchführt. Die Rechenleistung, die benötigt wird, um jedes einzelne Pixel zu modifizieren, stellt Agfa durch eine patentierte Hochleistungs-Prozessorkarte sicher, deren Leistung der von vier bis fünf Pentium III-Prozessoren mit 400 MHz entspricht. Damit kann ein Bild im Format 10x15cm

in nur 1,5 Sekunden vollständig verarbeitet und skaliert werden.

Intelligente Bildkorrektur

Die von Agfa entwickelte D-TFS Technologie ermöglicht neben der elektronischen Retusche von Staub und Kratzern die automatische Bildoptimierung in den Bereichen Kontrastanpassung, erweitertes Farbmanagement und Schärfe. Bei der Kontrastanpassung wird der als Hybridkonzept im Agfa Hochgeschwindigkeitsprinter Dimax bekannt gewordene Effekt der selektiven Dichtesteuerung auf digitalem Wege erzielt. Diese Methode ist besonders nützlich, wenn Negative einen hohen Kontrast aufweisen, der sich auf Farb-Negativpapier nicht einwandfrei reproduzieren läßt. Bei solchen

Georges Brys, Leiter des Agfa Geschäftsbereiches Consumer Imaging:

„Die Zukunft gehört der digitalen Welt.“

Eine positive Bilanz des Agfa Geschäftes im vergangenen Jahr zog Georges Brys, Leiter des Geschäftsbereiches Consumer Imaging, auf einer Pressekonferenz auf der PMA. Bereits in den ersten neun Monaten 1999 habe Consumer Imaging einen Umsatz von mehr als 1 Milliarde Euro erreicht. Trotz insgesamt rückläufiger Preise sei damit ein Wachstum von fast 5 Prozent bei einem um mehr als 7 Prozent gestiegenen Ergebnis vor Restrukturierung erreicht worden.

Mit einer Umsatzsteigerung von 23 Prozent war der Geschäftsbereich Laborgeräte besonders erfolgreich. Aber auch das Filmgeschäft zeichnete sich neben steigenden Verkaufsmengen auch durch eine erfreuliche Ergebnisverbesserung aus, betonte Brys. „Das wachstumsstärkste Geschäftsfeld ist und bleibt natürlich das Desktop Publishing, also unsere Digitalkameras und Scanner. 1998 haben wir 670.000 Scanner verkauft, im vergangenen Jahr mehr als eine Million.“

Brys ließ keinen Zweifel daran, daß der digitalen Welt die Zukunft gehört und betont, daß Agfa diese Zukunft an

vorderster Linie mitgestalten wolle. Bereits vor 14 Jahren, erinnerte der Leiter des Geschäftsbereiches Consumer Imaging, habe das Unternehmen mit den CRT-Printer erstmals einen echten Scannerprinter vorgestellt. In der jüngeren Vergangenheit hätten sowohl der MSP Dimax Hochleistungsprinter als auch die Agfa MSP Minilabs mit Digital Print Unit (DPU) als hybride Geräte das Beste aus der analogen und digitalen Welt kombiniert. Mit dem neuen d-lab.3 werde jetzt ein weiterer Meilenstein für die digitale Zukunft gesetzt.

Digitaltechnik bedeute allerdings viel mehr als nur Fotografieren mit einer digitalen Kamera, betonte Brys: „Das, was heute an digitaler Technik im Alltag zum Einsatz kommt, das, was auch dem Händler und Finisher Geld bringt, sind meist andere Aktivitäten, z. B. Bild-vom-Bild, die Grußkarten-Optionen, die Paßbild-Produktion oder auch das Bild-vom-Dia. In diesem Markt hat sich viel getan. Er wird sicherlich weiterhin ein wichtiger Wachstumsmarkt bleiben, und wir werden ihn mit unseren Systemen, von denen wir hier auf der PMA unter



Georges Brys

anderem die neuen Pictasy-Entwicklungen vorstellen, mitgestalten.“

Ein weiterer Wachstumsmotor sei mit Sicherheit das Internet, erklärte Brys. Es sei aber kein Selbstzweck, sondern nur der Schlüssel, der den Konsumenten eine heute noch gar nicht überschaubare Vielfalt von Dienstleistungen eröffnen werde: „Am Ende dieses Prozesses steht aber in sehr vielen Fällen das Bild als Hardcopy – in einigen Fällen gedruckt, auf Inkjet oder vor allen Dingen auf Fotopapier.“ Agfa werde darum die digitale Welt vorantreiben, ohne die klassischen Materialien zu vernachlässigen, resümierte Brys.

Bildern wird die Dichte dunkler Bildbereiche selektiv reduziert, während die hellen Bildflächen unverändert bleiben. Unterbelichtete Negative können mit Hilfe der digitalen Belichtung erheblich verbessert werden. Das führt zu einer Steigerung der Zahl verkaufsfähiger Bilder und im Endeffekt zu höherer Kundenzufriedenheit.

Ähnliches gilt für die automatische Schärfekorrektur. Unter bestimmten Umständen läßt sich auch die Körnigkeit eines Bildes verringern.

Farbtöne können besonders bei der Wiedergabe stark gesättigter Farben verbessert werden. Bei der analogen Belichtung gehen hier oft Details verloren, weil der Farbumfang des Fotopapiers begrenzt ist. Die selektive Verringerung der Farbsättigung erhält die Farbbrillanz und stellt gleichzeitig die Sichtbarkeit der Details sicher.

Ebenso wie die Retusche von Staub und Kratzern erfolgen diese Bildoptimierungen beim Agfa d-lab.3 vollautomatisch. Optional ist auch ein Softwaremodul zur Beseitigung des Rote-Augen-Effektes erhältlich.

Agfa kooperiert

Auf der PMA hat Agfa-Gevaert eine Technologie-Partnerschaft mit Digital Now! Inc., Vienna/Virginia, USA, bekanntgegeben. Im Rahmen der Vereinbarung soll eine spezielle Version der Digital Photo Factory Software von Digital Now! zusammen mit dem Agfa Pixtasy-System vertrieben werden.

Mit diesem neuen optionalen Software-Paket kann die Agfa Pixtasy-Station Bilddaten verarbeiten, die z. B. von dem neuen digitalen Minilab-System d-lab.3 übernommen worden sind. Zudem umfaßt die Software attraktive Funktionen für die Herstellung von Bild-CDs und Bild-Disketten sowie von Dienstleistungen über das Internet.

So wird direkt vor Ort die Herstellung von Bilder-CDs möglich, auf denen Fotos in fünf verschiedenen Auflösungen gespeichert werden. Dabei können Bilder vom Film mit Bilddaten anderer Herkunft, z. B. Speicherkarten von Digitalkameras, gescannten Papierbildern oder Dias, kombiniert werden. Neben den reinen Bilddaten enthält jede Bild-CD eine spezielle Version der FotoWire Client-Software für die problemlose Nachbestellung von Bildern über das Internet sowie TryitSoftware mit kostenlosen Testversionen bekannter Software-Programme, die der Kunde ausprobieren und bestellen kann. Zudem bietet die Digital Photo Factory Software den Betreibern von Agfa Pixtasy die Möglichkeit, Fotos seiner Kunden für eine bestimmte Zeit ins Internet zu stellen. Der Kunde erhält ein Paßwort, das er Angehörigen und Freunden mitteilen kann, damit diese die entsprechende Webseite besuchen können.

Unabhängig davon hat Agfa eine langfristige Zusammenarbeit mit dem italienischen Unternehmen Gregoris Photo Equipment (GPE) bekanntgegeben. Die Kooperation umfaßt eine Vielzahl von Produkten und erstreckt sich auf die Gebiete Marketing, Entwicklung, Produktion und Service.



Dieses Musterbild, das mit dem neuen d-lab.3 hergestellt wurde, zeigt die außerordentliche Schärfe und den hohen Detailreichtum, der durch die Lasertechnologie ermöglicht wird.

Bessere Bilder von Digitalkameras

D-TFS ermöglicht nicht nur die digitale Optimierung analog aufgenommener Fotos, sondern kann auch Bilder von digitalen Kameras verbessern. Dr. Wilhelm Nitsch: „Bei Bildern von Digitalkameras stellt man fest, daß die Farben zum Teil sehr weit auseinanderliegen und somit ein Print-Kompatibilitätsproblem vorliegt, das eine automatische Korrektur erfordert. Angesichts der schnell zunehmenden Anzahl unterschiedlicher Digitalkameras ist die Anwendung von kameraspezifischen Korrekturen dabei sicher nicht der richtige Weg. In der Digital TFS-Software werden die Bilddaten unabhängig vom jeweiligen Kameramodell analysiert und eine Farb- und Dichtekorrektur berechnet. Durch Anwendung dieser Algorithmen läßt sich die Spreizung der Farben ganz erheblich reduzieren. Das bedeutet, daß eine homogene Produktion ohne fabrikatsspezifische Korrekturen möglich wird.“

Bilder in Laserqualität

Unter Experten herrscht Einigkeit, daß die Belichtung mit Lasertechnologie zur Zeit die besten Bilderergebnisse gewährleistet, wenn digitale Dateien auf Fotopapier belichtet werden. Beim Agfa d-lab.3 kommt als Lichtquelle für Blau und Grün ein Argon-Ionen-Laser zum Einsatz, während das rote Licht von einer Laserdiode stammt. Der kombinierte Strahl in einer festen Auflösung von 400 dpi wird mittels eines sich schnell drehenden Polygon-Spiegels, der mit konstanter Geschwindigkeit bewegt wird, auf das Papier gelenkt.

Um die hohe Qualität des Lasers optimal auszunutzen, hat Agfa für das d-lab.3 ein spezielles Fotopapier entwickelt, das optimal auf die Anforderungen der ultra-kurzen Belichtungszeit des Lasers abgestimmt ist. Sie beträgt mit 131 ns nur rund ein Drittel der Belichtungszeit herkömmlicher Fotopapiere. Bei der Verwendung konventioneller Materialien kann die hohe Lichtintensität des Lasers zu Farbsäumen führen. Agfa löste das Problem mit dem d-paper, das nicht nur auf die spektrale Charakteristik des Lasers optimal abgestimmt ist, sondern zusätzlich durch die Agfa Short-Time-Exposure &

Processing (STEP) Emulsionstechnologie messerscharfe Ergebnisse mit hoher Farbsättigung sicherstellt. Dabei kommen verschiedene neuentwickelte Metallkomponenten, darunter Iridium, zum Einsatz.

Für die Verarbeitung des belichteten Papiers hat Agfa einen neuartigen Papierprozessor entwickelt, der Chemietanks in einer speziellen Kaskadenanordnung aufweist und mit einem neuartigen Überstrom-Wässerungssystem ausgestattet ist. Diese Technologie kommt mit nur drei Stabilisator tanks aus. Dadurch verkürzt sich die Trocken-zu-Trocken-Zeit auf nur 2,5 Minuten.

Breites Dienstleistungsspektrum

Durch seine digitale Technologie ermöglicht das Agfa d-lab.3 nicht nur die Produktion von Standardbildern, sondern auch die Herstellung einer Vielfalt spezieller Bild- und Fotoprodukte.

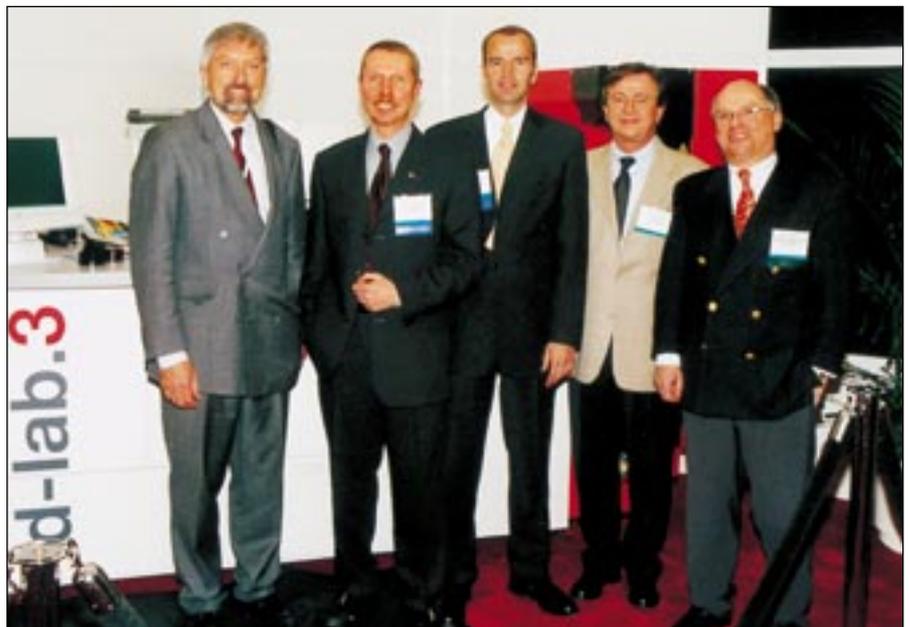
d-pix, eine im Funktionsumfang reduzierte Version der Agfa Pixtasy Software, kann als Option auf dem Gerät installiert werden. Damit hat der Anwender auf einfache Weise direkten Zugriff auf erweiterte Bildbearbeitungsfunktionen. So können Fotos direkt am d-lab.3 mit einem attraktiven Schmuckrahmen versehen und geprintet werden. Für Labore mit hohem

Bedarf an solchen Dienstleistungen kann auch ein komplettes Agfa Pixtasy Bildbearbeitungssystem inklusive Flachbettscanner an das d-lab.3 angeschlossen werden. Mit dieser Kombination ist die Herstellung von Bild-vom-Bild-Aufträgen ebenso möglich wie die kreative Bearbeitung einzelner Bilder, ohne den Produktionsfluß am d-lab.3 zu unterbrechen. Kombiniert man Agfa Pixtasy mit dem Internet Print Paket, können auch Kundenbilder aus dem Internet empfangen und weiterverarbeitet werden.

Für professionelle Dienstleistungen besteht die Möglichkeit, individuell konfigurierte Workstations auf PC- oder MAC-Basis an das digitale Agfa Minilab anzuschließen. Eine von Agfa maßgeschneiderte Transfer-Software verpackt die Bilddaten dabei in eine „digitale Auftragstasche“ und schickt sie zur Ausbelichtung an das Minilab.

Einfache Bedienung

Das Bedienkonzept des d-lab.3 wurde nach neuesten ergonomischen Erkenntnissen entwickelt. Zentrales Element ist ein großes Touchscreen-Display, bei dessen Entwicklung die Möglichkeit intuitiven Arbeitens im Vordergrund stand. Dabei können Standardaufträge per Knopfdruck durchgeführt werden.



Präsentierten in Las Vegas mit dem d-lab.3 das erste vollständig digitale Agfa Minilab: v. l. Gerhard Brenker, Leiter Entwicklung digitale Systeme Agfa Laborgeräte, Felix Häring, Senior Product Manager Minilab, Dr. Dominik Endler, Leiter Marketing Laborgeräte, Werner Went, Business Manager Minilab Europe, und Werner Uebelacker, Leiter Productmanagement Minilab.

Eurocolor erweitert digitale Produktpalette

Pixel in Fujicolor

Mit deutlich erweitertem Sortiment formiert Eurocolor seine digitalen Foto-finishing-Dienstleistungen neu. Neben der bekannten Order-Station für den Fotohandel gibt es in Zukunft auch eine Bilder-CD und einen Internet-Service unter der neuen Dachmarke Fujicolor.

„Unserer Einschätzung nach ist das Jahr 2000 genau der richtige Zeitpunkt, um eine in sich geschlossene digitale Produktpalette im Amateurmarkt einzuführen,“ erklärt Eurocolor Geschäftsführer Christian Prien vor der Fachpresse. „Mit Fuji Photo Film haben wir einen Partner, der uns digitale Technologien zur Verfügung stellt, die uns ermöglichen, im Fotofinishing eine führende Rolle einzunehmen.“

Kleine Basis, starkes Wachstum

Prien räumte ein, daß die augenblickliche Nachfrage nach digitalen Bilddienstleistungen noch gering sei. Andererseits sei es Eurocolor gelungen, 145 Einheiten der auf der photokina unter dem Namen „imaging terminal“ vorgestellten Order-Station zu installieren, 110 davon in Deutschland. Damit habe Eurocolor wichtige Erfahrungen über die Bedürfnisse der Kunden sammeln können und gleichzeitig eine Basis für das Geschäft mit Bildern von digitalen Bilddateien geschaffen. Ausgehend von den Ergebnissen der letzten Monate des Jahres 1999 schätzt Prien das Volumen solcher Bilder für Eurocolor auf 600.000 Stück im Jahr. „Das ist, verglichen mit der einen Milliarde Bilder, die wir analog printen, natürlich keine sehr hohe Zahl.“ Die rasant steigenden Verkäufe von Digitalkameras und die immer größere Bedeutung des Internets sind für Prien aber sichere Anzeichen für ein wachsendes Marktpotential für digitale Dienstleistungen.

Geschlossene Produktpalette

Das Eurocolor Angebot rund ums digitale Bild wird darum deutlich



Eurocolor Geschäftsführer Christian Prien: „Durch die steigenden Verkäufe von Digitalkameras und die immer größere Bedeutung des Internets wächst auch das Marktpotential für digitale Dienstleistungen.“

erweitert und erhält unter der Marke Fujicolor einen einheitlichen Marktauftritt. Mit Cross-Marketing-Aktivitäten sollen die verschiedenen Bereiche sich gegenseitig fördern. Zusätzlich werden die Digitalprodukte unter dem Namen Fujicolor auch in den Werbeaktivitäten des Mehrheitsgesellschafters Fujifilm eine Rolle spielen. Die neue Dienstleistungspalette umfaßt das Ausdrucken digitaler Bilddateien im Großlabor mit Hilfe des bekannten Order-Terminals und des neuen Internet-Auftritts eben-

so, wie das Konvertieren analoger Bilder in die digitale Welt mit der neuen Fujicolor Bilder-CD. Für alle neuen Fujicolor Dienstleistungen stehen attraktive Werbemittel, Displays und Promotionmaterialien zur Verfügung. Zusätzlich wird Eurocolor auf die neuen Dienstleistungen durch Beileger in den Fototaschen hinweisen.

Das Terminal: Fujicolor order-it



Das bekannte Imaging Terminal von Eurocolor wird im Rahmen des neuen Markenauftritts in Fujicolor order-it umbenannt. Bereits existierende Einheiten erhalten von Eurocolor ein neues Outfit. Wie bisher dient Fujicolor order-it als „Fotoarbeitstasche“ für digitale Bilder. Die Station akzeptiert alle im Amateurbereich gängigen Speichermedien und Bilddateiformate. Der Anwender – das Gerät kann mit Personal oder in Selbstbedienung betrieben werden – legt den Datenträger in das entsprechende Laufwerk und wählt mit Hilfe des Touchscreen-Monitors die Bilder aus, von denen Prints angefertigt werden sollen. Der Datentransport zum Labor erfolgt mit Hilfe von Wechselspeichermedien (Jaz 2 GB), so daß für den Betrieb von order-it keine zusätzlichen Telefonleitungen oder Internet-

Anschlüsse notwendig sind. Da die Medien über den bestehenden Touren-dienst transportiert werden, entstehen auch keine zusätzlichen Kosten.

Fujicolor order-it ist in verschiedenen Versionen erhältlich. Die Komplettstation Fujicolor order-it classic besteht aus einem attraktiven Gehäuse mit Markenschriftzug, einem Computer mit Pentium 233 MMX oder K6 Prozessor (Mindestausstattung), 128 MB RAM, 2 MB Grafikkarte, 8 GB Festplatte Ultra SCSI und Laufwerken für CD-ROM/DVD 36-fach, Zip 100 MB, 3,5" Diskette, SCM PCD-47 (Compact-Flash, SmartMedia, PC-Card), Jaz 2 GB und einem Chipkartenleser. Der Verkaufspreis beträgt DM 9.550,- inklusive Installation, Transport und Einweisung (plus Mehrwertsteuer). Gegen Aufpreis stehen Laufwerke/Adapter für weitere Medien, wie z.B. Memory Stick, MO und LS 120, zur Verfügung. Die Bedienung der Order-Station erfolgt wie bisher mit Hilfe einer Kundenkarte, die der Interessent nach Ausfüllen eines kurzen Antrages sofort und kostenlos vom Händler erhält.

Für Händler, die nicht das gesamte Selbstbedienungsterminal erwerben möchten, gibt es ab sofort Fujicolor order-it light: Dabei handelt es sich im wesentlichen um einen Computer in der oben genannten Mindestausstattung (mit 15 Zoll Monitor ohne Touchscreen) und entsprechender Software. Die order-it light Version kostet DM 5.950,- (plus Mehrwertsteuer).

Fotohändler, die bereits Computer in einer fest definierten Konfiguration nutzen (z.B. die Paßbildstation von Ringfoto), können die Fujicolor order-it Software auch ohne Geräte zum Preis von DM 750,- erwerben.

**Fotos übers Netz:
Fujicolor order.net**

**FUJICOLOR
order.net**

Echte Fotos von digitalen Bildern können bei Eurocolor seit der CeBIT von jedem internetfähigen PC weltweit rund um die Uhr bestellt werden. Unter der Adresse www.fujicolor-order.net können digitale Bilddateien in nahezu

Ohne Reue

Zweieinhalb Jahre nach Übernahme der Eurocolor Mehrheit durch Fujifilm nutzte Christian Prien die Gelegenheit der Pressekonferenz, um eine positive Bilanz der neuen Eigentumsverhältnisse zu ziehen. „Meine Partner und ich haben diesen Schritt bis heute keinen Tag lang bereut,“ erklärte Prien. „Wir arbeiten mit Fujifilm hervorragend zusammen und gestalten mit großer Freude die Fotofinishinglandschaft in Deutschland weiter mit.“

Im vergangenen Jahr hat sich Eurocolor nach Angaben von Prien sehr gut entwickelt. Während der Bildermarkt mit einem Wachstum von 5,5 Prozent eine erfreuliche Tendenz zeigte, wuchs Eurocolor mit einer noch höheren Rate und erzielte allein mit den sieben Gründungsbetrieben ein Gesamtvolumen von einer Milliarde Bilder. „Mit den seit dem 1.1.1999 in die Eurocolor Organisation integrierten Betrieben Fujicolor Helzel in Ansbach und Fujicolor Photex in Willich liegen wir sogar deutlich darüber“, erklärte Prien.

Sorgen bereitet Eurocolor, wie anderen Fotofinishern auch, die Differenz zwischen Mengen- und Umsatzwachstum. Prien erteilte darum dem Niedrigpreismarketing eine deutliche Absage: „Wir wollen weiter wachsen, aber qualifiziert.“ Nur so könne ein bedeutendes Fotofinishing-Unternehmen wie Eurocolor seiner Verantwortung für den Gesamtmarkt gerecht werden.

allen gängigen Formaten über das Internet zu Eurocolor geschickt werden, wo daraus echte Fotos aus dem Großlabor entstehen. Um die Verbraucher nicht zu überfordern, bietet Eurocolor zunächst nur ein überschaubares Sortiment unterschied-

licher Bildformate an. „Wir möchten es für die Kunden des Fotohandels so einfach wie möglich machen, diesen neuartigen Service auszuprobieren, ohne sie durch ein großes Sortiment von Zusatzartikeln zu verwirren“, erklärte dazu Christian Prien. Eurocolor sieht den Internetservice als Ergänzung zur Order-Station, besonders für die Bestellung einzelner Digitalprints. Christoph Thurner, Geschäftsführer der neu formierten Eurocolor Digital GmbH, wies in diesem Zusammenhang auf die langen Übertragungszeiten für Bilddateien hin. So kann das Absenden einer ein Megabyte großen Bilddatei je nach verwendetem Modem bis zu sieben Minuten dauern, über ISDN 128K noch ca. 1,5 Minuten. Für die Bestellung mehrerer Bilder ist darum die Order-Station die bessere und vor allem preiswertere Alternative.

Einbindung des Fotohandels

Das Bestellen digitaler Bilder über das Internet ist einfach. Mit wenigen Mausklicks wählt der Anwender die entsprechende Bilddatei von seiner Festplatte aus und gibt die gewünschte



Christoph Thurner, Geschäftsführer der neuformierten Eurocolor Digital GmbH, stellte der Fachpresse die ersten Werbemittel für die neuen digitalen Dienstleistungen vor.

Menge und das Format ein. Der Preisabstand zu herkömmlichen Bildern ist bewußt gering: 0,79 DM für ein 9 x 13 Bild, 0,89 DM für 10 x 15, 1,39 DM für 13 x 18, jeweils maximal 4,5 Mio. Pixel). Für ein 20 x 30 cm großes Poster (maximal 9,0 Mio. Pixel) werden DM 4,95 berechnet. Hinzu kommt eine Bearbeitungsgebühr pro Auftrag, die in der Anfangsphase bei nur 1,- DM liegt, um die Kunden zum Ausprobieren zu motivieren.

Die Auslieferung der fertigen Bilder erfolgt wahlweise über den Fotohandel oder per Post. Beim Postversand wird eine zusätzliche Gebühr von DM 6,- für Porto und Verpackung erhoben. Entscheidet sich der Kunde für die Auslieferung beim Fotohandel, kann er nach Eingabe seiner Postleitzahl unter nahegelegenen Fotohändlern auswählen.

„Wir sehen den Fotohandel als wichtigen Absatzmittler auch für den Internet-Service“, erklärte Christian Prien. „Wir sehen es darum nicht als Nachteil, daß wir Rücksicht auf unsere Handelspartner nehmen müssen, sondern betrachten dies gerade als Chance, über den Fotohandel Zusatzgeschäfte zu entwickeln.“ Für den Verbraucher bringt die Auslieferung über den Fotohandel den Vorteil des gesparten Portos und der unter Umständen kürzeren Auslieferungszeit.

Die Verknüpfung der Internet-Dienstleistung mit dem Fotohandel wird auch dadurch deutlich, daß die Kundenkarte von Fujicolor order-it auch bei Fujicolor order.net eingesetzt werden kann. Erstbesteller über das Internet erhalten mit ihren ersten Bildern ebenfalls eine Kundenkarte, die wiederum an der Order-Station eingesetzt werden kann. Beim nächsten Besuch der Internetseite gibt der Anwender die Nummer seiner Kundenkarte ein. Wenn er sich dann für die Auslieferung beim Fotohändler entscheidet, wird automatisch das Unternehmen ausgewählt, das die Kundenkarte ausgestellt hat.

Ganz einfach digitale Bilder: Fujicolor CD



Die neue Fujicolor CD rundet die Palette digi-



Für die Bestellung der Fujicolor CD gibt es einen einfachen Aufkleber für die Bildertüte.



Monaten soll die Fujicolor CD noch mit einer einfachen Bildbearbeitungssoftware ergänzt werden.

„Auch bei diesem Produkt kam es uns darauf an, die Kunden nicht zu überfordern, sondern ihnen auf einfache Weise den Spaß mit digitalen Bildern zu vermitteln“, erklärte Christian Prien. Diese Philosophie zieht sich wie ein roter Faden durch die gesamte Palette digitaler Fujicolor Dienstleistungen, bei denen den Verbrauchern keine unübersehbare Vielzahl digitaler Möglichkeiten angeboten wird, sondern das, was sie kennen und schätzen: Bilder.

taler Dienstleistungen bei Eurocolor ab. Damit steht Besitzern von Kleinbild- oder APS-Kameras die digitale Welt auch ohne Scanner oder Digitalkamera offen.

Der Kunde bestellt das neue Medium wie gewohnt zusammen mit seinen Abzügen bei der Erstbestellung. Die Negative werden in einer Auflösung von 1.024 x 1.527 (4-base) in einer Farbtiefe von 24 Bit gescannt und im JPEG-Format auf einer CD-ROM gespeichert. Zur Einführung enthält die CD ausschließlich Bilder sowie eine Viewer-Software, mit deren Hilfe die Datei ohne Installation schnell und einfach am PC betrachtet werden kann. In einigen

Großes Potential

Mit wachsendem Marktvolumen will Eurocolor im Laufe der Zeit die Palette der digitalen Dienstleistungen weiter ergänzen und auch zusätzliche Produkte ins Programm nehmen.

„Die Internetdienstleistungen und das Fujicolor order-it Terminal werden uns dabei wichtige Erkenntnisse über die tatsächlichen Bedürfnisse der Kunden vermitteln“, erklärte Christian Prien. „Mit den digitalen Medien haben wir gemeinsam mit dem Fotohandel dann die Möglichkeit, den Markt durch gezielte Angebote zu erweitern.“

Der Treff für Fachhändler mit Herstellern und Distributoren in Halle 10, 4. Etage (mit Dealer's Only)



FUJIFILM

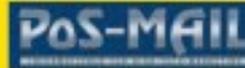
OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE



LET'S GO AHEAD

THE PCWAY



Computer ResellerNews

Weißer Breite 3
49084 Osnabrück
Telefon (05 41) 971 26-0
Telefax (05 41) 971 26-66



multimedia home
Gemeinschaftsstand
Halle 10 - 4. Etage,
Stand 424/425



24.2.-1.3.
2000

Duisburger Traditionsgeschäft vereint Multimedia, Fotografie und Optik

75 Jahre Optik Uhlig Foto



Am 2. Januar feierte das Familienunternehmen Optik Uhlig Foto sein 75jähriges Bestehen. Zahlreiche Gäste, darunter Duisburger Polit-Prominenz, waren zur Feier in der Duisburger Mercator Halle erschienen, um zum Jubiläum zu gratulieren.

Das Unternehmen Optik Uhlig Foto wurde 1925 von dem staatlich geprüften Augenoptiker, Optikermeister und Fotokaufmann Heinrich Uhlig und seiner Ehefrau Emilie in Duisburg gegründet. Das rasche Florieren des Ge-



Zahlreiche Gäste waren erschienen, um Heinz-Werner Uhlig zum Geschäftsjubiläum zu gratulieren (im Hintergrund sein Sohn Dirk Uhlig.)

schäftes machte zwei Umzüge erforderlich, bis es schließlich 1931 seinen endgültigen Standort auf der Duisburger Königstraße 38, dem heutigen Sitz der Firma, fand. Neben einer modernen Optikerwerkstatt entstanden ein

Schwarzweiß-Labor, eines der ersten Colorlabore sowie eines der ersten Kontaktlinsen-Institute.

Seit 1963 führt der Sohn des Geschäftsgründers, Heinz-Werner Uhlig, ebenfalls staatlich geprüfter Augenoptiker, Optikermeister und Fotokaufmann, zusammen mit seiner Frau Doris das Geschäft. Inzwischen wurde mit dem Eintritt von Dirk Uhlig, der dieselbe Ausbildung wie Vater und Großvater absolviert hat, bereits die dritte Generation in dem Familienunternehmens aktiv. Der neun Jahre jüngere Sohn Jörn Uhlig befindet sich nach bestandener Augenoptikerprüfung noch in der Weiterbildung. Neben der breiten Palette an konventionellen Fotosystemen (Sucher-, Spiegelreflexkameras, Labortechnik) ist Uhligs digitale Foto- und Videotechnik, Computerbau und Programmierung für Kunden auch außerhalb Duisburgs ein Begriff. So konnte Dirk Uhlig einem englischen Artisten, der mit einer Seehundnummer durch die Lande zieht,



Ein Kunde des Geschäftes aus England erfreute die Gäste mit seiner Seehund-Nummer.

weiterhelfen. Da er sich mit Videoaufnahmen seiner Show um Auftritte bei den verschiedenen Zirkus-Unternehmen bewirbt, war er auf der Suche nach einem digitalen Videoschnitt-System.

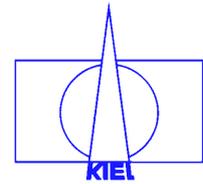


Duisburgs Altbürgermeister Josef Krings betonte die Bedeutung von mittelständischen Traditionsunternehmen wie Optik Uhlig Foto für die Unverwechselbarkeit eines Stadtbildes.

Dirk Uhlig setzte sich mit dem Artisten zusammen und fand die für ihn passende Lösung.

In der Optikabteilung des Geschäftes wird von der kleinsten Kontaktlinse über Brillengläser, Lupen, Ferngläser, Mikroskope bis zu Fernrohren jeder „Optik-Wunsch“ erfüllt.

Auch das Internet ist bei Optik Uhlig Foto kein fremdes Medium. Für jede der verschiedenen Abteilungen des Geschäftes wird zur Zeit ein eigener Auftritt samt spezifischer Adresse programmiert. „Zum Kaufen kommen die Kunden aber nach wie vor persönlich ins Geschäft“, versichert Heinz-Werner Uhlig, höl



Qualifizieren Sie sich für weiterführende
Positionen im Fotohandel durch den

29. Hauptlehrgang

der Fotofachschule Kiel. Diese 6-monatige Fachschulweiterbildung
zum/zur

Handelsfachwirt/-in (IHK) • Fachrichtung „Foto- und Medientechnik“

findet als Vollzeitlehrgang von **8. Januar bis 29. Juni 2001**

in Kiel statt.

- Voraussetzung:**
- erfolgreich abgelegte kaufmännische Berufsausbildung und mindestens zweijährige Berufserfahrung
 - oder 6-jährige einschlägige Berufserfahrung (sonst. Ausnahmeregelungen auf Anfrage)

- Inhalte:**
- Kaufmännischer Teil » **Abschluß „Handelsfachwirt (IHK)“**
 - Foto- und Medientechnik » **Abschluß „IHK-Zertifikat Foto- und Medientechnik“**
 - Ausbildung der Ausbilder (AdA)

Die drei Teile des Lehrganges können auch einzeln besucht werden.
Förderung nach Meister-BaföG und BFD möglich.

Nähere Info und Anmeldung:

Fachschule des Deutschen Fotohandels

Feldstraße 9-11

24105 Kiel

Telefon 04 31 - 57 97 00

Telefax 04 31 - 56 25 68



Im neuen Leica Shop für Leica Repräsentanten und Fotohändler setzt das Solmsner Unternehmen klassisch-elegante Materialien wie Holz, Edelstahl und Glas ein, mit denen die gewünschte Positionierung der Produkte unterstrichen werden soll.

Leica Camera AG richtet sich strategisch neu aus

Die Leica Camera AG hat im vergangenen Jahr nicht nur notwendige Restrukturierungsmaßnahmen durchgeführt, sondern auch eine umfassende strategische Neuausrichtung eingeleitet. Erste sichtbare Umsetzungsschritte stellten der Vorstandsvorsitzende, Hanns-Peter Cohn, und andere Manager des Unternehmens Ende Januar im Rahmen einer Pressekonferenz in Solms vor.

soll. Eine stärkere Öffnung und Kundenorientierung des Unternehmens solle nach Cohns Ausführungen nicht nur beim Besuch in Solms oder durch den Kontakt über die Medien Telefon und Internet vermittelt werden, sondern ebenfalls im Rahmen der Präsenz im Fotohandel und über Kommunikationsmittel wie Broschüren und Prospekte spürbar sein.

„Produkte und Kommunikationsmittel müssen in einer einheitlichen Sprache

„Leica World“ jetzt auch im freien Verkauf

Das mehrfach ausgezeichnete Magazin „Leica World“ ist zukünftig nicht mehr eine exklusive Leistung für LeicaCard-Inhaber, sondern auch im freien Verkauf erhältlich. Das hochwertige Kulturmagazin erscheint zweimal im Jahr und stellt berühmte Leica Fotografen in großen Portfolios vor. Zudem widmet es sich dem kreativen Nachwuchs, bietet Interviews, Berichte und Reportagen rund um die Fotografie sowie eine international beachtete Serie über die großen Art Directors der Welt. Aktuelle Informationen der Leica Camera AG runden den Inhalt jeweils ab. Das Einzelexemplar des Magazins kostet 25 DM, ein Jahresabo 50 DM.

„Basis für alle Maßnahmen ist unser Strategiepapier ‚Leica 21‘, in dem wir die wesentlichen Elemente und Ziele der Neuausrichtung für das beginnende 21. Jahrhundert festgelegt haben“, erläuterte Cohn. „Neben der Konzentration aller Handlungen und Abläufe auf die Werteebene ‚Qualität, Präzision und Solidität‘ zielt die Strategie auf eine wesentliche Steigerung des Anwenderpotentials für Leica Produkte.“ Dazu seien neben der Ausrichtung auf neue Produkte verschiedene Maßnahmen entwickelt worden, mit denen jeder Kontakt mit Leica zu einem positiven Beitrag für Positionierung von Marke und Unternehmen gestaltet werden



Eine offene Bürogestaltung verbessert die Kommunikation innerhalb des neugeschaffenen Leica Service Centers.

die technische Kompetenz und kulturelle Verankerung des Unternehmens vermitteln“, meinte Professor Achim Heine, der nach der Gestaltung der neuen Kompaktkamera Leica C1 auch

die gesamte kommunikative Ausrichtung des Unternehmens überarbeitet. Heine erläuterte seine Zielsetzung anhand der Gestaltung neuer Broschüren, beispielsweise zur Digitalkamera Leica digilux zoom oder zur Sonderserie Leica M6 schwarzlack.

Bereits umgesetzte Maßnahmen der Neuausrichtung sind das Leica Service-Center und ein Konzept für die attraktive Warenpräsentation im Handel.

Integriertes Service Center

Die Leica Camera AG hat alle internen Abteilungen mit direktem Kundenkontakt in einem integrierten Leica Service Center zusammengefaßt. Unter Nutzung moderner Kommunikations- und Informationstechnologien sowie intensiver Mitarbeiterschulung soll es die Qualität der direkten Kommunikation mit dem Unternehmen und aller kundenbezogenen Prozesse optimieren.

Hohe Qualität und Kompetenz beim Kontakt zum Kunden

„Neben Grundvoraussetzungen wie gute Erreichbarkeit und sympathisches Auftreten sollen insbesondere eine hohe Qualität und Kompetenz bei allen Kontakten erzielt werden“, sagte Steffan Gold, Leiter des Bereich Marketing Services.

In das Zentrum für Kundenkontakte einbezogen sind die nationale und internationale Auftragsabwicklung, der kaufmännische Kundendienst mit dem Ersatzteilservice sowie der Leica Informationsservice. Gold: „Durch die Zusammenlegung in einer offenen Bürogestaltung wurde zum Jahreswechsel die Grundlage für eine verbesserte interne Kommunikation und Abstimmung gelegt.“

Neuer Leica Shop

Im Solmsner Werk war ein neuer Mustershop zu besichtigen, der die Produkte des Unternehmens nach einem modernen, puristisch-technischen Ansatz präsentieren soll. Das modulare

Einrichtungssystem soll zukünftig weltweit im Rahmen von Shop-in-Shop-Lösungen bei den Leica Repräsentanzen sowie den exklusiven Leica Geschäften des Fotohandels eingesetzt werden. Das modulare Konzept ermöglicht den Einsatz einzelner Vitrinen ebenso wie die Einrichtung eines ganzen Geschäftes. Die verwendeten Elemente sind frei beweglich an einer umlaufenden Schiene in der Wand montiert und umfassen neben den reinen Schrank- und Vitrinenmodulen für die Leica Kameras, Objektive, Projektoren und Ferngläser auch Ständer für Prospekte, Displays für Fotografien

oder Produktaufnahmen sowie Buchständer. Außerdem gibt es ein Multimediomodul, an dem Leica Digitalkameras demonstriert werden können.

Weitere Maßnahmen

Weitere Maßnahmen, an deren Umsetzung derzeit intensiv gearbeitet wird, sind die Neugestaltung des Internet-Auftritts sowie die Aktualisierung des Schulungsangebotes für Verkäufer und Management des Handels. Vorstandsvorsitzender Hanns-Peter Cohn kündigte die Vorstellung weiterer Umsetzungsschritte zur photokina 2000 in Köln an. hepä

Gero Furchheim löst Hans-Günther von Zydowitz ab

Hans-Günther von Zydowitz, zuletzt Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Leica Camera AG, ist nach über 40jähriger Tätigkeit für die Ernst Leitz GmbH und die Leica Camera AG in den Ruhestand getreten. Sein Nachfolger in dieser Aufgabe wurde Gero Furchheim (28). In einer kleinen Feierstunde am Rande der Vernissage zur Ausstellung „Oskar-Barnack-Preis 1999“ ließ der Vorstandsvorsitzende der Leica Camera AG, Hanns-Peter Cohn, die Tätigkeit von Zydowitz', die mit einer technisch-kaufmännischen Ausbildung und mehrjähriger Tätigkeit in der Werbeabteilung der damaligen Ernst Leitz GmbH, Wetzlar, begann, Revue passieren. Cohn dankte dem ehemaligen Pressechef für dessen Arbeit, die über Jahre hinweg das Bild des Unternehmens in der Öffentlichkeit geprägt habe. Cohn stellte darüber hinaus besonders das Engagement von Zydowitz' für Kulturprojekte hinaus. Für diese Tätigkeit wird von Zydowitz der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Leica auch zukünftig noch zur Verfügung stehen. Als Abschiedsgeschenk überreichte Cohn eine schwarze Ausgabe des Erfolgsmodells Leica M6 an den ehemaligen Pressechef.

Gero Furchheim begann seine Laufbahn im Bayer Konzern in Leverkusen. Dort war er unter anderem als Referent für Internationale Koordination in der Unternehmenskommunikation der Agfa-Gevaert AG und als PR-Manager der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft tätig. 1998 wechselte Furchheim



Bild oben: Hanns-Peter Cohn, Vorstandsvorsitzender der Leica Camera AG, überreicht eine schwarze Leica M6 als Abschiedsgeschenk an Hans-Günther von Zydowitz. Bild links: Gero Furchheim ist der neue Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Leica.

zur Leica Camera AG. Neben der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist er

dort zusätzlich für die Investor-Relations-Arbeit zuständig. Als Ansprechpartner für professionelle Fotografen fungiert jetzt Michael Agel.

JETZT ERSCHIENEN:

POS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Die Fachzeitschrift für den High-Tech-Markt

Digitale Technologien schaffen neue Märkte.

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

**Digitalkameras setzen Sie ins Bild,
die Telekommunikation macht Sie mobil.**

**Ab sofort gibt es eine neue Fachzeitschrift
aus dem C.A.T.-Verlag,
die Sie jeden Monat aktuell über die neuen
Consumer Electronics informiert.**

Wollen Sie Ihr Sortiment erweitern, um von den neuen Märkten zu profitieren? Möchten Sie über aktuelle Entwicklungen in benachbarten Branchen schnell informiert sein?

Für imaging+foto-contact Leser liegt ein kostenloses Exemplar von PoS-MAIL, Informationen für High-Tech-Marketing, bereit. Faxen Sie uns darum noch heute den untenstehenden Coupon, und Sie erhalten umgehend die druckfrische Erstausgabe – ohne jede weitere Verpflichtung.

Die aktuellen Themen der Erstausgabe:

- das Internet wird mobil
- neue Mobilfunkwelten
- neue Digitalkameras
- PC Innovationen:
mehr Tempo, mehr Speicher
- Consumer Electronics
- DVD und mehr

PoS-MAIL

Informationen für
High-Tech-Marketing

Jetzt kostenlos testen!
Fax: 0 21 02 / 20 27 90

Bestellen Sie jetzt Ihr
kostenloses Probeexemplar
PoS-MAIL und faxen Sie
den Coupon an
0 21 02 / 20 27 90
oder senden Sie ihn im
frankierten Umschlag an

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



Ja, ich möchte PoS-MAIL testen!

Senden Sie mir bitte die aktuelle, druckfrische Erstausgabe.

Absender/Firma:

Name:

Postfach/Straße:

PLZ/Ort:

Datum: Unterschrift:

Mit dieser unverbindlichen Bestellung gehe ich keine weiteren Verpflichtungen ein.

PMA-Neuheiten von Olympus



APS-Kamera im innovativen Design, leistungsfähige Ferngläser

Hinter dem kompakten Äußeren der Advanced Photo System-Neuheit i Zoom 2000 von Olympus verbergen sich modernste Technik und raffinierte Ausstattungsmerkmale. Die Kamera ist mit einem Zweifach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 25 bis 50 mm (entspricht ungefähr 31 bis 62 mm bei einer 35 mm-Kamera) ausgestattet, das für hochwertige Bildergebnisse und überzeugende Vergrößerungen sorgt. Das neue Modell aus Olympus erfolgreicher i Zoom-Serie ist mit einer Größe von 60,5 x 89,5 x 31 mm und einem Gewicht von nur 125 g überaus kompakt und paßt selbst in die kleinste Tasche. Äußerlich wurde sie in einem ganz neuen Silber-Finish-Look gestaltet.

Zahlreiche Blitzmodi

Die i Zoom 2000 verfügt neben der automatischen Blitzzuschaltung über fünf weitere Blitzmodi. Das Programm „Auto-S“ reduziert die roten Reflexzonen in den Augen. Bei Druck auf den Auslöser wird vor dem Hauptblitz automatisch eine Serie von Vorblitzen gestartet. „Flash-off“ ist immer dann die richtige Wahl, wenn beispielsweise die Blitzfotografie generell verboten ist. In der Einstellung „Fill-in“ wird der Blitz bei jeder Aufnahme ausgelöst, damit zum Beispiel unerwünschte Schatten aufgehellt werden. In dem Modus „Night-Scene“ orientiert sich die Intensität des Blitzes am Vordergrund, während sich die Aufnahmedauer

Auf der amerikanischen Fotomesse PMA 2000 in Las Vegas stellte Olympus eine Reihe von neuen Produkten vor, darunter ein APS-Kameramodell im neuen Design und zwei leistungsfähige Ferngläser.

an der Hintergrundhelligkeit ausrichtet.

Realbildsucher

Die APS-Kamera erlaubt Nahaufnahmen (Mindestabstand: 60 cm) von jedem beliebigen Punkt innerhalb des Zoombereichs und bietet die drei APS-Formate C (Classic), H (HDTV) und P (Panoramaformat). Die Größendarstellung des Realbildsuchers ändert sich mit dem jeweils gewählten Format, so daß immer genau der Bildausschnitt, der aufgenommen werden kann, im Sucher zu sehen ist. Der Magnetkopf der Kamera speichert automatisch Aufnahmedaten, Helligkeit, Bildformat etc. auf die Magnetspur des Filmes. Diese Daten sind speziell bei der Bestellung von Abzügen hilfreich.

Angebot an Kameras, die sich durch erstklassiges Design auszeichnen. Die neuen Ferngläser 8 x 25 und 10 x 25 Wide PC sind mit Weitwinkelobjektiven ausgestattet. Beide bieten starke Vergrößerungen und extra große Blickwinkel – 72° beim Modell 8 x 25 Wide PC und 70° beim 10 x 25 Wide PC.

Asphärische Glaslinsen in den Okularen minimieren Verzerrungen und sorgen für klare Bilder. Ein spezieller UV-Schutz



Beide Weitwinkelferngläser aus dem Hause Olympus bieten in Verbindung mit Prismen, die einen hohen Brechungsindex aufweisen, ein beeindruckendes und exaktes Sehfeld bis zum Rand. Das Bild zeigt das Fernglas 10 x 25 Wide PC.

Ferngläser

Olympus erweitert durch zwei äußerst kompakte Porro-Prismen-Modelle das

gewährleistet darüber hinaus die Reduzierung des augenschädlichen ultravioletten Lichtanteils. höl

KODAK ProFit 2000 Roadshow



[Brandaktuelle Informationen und neue Produkte von KODAK für den Fotohandel]

▶ Stuttgart	12.03.2000	▶ Hamburg	29.03.2000
▶ Eltville/Rhein	15.03.2000	▶ Leipzig	02.04.2000
▶ Neuss	19.03.2000	▶ Hannover	05.04.2000
▶ Dortmund	22.03.2000	▶ München	09.04.2000
▶ Berlin	26.03.2000	▶ Nürnberg	12.04.2000

Rufen Sie uns an!

Telefon: 0711-4062720 · Fax: 0711-4065824

Wir freuen uns auf Ihren Besuch
und senden Ihnen gerne detaillierte Unterlagen zu.

Kodak

Canons neues SLR-Flaggschiff

EOS-1V löst die EOS 1N ab

Die umfangreiche Produktfamilie im Kleinbildsegment hat mit der neuen Profikamera EOS-1V ein neues Familienoberhaupt bekommen.

Auf der PMA in Las Vegas hat Canon das neue Flaggschiff seiner professionellen Kleinbildkamerafamilie vorgestellt: Die EOS-1V löst ab sofort die EOS 1N ab. Herausragende Ausstattungsmerkmale des neuen Topmodells sind 45 Autofocus-Meßfelder und die derzeit weltweit höchste Bildfrequenz mit Schärfenachführung. In Verbindung mit dem Booster PB-E2 und dem Akku NP-E2 ermöglicht die Canon EOS-1V nach Angaben des Herstellers bis zu neun Bilder pro Sekunde. Damit bietet sich die Kamera als Handwerkszeug für die Profis an, die sich vor allem in der Sport- und Actionszene aufhalten oder Aufträge erledigen, bei denen es um Geschwindigkeit geht.



In der Praxis bedeutet die hohe Geschwindigkeit der Kamera beispielsweise, daß die EOS-1V in der Funktion AI Servo Autofocus bei einer Bildfrequenz von neun Aufnahmen pro Sekunde einem 50 km/h schnellen Objekt bis auf acht Meter Abstand mit der Schärfenachführung folgen kann. Mit One-Shot-Autofocus schafft die Kamera sogar noch ein Bild mehr pro Sekunde. Und ohne Einsatz des Boosters können auch noch immerhin 3,5 Aufnahmen in der Sekunde geschossen werden. Die hohen Bildfrequenzen werden durch eine neue aktive Spiegelsteuerung möglich, die den Spiegelschlag

- Verbesserter Flächenautofocus mit 45 Autofocusmeßfeldern
- Bis zu neun Bilder pro Sekunde mit Schärfenachführung
- 20 Individualfunktionen mit 63 verschiedenen Einstellungen
- EOS-Link-Software verbindet die Kamera mit einem PC

Eine neue Spiegelsteuerung ermöglicht Dunkelpausen von lediglich 87 Millisekunden.



verringert und zu einer Dunkelpause von lediglich 87 Millisekunden führt. Gleichzeitig verringert sie Schwingungen der Kamera und sorgt damit für ein ruhiges Sucherbild.

Beim Design der neuen Kamera legten die Entwickler bei Canon in Tokio großen Wert darauf, denjenigen Benutzern, die bereits mit Canon EOS 1N-Kameras gearbeitet haben, den Umstieg so einfach wie möglich zu machen. Ergonomische Gestaltung und Anordnung der Bedienelemente orientieren sich daher an der EOS 1N-Tradition, so daß mit diesem Modell erfahrene Fotografen von Beginn an mit der neuen Kamera vertraut sein dürften.

Magnesiumlegierung für das Gehäuse

Für das Gehäuse verwendet Canon eine Magnesiumlegierung, die die Kamera leicht und extrem widerstandsfähig „und“, so das Unternehmen zur Produkt-



Dr. Roderich Stomm, Präsident Canon Euro-Photo, konnte auf der PMA stolz das neue Profiflagschiff vorführen.

einführung, „zur stabilsten und dauerhaftesten Kamera macht, die Canon jemals produziert hat.“ Gummibelegte Griff-Flächen gewährleisten sicheren Halt. Zum Schutz vor Feuchtigkeit und Staub sind alle 72 Hauptkomponenten des Gehäuses mit Silikongummi abgedichtet. Das gilt auch für die Rückwand. Das Objektivbajonett wird durch einen wasserabweisenden Gummiring abgedichtet. Der elektronisch gesteuerte Drehmagnetverschluss der Kamera hat in Canon Tests über 150.000 Auslösezyklen absolviert.



Tsuneji Uchida, Chief Executive, Camera Business, Canon Inc., Tokyo, ließ es sich nicht nehmen, die Verbesserungen der neuen EOS-1V selbst auf der PMA vorzustellen.

Flächenautofocus wurde verbessert

Der Flächen-Autofocus vereint 45 Meßfelder auf einer Fläche von 8 mm x 15 mm. Das System basiert auf der AF-Technologie, die von der EOS 3 bekannt ist. Diese wurde jedoch durch einen neuen 32-bit RISC-Mikroprozessor verbessert, der mit einer Taktfrequenz von 33,3 MHz arbeitet. Die neue AF-System-Optik gewährleistet darüber hinaus einen erhöhten Rauschabstand.

Automatische oder manuelle Meßfeldwahl

Im One-Shot-Modus kann sich der Fotograf zwischen automatischer



Für das Gehäuse verwendet Canon eine Magnesiumlegierung, die die Kamera leicht und widerstandsfähig macht.

Meßfeldwahl oder manueller Aktivierung jedes einzelnen Meßfeldes entscheiden. Anregungen von professionellen Fotografen folgend, hat Canon die Kamera so konstruiert, daß ein oder mehrere ausgewählte AF-Meßfelder durch einfachen Druck auf zwei Tasten schnell gespeichert und wieder aufgerufen werden können. Über die Aktivierung der entsprechenden Individualfunktionen läßt sich die Anzahl der Meßfelder von 45 auf elf oder neun reduzieren. Damit läßt sich die Scharfstellung bei hohem Kontrast und bei Aufnahmen von bewegten Objekten weiter beschleunigen.

Zusätzliche Meßfelder um das Primärmeßfeld können individuell aktiviert werden. Das erleichtert insbesondere bei sehr langen Brennweiten die Ver-

Canon kündigt EOS mit 3-Megapixel-Chip an

Canon hat auf der PMA erstmals den Prototyp einer neuen digitalen EOS-Spiegelreflexkamera mit 3-Megapixel-Chip gezeigt. Da sich das Modell



derzeit noch in Entwicklung befindet, gab es noch keine Informationen zu Preis, Einführungstermin und technischen Daten. Fest stand jedoch, daß sich das neueste Modell der EOS-D-Serie mit seiner Vielseitigkeit sowohl an engagierte Amateure als auch an Profifotografen wenden soll. Ebenso hieß es, daß sich die neue Kamera durch dasselbe Bedien- und Einstellkonzept wie die übrigen EOS-Kameras auszeichnen und mit jedem der zahlreichen EF-Objektive kompatibel sein solle.

Zwei Canon Ferngläser mit Bildstabilisator

Zum Frühlingsanfang hat Canon die beiden neuen Ferngläser 15x50 IS und 18x50 IS mit optischem Bildstabilisator (Image Stabilizer) auf den Markt gebracht. Dieser besteht aus



Bewegungssensoren, die Richtung und Stärke der Verwacklung ermitteln. Die berechnete Korrektur wird dann durch die Veränderung zweier Vari-Angle-Prismen erreicht. Beide Porroprismengläser sind gummiarmiert und besitzen UD-Glas-Linsen. Diese sind durch Super-Spectra-Mehrschichtvergütung entspiegelt und sorgen für hohe Schärfe, deutlichen Kontrast und Farbtreue. Beide Ferngläser verfügen darüber hinaus über brillenträgerfreundliche Sucher, Antibeslagokulare und eine LED-Batterieanzeige. Für beide Gläser ist eine externe Stromversorgung lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung für das 15x50 IS lautet zirka 2.700 DM, das 18x50 IS soll rund 3.000 DM kosten.

folgung unregelmäßiger Bewegungen. Um die Sichtbarkeit des oder der aktiven AF-Meßfelder zu verbessern, erhöhte Canon die Helligkeit der aufleuchtenden Meßfelder gegenüber der EOS-3 um zwei Stufen. Eine Option zur weiteren Aufhellung steht über eine der Individualfunktionen zur Verfügung.

Das hellere Aufleuchten der AF-Meßfelder ist nur einer der Pluspunkte des verbesserten Suchers mit hundertprozentigem Gesichtsfeld und 0,72facher Vergrößerung. Weitere sind ein neuer digitaler Bildzähler, ein Symbol für FP-Blitz und die 20 mm hinter der Augenlinse liegende Austrittspupille. Das Okular ist im Bereich von minus drei bis plus eine Dioptrie einstellbar und kann geschlossen werden, um den Eintritt von Streulicht zu vermeiden.

Belichtungsmessung über 21 Sektoren

Die EOS-1V übernimmt das in der EOS 3 eingesetzte Belichtungsmeßsystem über 21 Sektoren. Dessen Leistung wurde jedoch durch einen verbesserten Algorithmus weiter gesteigert. Die auf den Flächen-AF abgestimmten Meßcharakteristika sind: mit den AF-Meßfeldern verknüpfte Mehrfeldmessung, zentrale Selektivmessung (8,5 Prozent des Sucherbildes), zentrale Spotmessung (2,4 Prozent), AF-verknüpfte Spotmessung und mittenbetonte Integralmessung sowie E-TTL-, A-TTL- und TTL-Blitzautomatik.

Bei Multi-Spotmessung sind bis zu acht Einzelmessungen möglich. Der Verschlusszeitenbereich reicht von 1/8.000 Sekunde bis 30 Sekunden. Die kürzeste Synchronzeit beträgt 1/250 Sekunde, in der FP-Funktion lassen sich E-TTL-Blitzgeräte sowie das 550EX bis zu 1/8.000 Sekunde synchronisieren. Die EOS-1V bietet sechs Belichtungsprogramme.

Die neue Software EOS-Link gestattet die Anbindung der EOS-1V an einen Windows-Rechner.



20 Individualfunktionen mit 63 Einstellungen

Um unterschiedlichen Arbeitsweisen und Aufgabenstellungen gerecht zu werden, bietet die neue Kamera 20 Individualfunktionen mit 63 verschiedenen Einstellungen. Die Einstellung ist entweder an der Kamera selbst oder über die neue EOS-Link-Software möglich. Drei Gruppen von Individualfunk-



Mit der neuen Kamera wurden auch das Makro-Objektiv EF 2,8/100 mm USM und die Ringblitzleuchte MR-14EX als neues Profizubehör vorgestellt.



tionen können darüber hinaus in beliebiger Zusammenstellung gespeichert und bei Bedarf wieder aufgerufen werden.

Zubehör ergänzt das Sortiment

Mit der Kamera hat Canon auch neues Profizubehör vorgestellt. Dazu zählen neben der Software EOS-Link, die die Kommunikation zwischen Kamera und einem PC ermöglicht, auch das neue Makroobjektiv 2,8/100 USM und die Ringblitzleuchte MR-14EX, die bei Makroaufnahmen schattenfreie Ausleuchtung gewährleistet.

der grosse foto katalog

Jetzt bestellen!

Zum Preis von DM 36,-

(inkl. MwSt. und Versandkosten)

FACH- UND 2000 2001 PROFI- MARKT

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 2000/2001“

zum Preis von DM 36,- inkl. MwSt. und Versandkosten

Datum: _____ Unterschrift: _____

Name: _____

Firma: _____

Straße/Nr.: _____

Plz./Ort: _____

Telefon: _____

Fax: _____



Auslieferung läuft!

- Das aktuelle Produktangebot der internationalen Markenindustrie
- Der Einkaufsführer für Profis und Fachanwender der Industrie

Digital Imaging • Foto • Video • Zubehör • Labor

APS- und Kleinbild-Sortiment erweitert

Mit einer neuen Spiegelreflexkamera für engagierte Hobbyisten, der Nikon F80, neuen Sucherkameras für das APS- und das Kleinbildsystem sowie dem ersten Nikon Telezoom mit Bildstabilisator ist Nikon ins Jahr 2000 gestartet. Vorgestellt wurden die Geräte auf einer Pressekonferenz im Rahmen der PMA.



Nikon stellt neue SLR-Kamera für

anspruchsvolle Hobbyisten vor

„Die Nikon F80 verbindet Technik aus der Profiwelt mit Preis und Kompaktheit aus der oberen Spiegelreflex-Mittelklasse“, erklärte Nikon Marketingleiter Udo Höcke auf der Pressekonferenz. „Mit einem Preis um 1.200 DM wendet sie sich vor allem an anspruchsvolle Hobbyfotografen.“ Wenn die F80 im Frühjahr auf den Markt kommt, wird sie die Nikon F70 ablösen, die bis zu diesem Zeitpunkt ausverkauft sein soll. „Wir werden einen nahtlosen Produktwechsel vollziehen“, stellte Höcke fest. Das Besondere an der Nikon F80 ist die Tatsache, daß wichtige Ausstattungsmerkmale der Profikameras Nikon F5

und Nikon F100 jetzt auch für Käufer in einem niedrigeren Preissegment nutzbar geworden sind.

Zu den Eigenschaften der Nikon F80 gehört beispielsweise das Fünffeld-Autofocus-Meßsystem Nikon Multi-CAM 900 AF mit drei Meßfeldbetriebsarten. Die fünf Meßfelder setzen sich

aus einem Kreuzsensor in der Suchermitte und vier Zeilensensoren links, rechts, oberhalb und unterhalb davon zusammen. Diese Anordnung erfaßt einen großen Bereich innerhalb des Sucherfeldes und gewährleistet hohe Genauigkeit sowohl bei Hoch- als auch bei Querformataufnahmen.

Zur automatischen Scharfeinstellung stehen drei Meßfeld-Betriebsarten zur Verfügung: In der AF-Dynamik ist die genaue Focussierung selbst dann gewährleistet, wenn sich das Objekt plötzlich in Bewegung setzt. Dann übernimmt das jeweils nächstliegende Meßfeld die Einstellung. Im Modus entfesselte AF-Dynamik wählt die Kamera automatisch das Meßfeld, das sich mit dem nächstliegenden Objekt deckt. Und in der Funktion Einzelfeld-AF wählt der Fotograf eines der zur Verfügung stehenden Meßfelder manuell aus.

Schärfenachführung wie bei den Profimodellen

Als weitere Stärke des AF-Systems der Kamera nennt Nikon die Schärfenachführung bei bewegten Objekten. Dank der von Nikon entwickelten Parallelverarbeitung und -einstellung erfolgt



Nikon Geschäftsführer Hayato Kamijo stellte ifc einige der neuen Kameramodelle, hier die Nikon Nuvis 2000 S, vor.

Empfohlene Verkaufspreise

Nikon F80	1.049 DM
Nikon F80 D	1.199 DM
Nikon F80 S	1.399 DM
MB-16	149 DM
F80-Set (mit 3,5-5,6/28-80 mm D AF)	1.199 DM
F80-Superset (mit 3,5-5,6/28-80 mm D AF und 4,5-5,6/75-240 mm D AF)	1.399 DM

die Verstellung des Objektivs gleichzeitig mit der Schärfenmittlung. Mit Lock-On greift die F80 auf die in den Profimodellen eingesetzte Technik zurück, die einen Schärfenverlust selbst dann verhindert, wenn sich kurzzeitig ein Hindernis zwischen Kamera und Objekt schiebt oder sich das Objekt von einem Meßfeld zum anderen bewegt

3D-Matrixmessung mit zehn Zonen

Die Zehnzonen-3D-Matrixmessung der F80 ermittelt nicht nur die Motivhelligkeit, sondern auch die „Stimmung“ des Motivs über das gesamte Bildfeld. Dies wird durch einen Vergleich der Belichtungsdaten von über 30.000 in ihrer Datenbank gespeicherten Motiven mit einer komplexen Mischung aus tatsächlichen Motivcharakteristika möglich. Dazu zählen Helligkeit, Kontrast, Einstellentfernung und aktives AF-Meßfeld. Die spezielle Datenbank, auf die die Kamera zurückgreift, ist eine Entwicklung von Nikon. Zur Belichtungsmessung stehen zwei Varianten zur Verfügung: die mittenbetonte

Messung und die Spotmessung, die sich auf den Bereich des manuell aktivierten AF-Meßfeldes beschränkt.

Blitztechnik wurde aus den Profi-Nikons übernommen

Das eingebaute Blitzgerät der F80 leuchtet den Bildwinkel von Objektiv bis 28 mm aus. Es hat eine Leitzahl von 12 (bei ISO 100/21°). Seine Funktionsstellung ist ungewöhnlich hoch, so daß Objektiv größeren Durchmessers nicht zur Vignettierung führen. An Blitzfunktionen stehen zur Verfügung: Langzeitsynchronisation, Synchronisation auf den zweiten Verschlussvorhang, Verringerung roter Augen und Blitzleistungskorrektur.

Ein weiteres technisches Feature, das aus den Profikameras Nikon F100 und Nikon F5 übernommen wurde, ist der 3D-Multi-Sensor-Aufhellblitz. Dabei werden unmittelbar vor der Blitzzündung zur Ermittlung der erforderlichen Blitzleistung die Helligkeit, der Kontrast und die Reflexionseigenschaften des Motivs gemessen. Dies geschieht über den Fünffzonen-TTL-Sensor mit Hilfe von Meßblitzen.



Nikon Marketingleiter Udo Höcke kündigte mit der Einführung der Spiegelreflexkamera Nikon F80 einen nahtlosen Produktwechsel an.

Soweit die wichtigsten Features der neuen Nikon F80. Der Vollständigkeit halber sei noch erwähnt, daß, natürlich, alle Nikon AF- und AF-D-Objektive mit der Kamera kompatibel sind. Die Nikon F80 wird in den Gehäusefarben Silbergrau und Schwarz angeboten. Die Markteinführung ist für Mai geplant. Neben der neuen Spiegelreflexkamera stellte Nikon auf der PMA mehrere

AF VR Zoom-Nikkor 4,5-5,6/80-400 mm D ED mit Bildstabilisator

Nikon hat sein erstes Super-tele mit einem neuartigen System zur wirksamen Verwacklungsreduzierung vorgestellt: das AF VR Zoom-Nikkor 4,5-5,6/80-400 mm D ED. VR steht für Vibration Reduction.

Das Fünffach-Zoomobjektiv ist mit einer innovativen Technik zur Verwacklungsreduzierung ausgestattet, die nach Meinung des Herstellers „ähnlichen Systemen überlegen ist“. Viele der Aufnahmen, die bislang nur mit dem Stativ verwacklungsfrei möglich waren, können mit dem neuen Objektiv auch aus freier Hand gemacht werden; selbst bei maximaler Brennweite von 400 mm. Leistungstests des Herstellers haben gezeigt, daß die Wirkung vergleichbar ist mit einer um drei

Blendenstufen schnelleren Verschußzeit. So gelingen beispielsweise Bilder, die bislang mit einer Verschußzeit von 1/60 Sekunde scharf wurden, jetzt auch mit einer Verschußzeit von 1/8 Sekunde. Das macht sich besonders bei Aufnahmen in der Dämmerung, bei Nacht oder in schlecht beleuchteten Innenräumen positiv bemerkbar.

Der Fotograf kann zwischen zwei VR-Modi wählen: Kontrolle im Kamerasucher und keine Kontrolle im Kame-

rasucher (das Sucherbild zeigt sich dann trotz VR-Betrieb wie gewohnt). Wird die Kamera bewegt, so schaltet sich das VR-System automatisch zu. Durch die Verwendung von ED-Glas bei drei Linsenelementen ist eine sehr gute Abbildungsleistung bereits bei Ausnutzung der Anfangsöffnung sichergestellt.

Zur weiteren Ausstattung gehören der integrierte A/M-Schalter für sofortige Umstellung von Autofocus auf manuelle Scharfeinstellung (mit Feststellmechanismus), die Focus-Bereichs-limitierung für schnellere und sanftere Scharfeinstellung sowie der abnehmbare Stativanschluß. Der Filteranschluß dreht sich weder beim Zoomen noch beim Focussieren.

Das AF VR Zoom-Nikkor 4,5-5,6/80-400 mm D ED kommt voraussichtlich im Juni auf den Markt.



Sucherkameras für das 35 mm- und das Advanced Photo System vor. Zum Kleinbildsystem gehören die Modelle Nikon Lite-Touch Zoom 120 ED, Nikon Lite-Touch Zoom 70W und Nikon One-



tomatisch der AF-Hilfsilluminator zu, damit auch bei schwierigen Lichtverhältnissen präzise Scharfstellung möglich ist. Weitere Merkmale der Kamera sind das eingebaute Blitzgerät mit vier

Programmen, Selbstauslöser, Dioptrieneinstellung von minus zwei bis plus zwei sowie das Antibeschlagokular. Als Lite-Touch Zoom 120 ED QD gibt es die Kamera auch mit Dateneinbelichtung und Panoramafunktion. Das kleinere Schwe-

stellung 28 mm sich besonders für Gruppen- und Landschaftsaufnahmen eignet. AF-System von 90 cm bis unendlich, AF-Schärfespeicher, vollautomatische Belichtungsregelung, eingebautes Multifunktionsblitzgerät und Selbstauslöser sind weitere Kennzeichen. Auch dieses Modell ist als Nikon Lite-Touch 70W QD mit der Möglichkeit der Dateneinbelichtung zu haben. Letzte der Nikon Neuheiten ist die Kompaktkamera Nikon One-Touch Zoom 90. Sie bietet einen Zoombereich von 38-90 mm (größtmögliche Blende: 4,8-10,5), automatische Scharfeinstellung, automatische Belichtungsregelung und automatische Blitz-

Touch Zoom 90, für das APS-System wurde die Nikon Nuvis S 2000 (siehe Kasten unten) konzipiert.

Im Mittelpunkt der technischen Ausstattung der Nikon Lite-Touch 120 ED steht das 5,3-10,5/38-120 mm-Objektiv mit ED-Glas-Linse und asphärischen Linsenelementen. Das ED-Glas, das auch in Nikon Profiobjektiven eingesetzt wird, sorgt für hervorragende Schärfe, brillante Farben und hohen Kontrast. Zur automatischen Scharfstellung besitzt die Kamera ein passives Autofocussystem, das ab einer Motiventfernung von 75 cm arbeitet. Bei schwachem Licht schaltet sich au-



stermodell, die Nikon Lite-Touch Zoom 70W, wurde im Hinblick auf einfachste Bedienbarkeit entwickelt. Sie besitzt ein Zoomobjektiv 5,6-10,5/28-70 mm, dessen Weitwinklein-

steuerung und automatische Blitzsteuerung. Das Blitzgerät bietet vier Funktionen. Unendlich- und MakroEinstellung sowie Selbstauslöser runden die Ausstattung ab. Die One-Touch Zoom 90 gibt es ebenfalls mit einer Datenrückwand. Dann heißt sie Nikon 90 QD.



Nikon Nuvis S 2000 verbirgt Zweifach-Zoomobjektiv in kompaktem Gehäuse

Als eine der kleinsten und leichtesten Kompaktkameras mit Zweifach-Zoomobjektiv hat Nikon die neue, 140 Gramm schwere APS-Sucherkamera Nikon Nuvis S 2000 bezeichnet. Das Design lehnt sich an die bekannten Nuvis Schwestermodelle an, bei denen die Kamera ebenfalls durch Auseinanderziehen des Gehäuses in Schußbereitschaft bzw. Ruhestellung versetzt wird. Die Nikon Nuvis S 2000 besitzt ein 4,5-8,2/24-48 mm-Objektiv (entspricht 30 - 60 mm bei Kleinbild) und ein passives Autofocussystem mit

Schärfespeicher sowie ein großes AF-Meßfeld. Außerdem ist die Kamera



mit einem eingebauten Blitzgerät für vier Betriebsarten und Funktion zur Verringerung roter Augen ausgestattet. Der Fotograf hat die Möglichkeit, zwischen drei Bildformaten zu wählen und die Anzahl der gewünschten Bildkopien schon bei der Aufnahme zu wählen. Darüber hinaus ist die Einbelichtung von Bildtiteln möglich. Eine Selbstauslöserfunktion rundet die Ausstattung ab. Als Zubehör bietet Nikon eine Infrarot-Fernbedienung an. Die Kamera ist ab April lieferbar.

Mamiya 645 in der achten Generation

Mamiya hat mit dem Modell 645E die achte Generation der Mittelformatkameraserie auf den Markt gebracht, die 1975 als weltweit erste Spiegelreflexkamera für das Format 6 x 4,5 cm vorgestellt worden war. Dem „E“ des Namens werden in einer Presseinformation mehrere Bedeutungen zugeschrieben, darunter effektiv, einfach oder economical. Letztgenannte Eigenschaft dürfte sich auf den unverbindlichen Verkaufspreis von rund 2.600 DM für das Gehäuse und 5.000

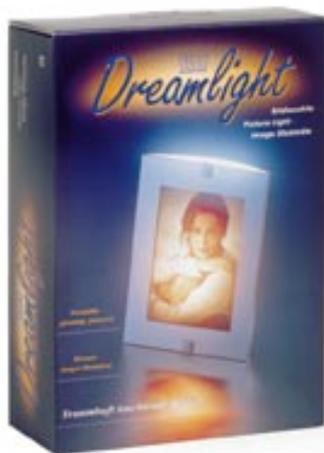


DM für das Zubehörpaket mit drei Objektiven (2,8/80 mm, 2,8/55 mm und 3,5/150 mm) beziehen. Die Kamera verarbeitet Rollfilm 120 und 220. Der Filmtransport erfolgt per 360°-Kurbel. Die Belichtung läßt sich manuell oder per Zeitautomatik mit mittentbetont integraler Messung einstellen. Eine Belichtungskorrektur ist im Bereich plus/minus zwei Lichtwerte in Drittel-Stufen möglich. Der Verschlusszeitenbereich reicht von 1/1.000 Sek. bis acht Sekunden im Automatik- und 1/1.000 Sek. bis vier Sekunden sowie B im manuellen Betrieb. Mehrfachbelichtungen und Spiegelvorauslösung sind möglich. Die Kamera besitzt Stativgewinde 1/4" und 3/8" sowie einen Drahtauslöseranschluß. Die Filmempfindlichkeit wird im Bereich ISO 25 bis ISO 800 automatisch in Drittel-Stufen eingestellt.



Copylizer von Kaiser jetzt auch in kleinerer Version

Unter der Produktbezeichnung Copylizer initial hat Kaiser eine Desktop-Version seines Reproständers Copylizer auf den Markt gebracht. Die Leuchtgrundplatte der neuen Modelle hat eine Grundfläche von 20 x 18 cm. Sie wird von vier 8 W-Leuchtstofflampen homogen mit 5000 K-Tageslicht ausgeleuchtet. Die auf eine Höhe von 67 Zentimetern verkürzte Säule stammt vom bekannten Reprosystem R1. Zusammen mit dem horizontal verstellbaren Kameraarm RA 101 bietet sie hohe Stabilität und Vibrationsfreiheit. Damit ist sie auch für Mittelformatkameras und Zeilenscannersysteme geeignet. In der Grundversion ist der Copylizer initial mit Skalen auf Grundplatte und Säule, Gewichtsausgleich für die Höhenverstellung und eine auf verschiedene Gehäuse einstellbare Positionierhilfe für die Kameramontage versehen.



Leuchtender Bilderrahmen von Becker + Hach

Dreamlight heißt eine innovative Bildleuchte, die Becker + Hach auf der Ambiente in Frankfurt vorgestellt hat. In den beleuchteten Bilderrahmen kann

jedes beliebige Bildmotiv eingelegt werden. Dieses wird indirekt von hinten mit einer Energiesparlampe beleuchtet. Dreamlight ist im Hoch- oder Querformat zu verwenden und im Format 15 x 21 cm (Bildformat 10 x 15 cm) in verschiedenen Farben zu haben. B+H liefert den Rahmen in einem entsprechenden Verkaufsdisplay, das verschie-



dene Vorschläge zur Handhabung zeigt. Darüber hinaus bietet das Eschweger Unternehmen dem Fotohandel Mittel zur Schaufenstergestaltung, Unterstützung bei werblichen Maßnahmen sowie Deckenhänger und andere Promotion-Artikel für Dreamlight an.

Automatische Dosierpumpe spart Zeit und Geld

Die neue, automatische Alg-Stop Pumpe von Fuji Hunt Photographic Chemicals wurde entwickelt, um mittleren und großen Fotolaboren Zeit und Geld zu sparen. Die Pumpe wird gemeinsam mit Fuji Hunt Alg-Stop eingesetzt, um das Wachstum von Algen und Bioschlick in Waschtanks für Entwicklungsmaschinen zu unterbinden. Alg-Stop wurde speziell zur Verwendung mit automatischen Hochfrequenz-Dosiersystemen entwickelt, die Biozide direkt in die Wasserzufuhr für die Waschtanks spritzen. Sie wird neben der Entwicklungsmaschine angebracht und mit einem 20-Liter-Gefäß Alg-Stop verbunden. Jedesmal, wenn der Waschwassersolenoid auf der Entwicklungsmaschine aktiviert wird, liefert die Pumpe eine genau vorbestimmte Biozid-Dosis. Der Einsatz der neuen Pumpe hat zur Folge, daß die Ausschaltzeiten der Entwicklungsmaschine reduziert und die Produktivität gesteigert werden können.

Fujifilm-Pressekonferenz in Düsseldorf:

Erste Produkte mit Super CCD, Bluetooth Kooperation mit Nokia



Am 14.2.2000 lud die Fuji Photo Film (Europe) GmbH die Vertreter der Presse zu einer Konferenz ein. Präsentiert wurden die ersten Digitalkameras, die mit dem im Oktober letzten Jahres vorgestellten Super CCD des Unternehmens ausgestattet sind. Außerdem gab Fuji Photo Film die Zusammenarbeit mit dem Mobiltelefonanbieter Nokia bei der Entwicklung der Bluetooth-Technologie zur digitalen Bildübertragung zwischen Mobilfunkgeräten und Digitalkameras bekannt.

Begrüßt wurden die Teilnehmer durch Shigetaka Komori, Managing Direktor, Fuji Photo Film (Europe) GmbH, der auf bahnbrechende Entwicklungen seines Unternehmens in der Vergangenheit (1988 stellte Fujifilm die erste Digitalkamera der Welt vor) hinwies und die daraus resultierenden Weiterentwicklungen der Zukunft vorstellte. Dazu gehören die neuen Digitalkameras des Unternehmens, die mit Fujifilms Super CCD arbeiten und Bilddateien mit einer enorm hohen Auflösung erzielen. Für die unkomplizierte Bildausgabe und als idealer Partner zu den Kameras wurde der FinePix Printer NX-500 konzipiert, der die Ausgabe von digitalen Prints ohne Umweg über den Computer ermöglicht. Komplementiert wird das Unternehmensangebot durch eine „Bluetooth-Kooperation“ mit dem Mobilfunkanbieter Nokia. Diese soll in absehbarer Zeit die kabellose Übertragung von Standbildern aus Digitalkameras zu Mobiltelefonen ermöglichen. Mit den Worten „Wir präsentieren Ihnen „Fujifilm Total Imaging Solutions“ faßte er das innovative Unternehmenskonzept zusammen und leitete über zu Shozo Iijima, Executive, General Manager of Electronic Imaging Products Div., Fuji Photo

Film Co. Ltd., der eigens für die Pressekonferenz aus Tokyo angereist war. Iijima erklärte im Hinblick auf den Digitalkameramarkt, daß im letzten Jahr



Shigetaka Komori präsentierte das Unternehmenskonzept „Fujifilm Total Imaging Solutions“.

weltweit fünf Millionen Stück verkauft worden seien und diese Zahlen darauf hinwies, daß sich ihre Akzeptanz bei den Verbrauchern weiter vergrößere. Ausschlaggebend für diese Entwicklung seien immer höhere Bildqualitäten bei fallenden Preisen. Für dieses Jahr rechnet er mit sieben Millionen verkauften Digitalkameras. Er hofft, daß sein Unternehmen als eines der

führenden Entwickler neuer digitaler Bildverarbeitungstechnologien und innovativer Produkte, wie die neuen mit dem Super CCD ausgestatteten Digitalkameras, einen entsprechenden Anteil an diesem Marktvolumen erzielen wird.

Digitalkameras mit Super CCD

Mit der FinePix 4700 Zoom stellte Fujifilm die erste kompakte Digitalka-



Reiste extra für die Pressekonferenz aus Tokyo an: Shozo Iijima, Executive, General Manager of Electronic Imaging Products Div., Fuji Photo Film Co. Ltd., Tokyo.

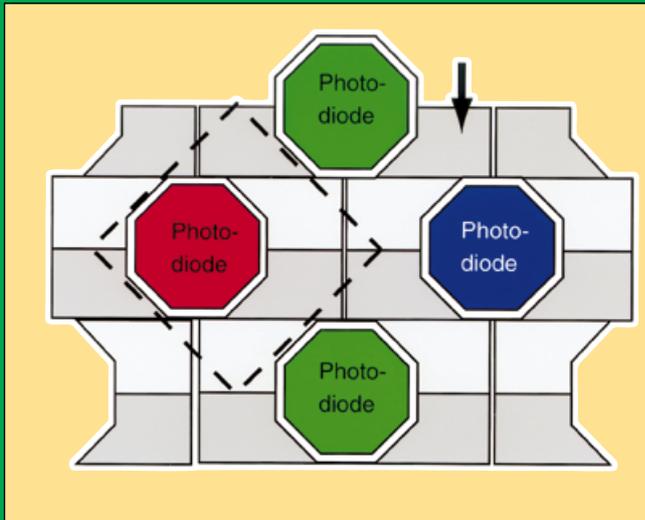
mera mit Super CCD-Technologie vor. Dank dieses neuartigen Sensors liefert die FinePix 4700 Zoom Bilddateien in

Wie funktioniert Fujifilms neuer Super CCD?

Der Super CCD bietet Auflösungen, die das technische Limit herkömmlicher CCDs schon aufgrund ihrer Struktur bei weitem überschreiten. Herkömmliche CCDs bestehen aus einer rechteckig geformten Fotodiode, einem geraden Pfad zum Transport der elektrischen Ladung und einem weiteren Element zur Kontrolle des Signals, um gegenseitige Beeinflussungen der Ladungen der einzelnen Pixel zu vermeiden. Eine Steigerung der Auflösung eines konventionellen Chips würde daher mit Verlusten der Lichtempfindlichkeit, des Kontrastes und einem erhöhten Farbrauschen einhergehen. Anders bei dem neuen Super CCD von Fujifilm.

Seine Entwicklung basiert auf Erkenntnissen, die die Forscher von Fujifilm über das menschliche Sehen gewonnen haben. So stellte sich bei der Analyse des menschlichen Sehvorgangs heraus, daß horizontale und vertikale Linien besser wahrgenommen werden als diagonale. Bei den herkömmlich

eingesetzten Chips mit rechteckigen Sensoren entstand aber die höchste Dichte bei der diagonalen Auflösung. Anders der neue Super CCD, bei dem dieses Problem durch die Drehung der Pixel in einem 45°-Winkel gelöst wurde. Dies alleine ermöglichte schon eine engere Anordnung der Pixel-elemente. Darüber hinaus erhielten die lichtempfindlichen Elemente beim Super CCD eine achteckige wabenförmige Struktur, wodurch sie wesentlich enger aneinander gesetzt werden konnten, als es bei der herkömmlichen rechteckigen Struktur möglich ist. Alle Faktoren zusammen führen zu einer wesentlich höheren Auflösung in den vertikalen und horizontalen Linien, so daß sich die meisten Bildinformationen genau da befinden, wo sie am besten vom menschlichen Auge aufgenommen werden.



Durch die achteckige Form der Fotodioden und die Anordnung in Wabenform lassen sich mit dem Super-CCD höhere Auflösungen erzielen. Das gestrichelte Viereck zeigt den um 45° gekippten Pixel.

Der neuartige LSI-Prozessor sorgt für die Übertragungsgeschwindigkeit zum Bildverarbeitungsprozessor extrem beschleunigt. Fujifilms neue Digitalkamera arbeitet generell sehr schnell. So ist sie bereits zwei Sekunden nach dem Einschalten aufnahmebereit, die Bildfolgezeit beträgt zwei Sekunden, und im Serienbildmodus lassen sich bis zu drei Bilder im Abstand von 0,2 Sekunden aufnehmen. Dank der USB-Schnittstelle geschieht auch die Übertragung der Daten von der Digitalkamera zum PC in einem hohen Tempo. Trotz ihrer ausgefeilten Technologie ist die Kamera leicht zu bedienen. Im Automatik-Modus lassen sich mit ihr unkompliziert „Point-and-Shoot“-Aufnahmen herstellen. Darüber hinaus bietet sie fünf verschiedene Belichtungsmodi (Auto, Portrait, Nachtaufnahme und manuell) sowie eine 64-Zonen-TTL-Belichtungsmessung.

In der manuellen Betriebsart ermöglicht sie die individuelle Einstellung der Belichtungsmessung, des Weißabgleichs und der Blitzintensität. Ungewöhnlich für eine Kamera dieser Klasse ist auch die Auswahl der Lichtempfindlichkeit, die entsprechend 200, 400 oder 800 ISO eingestellt werden kann. So werden selbst Aufnahmen bei Abendlicht zum Erfolg.

Je nach gewählter Komprimierungsart passen auf die mitgelieferte 16 MB SmartMedia-Karte acht (fein), achtzehn (normal) oder 45 (basic) Bilder.

Ein weiterer positiver Aspekt der Super CCD-Technologie ist der geringe Stromverbrauch. So kommt die Kame-

einer Auflösung von 4,3 Millionen Bildpunkten. Auch die übrigen Komponenten der Kamera wurden auf diese hohe Bildabbildungsleistung abgestimmt. So ist sie mit einem hochwertigen, asphärischen EBC Fujinon Dreifach-Zoomobjektiv ausgestattet, das im Vergleich zum Kleinbildformat einen Brennweitenbereich von 28 bis 114 mm zu bieten hat. Das hochpräzise Autofocus-System sorgt für die richtige Schärfe von der MakroEinstellung (bis 11,5 cm) bis „Unendlich“. Für extreme Vergrößerungen steht dem Anwender zusätzlich ein fein justierbarer Digitalzoom zur Verfügung.

Mit der FinePix 4700 Zoom lassen sich nicht nur Standbilder, sondern auch

AVI-Videosequenzen mit Ton produzieren. Bis zu 80 Sekunden lange Videofilme können in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln bei einer Bildrate von zehn Bildern pro Sekunde aufgezeichnet werden.

Schnell

Für das schnelle Auslesen der Daten aus dem Sen-



Einen preiswerten Einstieg in die Digitalfotografie mit Super CCD-Technologie bietet die FinePix 1400 Zoom.



Fujifilms erstes Profi-Digitalkamera-Modell FinePix S1 Pro bietet aufgrund der Super CCD-Technologie ein ausgewogenes Preis-/Leistungsverhältnis.

ra mit 2 Mignon-Zellen (AA) aus. Zwei Nickel-Metall-Hybrid-Akkus und ein Ladegerät sind im Lieferumfang enthalten. Die FinePix 4700 Zoom ist ab April dieses Jahres zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 1.999 DM erhältlich.

Profi-Modell

Neben der FinePix 4700 Zoom für den Consumerbereich präsentierte Fujifilm mit der FinePix S1 Pro auch die erste digitale Spiegelreflexkamera mit integrierter Super CCD-Technologie. Das Profimodell liefert Bilddateien mit 6,1 Millionen Pixeln. Ihr Sensor besitzt die APS-Abmessungen 23,3 mm x 15,6 mm. Die FinePix S1 Pro ist mit einem Nikon-F-Bajonett ausgestattet, so daß Profifotografen, die mit diesem System arbeiten, die meisten ihrer Objektive auch für die Digitalkamera einsetzen können. Serienbilder sind mit einer Frequenz von 1,6 Bildern pro Sekunde möglich. Weitere Profi-Features sind die Empfindlichkeitseinstellungen von wahlweise 320,

400, 800 oder sogar 1600 ISO, Belichtungszeiten zwischen 30 und 1/2000 Sekunde und vielfältige Optionen bei der Wahl der Speichermedien. So verfügt die neue Kamera sowohl über einen Slot für SmartMedia-Karten (bis 64 MB) als auch über einen Typ II Compact-Flash Card Slot.

Professionelle Einstellmöglichkeiten

Eine maximale Kontrolle über das Bildergebnis und professionelle Einstellmöglichkeiten gehören zur umfangreichen Ausstattung der FinePix S1 Pro. So verfügt sie über vier Aufnahmemodi (Einzelbild, Serienbild, Voransicht und Multi-belichtung) und fünf Belichtungsprogramme (Programmautomatik, Auto-Multi-Programm, Blendenautomatik, Zeitautomatik und manueller Modus). Zusätzlich bietet sie fünf auf das Motiv bezogene Automatik-Programme: Portrait, Landschaft, Nahaufnahmen, Sport und Nachtaufnahmen. Der Weißabgleich erfolgt entweder automatisch oder wird



Bringen ihre jeweiligen Kernkompetenzen in die „Bluetooth“-Kooperation mit ein: Fujifilms digitale Bildverarbeitungstechnologie und Nokias Know-how in der Mobilfunktechnologie. Das Bild zeigt den Managing Director der Fuji Photo Film (Europe) GmbH, Shigetaka Komori (links), und Ilkka Raikinen, Vice President, Mobile Applications and Services, Nokia Mobile Phones Ltd.

Was ist Bluetooth?

Bluetooth ist ein neuer Standard, der die drahtlose Übertragung von Dateien per kurzer Radiowellen ermöglicht. Die Bluetooth-Technik nutzt das frei verfügbare Funknetz ISM (Industrial Scientific Medical), das auf der Frequenz 2,4 GHz arbeitet. Mobiltelefone, Laptops oder Digitalkameras, die mit Bluetooth ausgerüstet sind, können innerhalb eines Radius von rund zehn Metern drahtlos und ohne „Sichtkontakt“ Daten austauschen. Im Prinzip handelt es sich bei Bluetooth um eine robuste Funkkomponente, die in einen Mikrochip eingebettet ist. Fuji Photo Film und Nokia sind Mitglieder des Bluetooth Konsortiums, einer 1998 von Ericsson, Intel, IBM, Nokia und Toshiba gegründeten Industrie-Initiative. Kürzlich traten mit der 3 Com Corporation, Lucent Technologies, Microsoft und Motorola vier weitere Unternehmen dem Zusammenschluß bei. Insgesamt stehen hinter den neun Hauptmitgliedern 1.300 weitere Unternehmen, die an der Bluetooth Special Interest Group (SIG) partizipieren.

individuell je nach Lichtsituation aus den Programmen Tageslicht, Schatten, bedeckter Himmel und drei Arten von Fluoreszenzlicht ausgewählt. Darüber hinaus sind Schärfe und Kontrast individuell einstellbar.

Hinsichtlich der Aufzeichnung digitaler Bilddaten bietet die S1 Pro drei Auflösungs-Optionen (maximal 3040 x 2016 Pixel) und zusätzlich die Wahl zwischen den drei Dateiformaten TIFF-RGB-Modus, TIFF-YC Komponenten-Format und JPEG.

Weitere Ausstattungsmerkmale des Profimodells sind der 2-Zoll-LCD-Display, USB-Bus und die Steuerungsmöglichkeit der Kamera vom PC aus. Fujifilms FinePix S1 Pro wird zum zweiten Quartal 2000 lieferbar sein und soll um die 8.000 DM kosten.

Mit der FinePix 1400 Zoom bietet Fujifilm für 999 DM ein preiswertes Einstiegsmodell in die Super CCD-Technologie an. Mit einer automatischen Belichtungssteuerung und einem Dreifachzoom, das für jede Situation die

passende Brennweite liefert (39 bis 117 mm), ist sie gerade für Anfänger in der Digitalfotografie die richtige Wahl. Bei der FinePix 1400 Zoom sind 1,3 Millionen Pixel die Grundlage für Fotos mit einer Auflösung von 1280 x 960 Bildpunkten. Weitere Features der Kamera sind automatischer Weißabgleich, TTL-Belichtungsmessung in 64 Zonen, Makrobereich von 9 bis 80 cm und USB-Schnittstelle. Die kompakt gestaltete Digitalkamera ist ab April dieses Jahres erhältlich.

Printer

Für den Ausdruck der digitalen Bilder – auf Wunsch auch ohne den Umweg über den Computer – hat Fujifilm den FinePix Printer NX-500 mit Thermo-Autochrome-Technologie entwickelt. Er produziert in rund zwei Minuten Fotodrucke im Format 14,8 x 10 cm mit einer Auflösung von 306 dpi. Das von Fujifilm entwickelte Thermo-Autochrome-Verfahren basiert auf einem umweltfreundlichen Einzelblattprozeß, der ganz ohne Tinten, Toner und Farbbänder auskommt: Die Farbstoffe sind in der Papierschicht enthalten und werden durch thermische Einwirkungen aktiviert. Der neue Drucker unterstützt das von modernen Digitalkameras erzeugte Digital Print Order Format DPOF. Auf Wunsch wird automatisch die vom Benutzer der Kamera vorgesehene Anzahl von Prints gedruckt. Der mit einer USB-Schnittstelle ausgestattete Printer verfügt zusätzlich über einen Slot für SmartMedia-Speicherkarten für den direkten Ausdruck der Bilder. Der FinePix Printer NX-500 wird ab Mai 2000 zu einem Preis von 699 DM erhältlich sein.



Helmut Rupsch klärte ein Mißverständnis in bezug auf die Auflösungen der neuen Digitalkameras auf. Fujifilm geht bei diesen Angaben von der Auflösung aus, die die mit dem Super CCD erzeugte Bilddatei aufweist. Schließlich sei es die Qualität des Bildergebnisses, die für den Kunden relevant sei und nicht die Pixelangabe des Sensors.

Bevor auf der Pressekonferenz die gemeinsamen Ziele der Zusammenarbeit von Fuji Photo Film mit Nokia bekanntgegeben wurden, nutzte Helmut Rupsch, Geschäftsleiter German Sales Division der Fuji Photo Film Europe GmbH, die Gelegenheit, um einige Mißverständnisse bezüglich der tatsächlichen Auflösung der neuen Digitalkameras aus dem Weg zu räumen. „Da für den Verbraucher einzig und allein die Bildqualität zählt, die er mit

dem Bildergebnis in den Händen hält, ist unser Unternehmen bei den Angaben der Auflösungen unserer Digitalkameras von den tatsächlichen Auflösungen der von dem Super CCD erzeugten Bilddateien ausgegangen. Wie bereits erklärt worden ist, arbeitet dieser CCD völlig anders als CCDs herkömmlicher Digitalkameras und kann darum auch nicht über die Auflösungsangabe mit ihnen verglichen werden. Die hohe Auflösung der Bilddateien, die von unserem Super CCD erzielt wird, ist keinesfalls mit den Interpolationsverfahren von Digitalkameras anderer Hersteller zu vergleichen“, erklärte Rupsch. Die bei der Pressekonferenz verteilten Musterbilder, die ein ausgesprochen hohes Qualitätsniveau zeigten, ließen keinen Zweifel an der außergewöhnlichen Leistungsfähigkeit des neuartigen Sensors.

Kooperation zwischen Fujifilm und Nokia

Ilkka Raiskinen, Vice President, Mobile Applications and Services, Nokia Mobile Phones Ltd., und Shozo Iijima stellen die „Bluetooth“-Kooperation ihrer Unternehmen vor. Diese sieht die Zusammenarbeit bei der Entwicklung der Bluetooth-Technologie zur digitalen Bildübertragung zwischen Mobilfunkgeräten und Digitalkameras sowie entsprechende Anwendungen vor. Zudem planen beide Unternehmen die Entwicklung einer auf Bluetooth basierten Infrastruktur für den Fujifilm Digital Imaging Service. Dieser Dienst soll die Anwender in die Lage versetzen, ihre digitalen Fotos via Bluetooth-Technologie zum Handy zu übertragen und von da aus weiter zu den Servicelabors, wo sie geprintet werden. Raiskinen wies darauf hin, daß in bezug auf die Internetnutzung eine Verschiebung weg vom heimischen Computer hin zum Mobiltelefon festzustellen sei, was bei einem Potential von einer Milliarde Handy-Nutzern gegenüber den zur Zeit noch relativ geringen heimischen Computerzugängen zum Netz nicht weiter verwunderlich sei. Mit Hilfe des neu entwickelten Bluetooth-Standards wird Mobil-Telefonie in Zukunft Augen und Ohren gleichermaßen ansprechen. Der Weg führe zu einer drahtlosen Digital Imagingbranche und einer neuen Art, Emotionen zu übermitteln und zu teilen. höl



Umweltfreundlich und praktisch ist der neue Thermo-Autochrome-FinePix Printer NX-500.

Flaches Fotogenie

Ricoh Digitalkamera

RDC-7

Ricohs neue Digitalkamera, die RDC-7, ist ein echtes Multifunktions-talent. Neben der Aufnahme von hochauflösten Bildern, die der 3,3 Megapixel-CCD ermöglicht, kann der Anwender mit der Kamera Texte einscannen, Videofilme aufnehmen und Tonaufnahmen in guter Audio-Qualität aufzeichnen.

Zusammen mit Ricohs innovativer Bildverbesserungstechnologie, die drei „Pro Mode“-Optionen umfaßt, erreicht der Bildsensor ein neues Niveau an Detailreichtum und Farbkontrast. Im standardmäßigen „Pro-Mode“ wird eine Interpolation auf 7 Millionen Bildpunkte bewirkt, wodurch stufige Konturen wegfallen. Die Auflösung beträgt dann 3072 x 2304 Pixel. Im Pro-L-Mode wird ein Bild aus zwei Aufnahmen zusammengesetzt, so daß Auflösungsvermögen und Schärfe um 30 Prozent bei gleichbleibender Bildgröße gesteigert werden. Für den Pro-H-Mode (7 Millionen Bildpunkte) werden die Funktionen Pro und Pro-L kombiniert. Das lichtstarke Dreifach-Zoom-Objektiv der RDC-7 bietet einen Brennweitenbereich von 7,3 bis 21,9 mm, entsprechend 35 bis 105 mm in der Kleinbildfotografie. Eine unternehmenseigene Methode zum hochgenauen Justieren der optischen Elemente verbessert die Abbildungsleistung. Es bietet eine hohe Auflösung von 200 Linien/mm über den ganzen Brennweitenbereich.

Der 2-Zoll-Monitor der Kamera ermöglicht durch eine Auflösung von 200.000

Pixeln eine präzise Voransicht der Aufnahmen und ist um zwei Achsen schwenkbar, so daß er sich auf fast jeden Winkel einstellen läßt. Durch einen reflektierenden TFT-LCD-Schirm mit Auflichtbeleuchtung wird eine blendfreie Betrachtung bei Außenaufnahmen gewährleistet. Darüber hinaus verfügt das Megapixel-Modell über einen Realbildsucher mit Dioptrienverstellung (-2 bis +1 dpt.).

Ricohs neue Digitalkamera bietet als kürzeste Aufnahmedistanz einen Zentimeter, wobei die Schärfe voll erhalten bleibt.

Textaufnahme-Modi

Ein von Ricoh entwickelter Algorithmus wertet in der Textaufnahme-Funktion die Helligkeits- und Farbwerte aus, um daraus ein optimales Bitmap-Bild (nur Schwarzweiß) zu erzeugen. So können Texte beispielsweise aus einer Zeitung abfotografiert und unkomprimiert als TIFF-Datei abgespeichert werden. Mit Hilfe einer OCR-Software zur Zeichenerkennung läßt sich der „Scan“ anschließend in eine editierbare Textdatei umwandeln.

Die Kamera zeichnet bewegte Bilder im AVI-Format auf, die dann zum Beispiel über ein lokales Netzwerk oder das Internet verschickt werden können. Beim Einsatz einer SmartMedia-Speicherkarte mit 64 MB können fast neun Minuten Videofilm aufgezeichnet werden.

Audio-Aufzeichnung

Für die Aufnahme von Interviews oder spontanen Einfällen bietet die RDC-7 beim Einsatz einer 64 MB-Speicherkarte genügend Kapazität für 130 Minuten Ton. Intern verfügt sie zusätzlich über eine Speicherkapazität von 8 MB.

Das eingebaute Blitzgerät bietet fünf verschiedene Modi (Automatik, Ein, Rote Augen-Reduzierung, Aus und Langzeit-Synchronisation). Darüber hinaus läßt sich die Blitzstärke individuell aus den Modi Soft, Normal oder Stark auswählen.

Der Weißabgleich erfolgt entweder automatisch oder wird von dem Anwender auf die jeweiligen Aufnahmeverhältnisse (Tageslicht, Leuchtstofflampen, Glühlampen, bedeckter Himmel) angepaßt.

Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen der RDC-7 zählen Datenkopierfunktion, Digital-Zoom, Monochrom-Aufnahmen (Schwarzweiß und Sepia), automatische Belichtungsreihe und wählbare ISO-Empfindlichkeit (100/200/400).

Die Kamera verfügt neben einer seriellen Schnittstelle auch über einen USB-Anschluß, Video-, sowie Audio-Ausgang. Ihre Abmessungen betragen 135,4 x 25,6 x 74,0 mm (ohne hervorstehende Teile), damit ist sie laut Aussage von Ricoh die flachste Digitalkamera der Welt. höl



Epson

Speziell für Großformate bis 610 mm ist der Epson Stylus Pro 7000 geeignet. Der Tintenstrahldrucker für professionelle Grafikanwender arbeitet mit Rollenpapier, das er in Papierbreiten von 210 bis 610 mm verarbeitet. Über manuelle Einzelblattzufuhr können Formate von DIN A4 bis DIN A1 eingesetzt



werden. Dank der professionellen 6-Farb-Technik, die zusätzlich zu den Grundfarben ein Light Cyan und ein Light Magenta umfaßt, sind großformatige Ausdrücke in bester Fotoqualität möglich. Der neue Drucker arbeitet mit einer Auflösung von 1.440 x 720 dpi. Der Pro 7000 verfügt über getrennte Farbpatronen mit einer extrem großen Füllmenge von 110 ml. Mit jeder dieser Farbpatronen lassen sich 14 qm Papier in einer Auflösung von 720 dpi mit einer Deckung von 40 Prozent bedrucken. Mit einer optional erhältlichen RIP-Station ist der Drucker auch in der Lage, schnell und preiswert digitale Proofs zu erstellen. Immer mehr grafische Betriebe, Agenturen und Setzereien entdecken den Tintenstrahldruck als preiswerte und farbverbindliche Alternative zum herkömmlichen Proof. Anzeigenentwürfe, Plakate und Prospekte, Zeichnungen, Poster und Broschüren lassen sich mit dem Epson Stylus Pro 7000 schnell und einfach von einem PC oder Apple Macintosh-Computer ausdrucken. Der Pro 7000 ist ab April 2000 zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von zirka 10.672 DM inklusive Mehrwertsteuer im Handel erhältlich.

Ilford

Auf der CeBIT in Hannover stellt Ilford eine Reihe von Neuigkeiten vor. Dazu gehört ein neues System (mit dem Namen Extreme) zur Herstellung großformatiger Tintenstrahldrucke für den dauerhaften Einsatz im Außenbereich, auch unter widrigen Bedingungen. Das Extreme-System umfaßt pigmentierte Tinten, fünf verschiedene Medien und ein Laminat für dauerhaften Schutz. Es ist für den Einsatz auf Ilford und Encad NovaJet-Druckern konzipiert und ermöglicht Drucke auf selbstklebendem Vinyl, Tyvek oder Plakatpapier. Ilford übernimmt eine Garantie von bis zu zwei Jahren auf die Haltbarkeit der mit den Extreme-Komponenten hergestellten Drucke. Darüber hinaus wird das Unternehmen neue Monochrome-Tinten für die Herstellung von Schwarzweiß-Prints auf NovaJet-Druckern präsentieren. Sie bestehen aus vier unterschiedlichen, sorgfältig aufeinander abgestimmten Schwarztönen, um eine Bildqualität zu erzielen, wie sie anspruchsvolle Betrachter von einem Schwarzweißfoto erwarten. Und schließlich neue R/C-Medien in glänzender und seidenmatter Oberfläche für Inkjet-Großformatdrucker. Sie bilden den Grundstock für das neue Ilfojet Professional-Mediensortiment und zeichnen sich unter anderem durch eine besonders rasche und gleichmäßige Trocknung während des Druckvorgangs aus.

SmartMedia-Karte mit 64 MB

Delkin Devices präsentiert als eines der ersten Unternehmen eine SmartMedia-Karte mit einer Speicherkapazität von 64 MB. Konzipiert für hochauflösende Digitalkameras, kann dieses Speichermedium Bilddateien in einem Umfang von einem oder sogar zwei Megapixeln aufnehmen. Nach dem Herunterladen der Bilder auf den PC kann die SmartMedia-Karte bis zu einer Million Mal gelöscht und mit neuen Daten gefüllt werden. Sie ist kompatibel zu vielen handelsüblichen Digitalkameras, Laptops, Videospielgeräten und zu MP3-Playern, wie beispielsweise der Diamond Rio 500. Tests mit der Olympus Digitalkamera C2500L (2,5 Mio. Pixel) haben einen Speicher-Umfang von 398 Bildern im Standard-Modus und acht Bildern im unkomprimierten SHQ-TIFF-Modus ergeben.

Scanit
DIGITAL IMAGING
 NUR FÜR HÄNDLER

Scannen per Knopfdruck!

Mikrotek ScanMaker SM X 6 Advance



DEMO-AKTION
 für solange der Vorrat reicht!
 Abgabe max. 2 Geräte pro Händler!

600x1200 dpi Auflösung, 36 Bit Farbtiefe,
 Go-Taste - autom. Programmablauf,
 Scannen, speichern, faxen, kopieren,
 Inki, integriertem Durchlichtsatz, Softwarepaket u. a. PhotoImpact, Photo Deluxe PC/Mac.

Bestellnr. 217698

Demopreis!
 Statt 319,- **229,-**

NEU!
INTERNET-SHOP
 Jetzt über 10.000 Artikel
 online bestellen!
 Viele Produktinfos und
 unsere aktuellen
 Tagespreise:
www.dexit.de

Mikrotek ScanMaker X 6 PC/Mac



600x1200 dpi, 36 Bit Farbtiefe,
 Inki, Software Silverfast

Bestellnr. 162013

359,-

BESTELL - HOTLINE
TEL. 09 31 / 9 70 84 96

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzl. MwSt.
 Es gelten unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen!
 Lieferung ab Auftragswert 500,- DM ins Haus.
 Verkauf nur an Händler.

dexxIT
 e-mail: info@dexit.de • Fax 09 31 / 9 70 84 99
 POSTFACH 54 44 • 97004 WÜRZBURG

Epson präsentierte Zukunfts-Markt der Drucker, Scanner und Projektoren

Neue Produkte sollen Fotobranche erschließen

Anlässlich einer Pressekonferenz am 1. Februar dieses Jahres stellte die Epson Deutschland GmbH neue Produkte aus den Bereichen Tintenstrahldrucker, Scanner sowie eine neue Generation von Multimediaprojektoren vor.



Begrüßt wurden die Gäste von Siegfried Heimgärtner, Vizepräsident der Epson Deutschland GmbH, der im Zusammenhang mit den neuen Druckern seines Unternehmens auf die Micro-Piezo-Technologie als Epsons Kernkompetenz im Farbdruck hinwies. Die mit dieser Tintenstrahl-Technologie ausgerüsteten Drucker seien so erfolgreich, daß für das laufende Geschäftsjahr erneut hohe Umsatzsteigerungen in diesem Bereich zu erwarten seien. Christoph Lubinus, Manager Produkt Marketing bei Epson, faßte einige Unternehmensziele für das



„Speziell für den Fotohandel plant Epson die Einführung von speziellen Produktbundes, beispielsweise einen Drucker kombiniert mit Digitalkameras oder Scannern“, erklärte Christoph Lubinus vor der Presse.

Name bereits vermuten läßt, nun auch im blauen iMac-Design konzipiert wurde. Ab März werden noch vier weitere Farbcover in den typischen iMac-Farben im Angebot sein. Innerlich bietet er die bereits bekannten Werte, wie eine Auflösung von 1.440 dpi, USB-Schnittstelle und drei verschiedene Tintentropfen Größen.

Fotodrucker

Die neuen Epson Stylus Photo 870, 875DC und 1270 unterscheiden sich hauptsächlich durch die von ihnen bewältigten Papierformate. So liefern der 870 und der 875DC Bilder in einer Größe vom Stickerformat bis hin zum DIN A4-Ausdruck, der 1270 sogar bis zum Format DIN A3+. Der eingebaute



Siegfried Heimgärtner zeigte sich zufrieden mit den Leistungen seines Unternehmens.

laufende Geschäftsjahr zusammen. Im Bereich der Tintenstrahldrucker strebe Epson einen Marktanteil von 30 Prozent an, durch Produkte wie die Stylus Photo Drucker, Scanner und Drucker soll verstärkt der Foto-Kanal erschlossen werden, und im Bereich der Scanner hoffe das Unternehmen auf eine Verdreifachung des Marktanteils auf 20 Prozent.

Nils Sonntag, Group-Produktmanager und zuständig für die Tintenstrahlprodukte des Unternehmens, stellte die neuen Drucker der Stylus-Serie vor. Nur äußerlich neu ist der Epson Stylus Color 760 Transparent Blue, der wie der



Nils Sonntag präsentierte die neuen Tintenstrahldrucker-Modelle seines Unternehmens. Inzwischen bietet Epson variable Tintentropfen ab einer Größe von nur 4 pl an.



Auch der Epson Stylus Photo 870 bietet die Sechs-Farb-Drucktechnik, die mit noch kleineren Tropfen, neuen Druckertreibern und dem von Epson entwickelten Acu-Photo Halftoning-Verfahren (Halbtonverfahren) weiter optimiert wurde.

PCMCIA Card Reader des Epson Stylus 875DC ermöglicht zusätzlich das Einlesen von Daten von Speicherkarten



Der ideale Scanner für alle bildverarbeitenden Anwender ist der Epson Expression 1600.

digitaler Kameras und deren Weitergabe an den PC. Alle drei Drucker arbeiten mit drei verschiedenen Tropfen-größen, die in Abhängigkeit von dem zu druckenden Objekt automatisch vom Druckertreiber ausgewählt werden. Mit kleinen Tropfen lassen sich feine Linien, Verläufe und Details exakt darstellen, während der Einsatz von großen Tropfen zum Beispiel bei Flächen den Ausdruck entsprechend beschleunigt. Darüber hinaus wird die Fotodruckqualität durch die bei der Stylus Photo-Serie standardmäßig vorhandenen sechs Farben erreicht. Epson liefert die neuen Drucker mit Tinten aus, deren Rezeptur verfeinert wurde und die zu-

sammen mit dem neuen Premium Glossy Photo Paper des Unternehmens dafür sorgen sollen, daß die Bilder über zehn Jahre lang lichtecht bleiben. Der Epson Stylus Photo 870 und der 1270 sind seit Februar zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 599 DM beziehungsweise 999 DM und der Stylus Photo 875DC zu einem Preis von 799 DM ab April dieses Jahres erhältlich.

Scanner

Mit dem Expression 1600 und dem Expression 1600 Pro präsentiert Epson gleich zwei Scannermodelle für bildverarbeitende Anwender. Beide A4-Scanner eignen sich für professionelle Visualisierungsaufgaben, der Expression 1600 Pro ist darüber hinaus zusätzlich

mit einer DIN A4-Durchlichteinheit ausgestattet. Er ist dank eines in seiner Preisklasse einzigartigen dualen Fokus-Systems der perfekte Scanner zum

Verarbeiten von Dias, Fotonegativen und anderen transparenten Vorlagen. Technisch sind die neuen Grafikk-Scanner vollkommen auf den anspruchsvollen professionellen Bedarf eingestellt. Die maximale Auflösung liegt bei 1600 x 3200 dpi optisch und bis zu 6.400 dpi interpoliert. Die Farbtiefe

liegt bei 36 Bit intern und 36 Bit extern. Die Helligkeit kann in sieben Stufen verstellt werden. Ein Dynamic Range von 3.3 Dmax sorgt für detailgetreue Wiedergabe, sowohl bei reflektierenden als auch bei transparenten Vorlagen.

Der Epson Expression 1600 und der 1600 Pro sind seit Mitte Januar 2000 zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 1.599 DM inkl. MwSt. be-

ziehungsweise 2.099 DM inkl. MwSt. im Handel erhältlich.

Projektoren

Mit dem EMP-500, EMP-700 und dem EMP-710 ergänzt Epson die Serie der ultraportablen Multimedia-Projektoren. Alle drei wiegen jeweils gerade mal 2,6 kg und erbringen trotz ihres kompakten Formates (Grundfläche 26,7 x 21,3 cm, Höhe 7,5 cm) erstaunliche Leistungswerte. Sie sind die idealen Geräte für Tischpräsentationen bzw. Präsentationen vor Kleinstgruppen. Beim EMP-500 handelt es sich um einen SVGA-auflösenden (800 x 600 Bildpunkte) Projektor, der aufgrund seiner DAR-Technologie sogar Auflösungen bis SXGA (1280 x 1024 Bildpunkte) darstellen kann. Sein Lichtstrom beträgt 800 ANSI Lumen und sein Kontrastverhältnis weist 400:1 auf. Sein Preis liegt bei 7.750 DM (exkl. MwSt.). Wer Auflösungen von XGA (1024 x 768 Bildpunkte) benötigt, ist mit dem EMP-700 bestens beraten. Er verfügt ebenfalls über 800 ANSI-Lumen Lichtleistung und bietet ein Kontrastverhältnis von 350:1. Auch er kann höhere Auflösungen bis UXGA darstellen. Zu seinen Stärken gehört die detaillierte Darstellung von Grafiken. Der EMP-700 kostet um die 11.990 DM. Der EMP-710 unterscheidet sich von den anderen Modellen vor allem durch sein nicht in Schwarz, sondern in edlem Silber-Magnesium gehaltenen Gehäuse. Der Projektor verfügt über eine Lichtleistung von 100 ANSI Lumen, die durch die eingesetzte MLA-Technologie erreicht wird, und ein Kontrastverhältnis von 400:1. Er kostet um die 14.490 DM. Alle drei Projektoren sind seit Februar dieses Jahres lieferbar. höl



Der EMP-710 hebt sich von anderen Projektoren durch sein edles, silberfarbenes Magnesiumgehäuse ab. Der XGA-Projektor ist auch für Vorführungen vor etwas größerem Publikum geeignet.



Nikons neues digitales Flaggschiff

Coolpix 990

Nikons neueste Digitalkamera, die Coolpix 990, basiert auf dem Erfolgskonzept der Coolpix 950, bietet aber darüber hinaus eine Fülle von innovativen Eigenschaften und einen vergrößerten Funktionsumfang. Damit nimmt sie den Platz als neues digitales Flaggschiff des Unternehmens ein.

Der 3,34-Megapixel-Sensor der Kamera mit einer Auflösung von 2.048 x 1.536 Pixeln bietet in Kombination mit dem neu entwickelten 3fach-Zoom-Nikkor-Objektiv mit einer Brennweite von 8 bis 24 mm (entspricht 38 bis 115 mm beim Kleinbild) Bilder in einer hohen Qualitätsgüte. Für die Vergrößerung von Bildausschnitten steht ein stufenloses Digitalzoom mit bis zu 4facher Vergrößerung zur Verfügung. Eine vollständig digitale Steuerung lenkt die Belichtungsmessung mit 256-Segment-Matrix, eine Matrixmessung mit automatischem Weißabgleich und den Multi-Autofocus mit fünf Segmenten. Außerdem sorgen neue Korrekturalgorithmen für eine deutlich verbesserte Bildqualität. Der Autofocus arbeitet mit 4.896 Stufen ausgesprochen präzise. Im Makrobereich beträgt die kürzeste Aufnahmedistanz 2 cm.

Die Coolpix 990 bietet eine extrem hohe Verarbeitungsgeschwindigkeit. So ist

sie bereits nach zirka zwei Sekunden betriebsbereit und hat eine geringe Auslösungsverzögerung von nur 0,1 Sekunden.

Kurze Belichtungsintervalle und eine schnelle Datenverarbeitung ermöglichen Serienaufnahmen mit zwei Bildern pro Sekunde. Hinzu kommen minimale Reaktionszeiten von Zoom und Autofocus und die schnelle Datenübertragung und -verarbeitung. Die Übertragung der Bilddaten aus der Kamera zum PC erfolgt über eine schnelle USB-Schnittstelle. Darüber hinaus verfügt Nikons neuestes Modell der Coolpix-Reihe über eine ultraschnelle Serienschaltung. In diesem Modus können bis zu 80 Bilder in QVGA-Größe mit einer Geschwindigkeit von bis zu 30 Bildern pro Sekunde aufgenommen werden.

Einfache Bedienung – leichte Handhabung

Auch die Coolpix 990 ist schon, wie ihre Vorgängermodelle, mit einem schwenkbaren Objektiv, das in einem leichten, kompakten Magnesiumgehäuse integriert ist, ausgestattet.

Eine ergonomische Tastenanordnung, richtungsgesteuerter Autofocus-Meßfeldwähler und ein intuitives Einstellrad sorgen für hohe Benutzerfreundlichkeit.

Für eine optimale Kontrolle der Aufnahmen steht ein optischer Live-Bildsucher, dessen Bildfeld zwischen 84 bis 88 Prozent des tatsächlichen Bildfeldes entspricht, zur Verfügung. Der wärmereduzierte LCD-Monitor

(TFT) bietet eine Auflösung von 110.000 Bildpunkten und sorgt damit für eine optimierte Bildwiedergabe. Die Belichtungssteuerung der Kamera erweitert sich mit vier Belichtungsarten einschließlich manueller Steuerung, Belichtungskorrektur und automatischen Belichtungsreihen als ausgesprochen vielseitig.

Die Digitalkamera verfügt über einen verbesserten integrierten Blitz, der fünf verschiedene Funktionen (Auto-Blitz, Blitz aus, Blitz ein, Langzeitsynchronisation, Vorblitz zur Reduzierung von roten Augen) zur Auswahl stellt. Außerdem ist ein Multi-Blitz-Synchronanschluß für die Nikon-Blitzgeräte SB-28/28DX/26/25/24/22s vorhanden.

Filmsequenz-Wiedergabe

Neben der Aufnahme digitaler Standbilder bietet die Coolpix 990 auch die Möglichkeit, Filmsequenzen von QuickTime-Bildern in QVGA-Größe mit ungefähr 15 Bildern pro Sekunde in einer Länge von 40 Sekunden wiederzugeben. Die Einstellung der Empfindlichkeit entspricht einem Wert von ISO 80, kann aber bei Bedarf auch auf die Modi Standard, 100, 200 und Auto geändert werden. Neben dem automatischen Weißabgleich stehen fünf manuell wählbare Funktionen mit sieben wählbaren Farbtemperaturen (Optimal, Glühlampenlicht, Leuchtstofflampenlicht, Tageslicht, Bewölkt, Blitzlicht) zur Verfügung. Der integrierte Selbstauslöser der Kamera löst wahlweise nach zehn Sekunden beziehungsweise drei Sekunden Vorlaufzeit die Bildaufnahme aus.

Die vier im Lieferumfang der Digitalkamera enthaltenen LR6-Alkali-Mangan-Batterien (AA) sorgen für eine höhere Batterielebensdauer, so daß das Gerät bei eingeschaltetem Monitor zirka 1,5 Stunden einsatzbereit ist. Als weiteres Zubehör werden eine Objektivabdeckung, Trageriemen, Videokabel, CompactFlash-Karte, serielle Kabel (für Windows-PC und Macintosh) sowie die Software Nikon View 3 mitgeliefert.

Die Coolpix 990 ist kompatibel zu den Tele-, Weitwinkel- und Fisheye-Objektivvorsätzen. Sie wird ab Mai dieses Jahres lieferbar sein. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 2.499 DM. höl

Kodak senkt Preise für Digitalkameras

In einer Pressemitteilung teilte der Kodak Geschäftsbereich Digital & Applied Imaging Preissenkungen für Digitalkameras und eine WebCam des Unternehmens mit. So erwartet Kodak ab sofort für die Digitalkamera DC215 einen Endverbraucherpreis von 699 DM (bisher 799 DM), die DC280 ist für 1.499 DM (bisher 1.699 DM) zu haben. Die DC290 kostet nun 1.999 DM (bisher 2.299 DM). Der Preis der Kodak WebCam DVC325 beläuft sich jetzt auf 199 DM (bisher 299 DM).

Flachbildschirm

Der neue 18-Zoll-Flachbildschirm „liquid color 181“ von Quatographic wurde speziell auf die Bedürfnisse ambitionierter Anwender aus der CAD- und DTP-Szene zugeschnitten. Ergonomie, Ökologie und eine brillante Bildarstellung sind Argumente, die vor allem für Anwender, die länger vor dem Computer sitzen, wichtig. Flachbildschirme sind deshalb gerade für grafisch orientierte Anwender aus der Druckvorstufe und technischen Arbeitsbereichen interessant. Mit einer Auflösung von 1.280 x 1.024 Bildpunkten, einem Kontrastverhältnis von 300:1 und einer Helligkeit von 200 cd/qm schafft der liquid color zeitgemäße Arbeitsbedingungen. Seine Farbtiefe von 16,8 Millionen Farben und ein enges Pixelraster von 0,28 mm prädestinieren ihn geradezu für millimetergenaue Detailarbeiten mit Grafikprogrammen. Die vertikale Bandbreite von 30 bis 85 Hz garantiert Kompatibilität zu allen gängigen Grafikkarten. Zusätzlich besteht sowohl am Mac als auch am PC die Möglichkeit zur Einbindung in eine USB-Kette. Der liquid color 181 erfüllt gängige Sicherheits- und Ergonomie-normen wie die TCO-99 und wird mit einer dreijährigen Garantie inklusive 24-Stunden-Austauschservice ausgeliefert. Der geschätzte Straßenpreis für den Flachbildschirm liegt bei 6.200 DM inklusive Mehrwertsteuer.

Adobe InDesign

Das von Adobe und der Impressed GmbH gemeinsam angebotene InDesign-Ausbildungsprogramm für Service Provider im Bereich der digitalen Druckvorstufe wird mit neuen Termi-

nen in der ersten Hälfte des Jahres fortgesetzt.

Bisher haben 110 Dienstleister aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an dem Programm teilgenommen und sich damit als autorisierte Adobe Service Partner qualifiziert. Der Schwerpunkt der zweitägigen Schulungen liegt auf den für Produktion und Datenaustausch relevanten Funktionen der neuen Adobe Seitenlayout-Software. Am ersten Tag der Veranstaltung stehen die Funktionen von Adobe InDesign, die Integration mit anderen Adobe Programmen, Import-/ Exportmöglichkeiten und die Konvertierung von Dateiformaten im Vordergrund. Am zweiten Seminartag werden Basistechnologien wie Adobe PDF-Workflow, InRIP-Separation und -Trapping, OPI-Unterstützung sowie

InDesign-Ausgabeoptionen behandelt. Folgende neue Termine sind im Angebot: 27.-28. März 2000, 13.-14. April 2000, 2.-3. Mai 2000 und 19.-20. Juni 2000. Anmeldungen und Infos über Impressed, Tel.: +49 (0) 40/897189-0.



Epson Inkjet Printer mit Tetenal spectra jet Papier

PSL Photosysteme bietet seinen Kunden komplette Workflow-Lösungen: vom digitalen Input bis zum Output. Seit Jahresbeginn hat das Unternehmen sein Produkt-Portfolio um professionelle Inkjet Printer von Epson, DuPont Cromalin Photographers Proof und Scitex Scanner erweitert. In einer Pressemitteilung teilt PSL Photosysteme mit, daß sich herausgestellt hat, daß gerade Epson Printer über Discounter äußerst preiswert angeboten werden. Damit ist die Entscheidung für den Endverbraucher, die Belieferung aus einer Hand durch PSL in bezug auf Beratung, Installation, Service und Support in Anspruch zu nehmen, sehr erschwert worden, da letztendlich auch auf den Endpreis geachtet würde. Aus diesem Grund liefert PSL ab sofort Komplettpakete für die Epson Drucker Stylus Photo 1200, Stylus Color 3000, Stylus Color 5000 und Stylus Pro 9000. Der Käufer hat die Wahl zwischen einer 12-monatigen oder 36-monatigen Vor-Ort-Garantie. Jeder Drucker wird mit einem umfangreichen Paket an Tetenal Inkjet Papieren und der dazu erforderlichen Menge an Tintenpatronen als komplette Einheit zu einem attraktiven Preis ausgeliefert. Darüber hinaus erhält jeder Käufer eines solchen PSL-Leistungspaketes einen interessanten Treuerabatt. Für alle Bestellungen von Tetenal spectra jet Papier direkt bei PSL wird für die Dauer eines Jahres ein Sonderpreis gewährt.

Minolta Dimâge 2300

Preiswerter Einstieg in die Megapixelklasse



Minolta bietet mit der Dimâge 2300 für knappe 800 DM eine Digitalkamera an, die eine Auflösung von 2,3 Millionen Pixeln zu bieten hat. Diese Anzahl der Bildpunkte ist ausreichend für scharfe Fotos in einer Größe bis maximal 20 x 30 cm (bei 150 dpi) und bedient damit die häufigsten Anwenderwünsche.

Zu der hochwertigen Ausstattung des Modells zählen ein hochwertiges Objektiv mit asphärischen Glaslinsen, ein moderner USB-Anschluß und ein innovatives Autofocus-System. Eine einfache Bedienung der Kamera mit perfekt belichteten Aufnahmen und brillanten Farben wird durch die Programmautomatik, den automatischen Weißabgleich und die Blitzsteuerung gewährleistet. Für individuell gestaltete Aufnahmen kann auch zwischen drei voreingestellten Weißabgleichswerten (Tageslicht, Kunstlicht und Leuchtstoffröhrenlicht) und fünf verschiedenen Blitzfunktionen ausgewählt werden.

Die digitale Zoomfunktion bietet bei der Aufnahme die Möglichkeit, Bilder mit einem Vergrößerungsfaktor von 1,4 oder 2 zu erstellen. Im Wiedergabe-Modus kann darüber hinaus ein Teil des Bildes um das 2- bis 3fache vergrößert werden. Neben einem optischen Sucher verfügt die Kamera über einen 4,6 cm-großen TFT-LCD-Monitor. Der Makromodus ermöglicht formatfüllende Aufnahmen

beispielsweise von geschäftlichen Dokumenten und kleinen Objekten aus 30 cm Entfernung.

Bei dem Design der Dimâge 2300 wurde auf sich selbsterklärende Bedienelemente geachtet, um auch Anfängern der Digitalfotografie den Umgang mit der Kamera zu erleichtern. So befinden sich beispielsweise die Tasten für die am häufigsten verwendeten Funktionen wie Blitzeinstellung und digitale Vergrößerung an der Oberseite. Weitere Funktionen wie Selbstauslöser, Serienbildfunktion, Fernauslösung und Dia-Show können über ein Funktionsrad ausgewählt werden. Die Bedienelemente für die Auswahl der Bilder befinden sich direkt neben dem LCD-Monitor. Eine Ausschaltautomatik des Monitors sorgt für eine Verlängerung der Lebensdauer der Batterien.

Empfindlichkeit

Um die Digitalkamera auf die jeweilige Lichtsituation optimal einzustellen, kann die Empfindlichkeit des CCD's in zwei Stufen angepaßt werden: „Normal“, vergleichbar mit ISO 85, und „Hoch“, vergleichbar mit ISO 340.

Die Dimâge 2300 verwendet mit Exif2.1 (JPEG) und TIFF die gebräuchlichsten Dateiformate. Mit der mitgelieferten Treibersoftware und der „Fun-To-Use“-Software von PhotoSuite SE gelangen schnell und einfach kreative Grußkarten, Home Pages, professionelle Dokumentationen und vieles mehr. Die MGI PhotoSuite SE Software ermöglicht darüber hinaus die Ände-

rung von Farbe, Schärfe und Helligkeit. Für schnelle Aufnahmenfolgen ist die Kamera mit einer Serienbild-Funktion ausgestattet, in der zwei Bilder pro Sekunde in der höchsten Auflösung aufgenommen werden können. Im Fine-Modus läßt sich eine Bildfolge von bis zu vier Aufnahmen realisieren.

Bildwiedergabe

Für die Wiedergabe der Bilder am Monitor stehen dem Anwender mehrere Alternativen zur Verfügung. Neben der Einzelbild-Anzeige stehen eine Index-Anzeige, die neun Bilder gleichzeitig zeigt, und die Funktion Dia-Show zur Auswahl. Letztere ermöglicht die Zusammenstellung einer Bildserie, deren Wiedergabe vorwärts, rückwärts oder in zufälliger Reihenfolge erfolgen kann. Für eine schnelle und einfache Betrachtung der Aufnahmen kann die Kamera über den Videoausgang mit jedem normalen Fernseher verbunden werden. Die Energieversorgung der Dimâge 2300 erfolgt entweder über die überall erhältlichen Alkali Mangan-Batterien oder durch wiederaufladbare NiCd-Akkus beziehungsweise leistungsfähigen NiMH-Akkus der Größe AA. Optional ist auch ein Netzgerät erhältlich. Die Bilddateien werden auf CompactFlash-Karten Typ I gespeichert.

Die Dimâge 2300 ist mit den Abmessungen 114 x 65 x 40 mm ausgesprochen klein und ist damit als „digitales Notizbuch“ für alle erdenklichen Situationen die ideale Begleitung. höl

DGH Großhandel mit Privat-Label-Film

Ab sofort gibt es beim DGH Großhandel, Würzburg, unter der Bezeichnung Color Plus einen Privat-Label-Film, der in der Europäischen Gemeinschaft produziert wird. Er steht nicht im Preiswettbewerb und eignet sich hervorragend als Aktionsprodukt. Außerdem bietet er einen deutlichen Preisvorteil im Vergleich zu den Originalfilmen. Der Color Plus ist als ISO 100/21°- und ISO 200/24°- Film mit 36 Aufnahmen zu haben. Im Zeitraum vom 5. bis 17. März können Interessenten beide Filmvarianten zum Einführungspreis von 1,96 DM (ungefähr ein Euro) pro Film beziehen, danach kosten der ISO 100-Film 2,35 DM und der ISO 200-Film 2,85 DM.

Ebenfalls neu beim DGH Großhandel ist eine CD-ROM, auf der rund 10.000 Artikel des Sortiments zu finden sind. Das Angebot reicht von Filmen bis zum Faxgerät. Eine Suchfunktion bietet schnelle Bild-, Text- und Preisinformation. Der Bestellvorgang kann vereinfacht werden, indem der Benutzer die am häufigsten benötigten Produkte in einer Favoritenliste zusammenfaßt.



Patrick Perret (Tetental Vertriebsgesellschaft mbH) und Brigitte Kleinert (Konica Photo Express) überreichen dem Gewinner des Fotowettbewerbs, Andreas Müller, als ersten Preis ein hochwertiges Mountainbike.

Fotowettbewerb bei KPE entschieden

Der Fotowettbewerb, zu dem Konica Photo Express im vergangenen Jahr aufgerufen hatte, ist entschieden: Der Gewinner heißt Andreas Müller. Der 30jährige Gastronom erhielt seinen Preis, ein hochwertiges Mountainbike im Wert von 8.000 DM plus eine komplette Mountainbikeausrüstung, in den Geschäftsräumen von „Fredri Hubers Bilderpoint“ in Mitlenwald. Als Vertreter der Veranstalter gratulierten Brigitte Kleinert (Konica Photo Express) und Patrick Perret (Tetental Vertriebsgesellschaft). Der Fotowettbewerb „Der lustigste und schönste Schnapsschuß rund um das Thema Fahrrad“ war Teil der KPE-Sommeraktion des vergangenen Jahres, in deren Mittelpunkt die Transalp Challenge, eines der härtesten Mountainbike-Rennen, gestanden hatte. Konica Photo Express hatte diese Veranstaltung als Hauptsponsor unterstützt und seine Partner mit entsprechenden Dekorations- und Verkaufsförderungsmaterialien unterstützt. So erhielten die Konica Photo Express Geschäfte beispielsweise Kundenstopperplakate, Displays und Fahrradflickzeug als Give-Aways. Unter den weiteren Gewinnern des Wettbewerbs wurden unter anderem Konica APS-Kameras verlost.

An advertisement for the Samsung IBEX camera. The top part features the word "IBEX" in large, red, stylized letters and the "SAMSUNG" logo in a blue oval. Below this is a close-up photograph of the camera's lens and front body. The lens has "SAMSUNG ASPHERICAL LENS" and "ZOOM 38-140mm" written on it. The camera body has "SAMSUNG" and "IBEX 4XL" visible. The background is a blue sky with light trails. At the bottom, the text reads "Die Fachhandelslinie" in red, followed by the website "www.samsungcamera.de/ibex" and a phone number "(0 61 96) 66 53 01" with a telephone icon.

Kleinanzeigen erscheinen auch im Internet

Anfang Februar haben die deutschen Anzeigenblätter begonnen, ihre Kleinanzeigen auch ins Internet zu stellen. Unter dem Dach der Servicegesellschaft Deutscher Anzeigenblätter (SGA) können Surfer dann unter der Adresse www.anonza.de in den Rubriken Automarkt, Jobbörse, Fundgrube, Rendezvous, Immobilien und Computer nach Schnäppchen und Angeboten suchen. Zum Starttermin werden monatlich auf einen Schlag bundesweit zirka 200.000 Anzeigen im Netz verfügbar sein. Die Anschubfinanzierung von [anonza.de](http://www.anonza.de) wird von den Verlagen durch Zahlung einer geringen Umlage pro Anzeige sichergestellt. Später sollen die Kosten dieses neuen Dienstes ausschließlich über die Einnahmen aus der Bannerwerbung finanziert werden.

5. BBE-Trend- und Handelsforum in Köln

Die BBE-Unternehmensberatung GmbH lädt zum 5. BBE-Trend- und Handels-Forum ein: Die Veranstaltung am 10./11. Mai in Köln steht unter dem Motto: „Konsument, Handel und Vertrieb: Strategien für die Zeitenwende“. Hochkarätige Referenten werden in Köln Lösungen für Zukunftsprobleme des Handels nennen und Strategien aufzeigen, mit denen der Handel vor dem Hintergrund zunehmenden Wettbewerbs bestehen kann. Wichtige Punkte werden die Focussierung der Strategie auf den Kunden sowie die Auswirkungen von E-Commerce und Internet auf das Verhalten der Verbraucher sein. Infos bei der BBE unter Telefon 0221/93655-209.

Scanner Neuheiten auf der CeBIT: Digitalisierung leicht gemacht

Die neue Generation der auf der CeBIT gezeigten Scanner zeichnet sich vor allem durch anwenderfreundliche Bedienung und ein interessantes Preis-/Leistungsverhältnis aus. Aber auch das Design spielt eine immer größere Rolle. Inzwischen bietet der Scannermarkt für jede Anwendergruppe, sei es aus dem privaten oder beruflichen Bereich, das passende Gerät.



*ScanJet 5300CB
von Hewlett Packard*

Das taiwanesisches Unternehmen Avision (Deutschlandvertrieb BHS Binkert GmbH) war mit dem AV620CS Plus vertreten. Der Scanner bietet eine optische Auflösung von 600 x 1.200 dpi und eine Scanfläche von maximal A4+. Einsetzbar ist er sowohl für PC- als auch Mac-User. Die Daten werden über eine SCSI-Schnittstelle übertragen. Gescannt wird standardmäßig im 36-Bit-Modus. Bei der neuen, gegenüber dem Vorgängermodell „AV630CS“ verbesserten Konstruktion wurden insbesondere ergonomische Aspekte berücksichtigt. So scannt der AV620CS Plus sehr leise und um fast zwei Drittel schneller als sein Vorgänger. Eigentlich als Farbscanner ausgelegt, lassen sich

mit ihm genauso gut Schwarzweiß-Vorlagen oder sogar Röntgenaufnahmen scannen. Wer ihn zum Einscannen von Dias einsetzen will, hat optional die Möglichkeit, eine entsprechende Dia-Scan-Vorrichtung zu erwerben (Preis: zirka 199 DM). Der Scanner wird in einer „Silver“- und einer „Platin“-Version ausgeliefert, die sich durch den Umfang der mitgelieferten Software unterscheiden und somit Anwender aus dem Einsteiger- und dem High-End-Bereich gleichermaßen zufriedenstellen. Die Platin-Edition bietet über die Scansoftware und ein Programm, mit dem sich der Scanner auch als Kopierer nutzen läßt, sowie ein Bildbearbeitungstool hinaus ein Kodak Color Target zur automatischen Kalibrierung und ein hochwertiges IT8-Farbkalibrierungschart. Der Preis für die Silver-Version liegt bei 379 DM, für die Platin-Ausgabe bei 579 DM (jeweils unverbindliche Preisempfehlung inklusive Mehrwertsteuer).

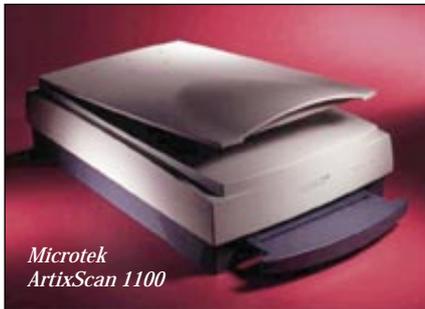
Farbtiefe von echten 42 Bit und einen Dynamikbereich von bis zu 3,7 Dmax. Durch die optische Auflösung von 1.000 x 2.000 dpi ermöglicht er eine beeindruckende Schärfe und Detailgenauigkeit, wie sie in der Druckvorstufe erwartet wird. Auch mit diesem Scanner lassen sich sowohl Aufsichts- als auch Durchsichtsvorlagen verarbeiten. Praktisch und zeitsparend ist das mitgelieferte komplette Set an Filmhaltern für geglaste und ungeglaste Dias bzw. Negativstreifen, durch das Mehrfachscans ermöglicht werden. Der mit den Softwareprogrammen Scan Wizard, ICC Profiler und LaserSoft SilverFast ausgestattete ArtixScan 1100 kostet 4.990 DM inklusive Mehrwertsteuer. Sowohl für den Heimbereich als auch für ein professionelles Umfeld wurde der ScanMaker X12USL vom Microtek konzipiert. Er verfügt sowohl über USB- als auch SCSI-Schnittstelle, bietet eine Auflösung von 1.200 x 2.400 dpi, eine Farbtiefe von 42 Bit und eine direkte Scanfunktion per Tastendruck. Mit einer Scanfläche von zirka 35,6 cm Länge ermöglicht das Gerät auch das Einscannen von Großformaten. Die Benutzeroberfläche des Treibers Scan Wizard 5 läßt Einstellmöglichkeiten wahlweise für Anfänger oder für Profis zu. Der ScanMaker X12USL wird zudem in zwei verschiedenen Versionen verfügbar sein. Die „Advance“-Version ist zusätzlich mit dem Durchlichtaufsatz LightLid 5“ x 6“ und der Bildbearbeitungs- und Color-Management-Soft-



Avision AV620C Plus

Für Profis

Für Profis bietet sich der ArtixScan 1100 von Microtek an. Er verfügt über eine



Microtek
ArtixScan 1100

ware SilverFast ausgestattet. Der Scan-Maker X12USL kostet 699 DM, die Advance-Version 899 DM.

Wer auf der Suche nach einem preiswerteren Modell ist, das dennoch den Anforderungen zu Hause oder im Büro gerecht wird, ist mit Microteks Scan-Maker 3600 gut beraten. Für 249 DM bietet der Flachbettscanner eine optische Auflösung von 600 x 1.200 dpi und dank der eingesetzten Dual-Optimization-Technology eine Farbtiefe von 42 Bit. Der USB-Anschluß gewährleistet eine leichte Installation. Scan-, Bildbearbeitungs- und OCR-Software runden das komfortable Angebot ab.

Für Heimanwender

Für ambitionierte Heimanwender und kleinere bis mittlere Büros ist der ScanJet 5300C von Hewlett Packard geeignet. Die Bedienung des Gerätes wird durch vier Bedienknöpfe auf der Frontseite jeweils für das Scannen, Kopieren (über Drucker), Faxen (mit Modem) oder das Aufbereiten von E-Mail-Datei-

en erleichtert. Seine optische Auflösung liegt bei 600 x 1200 dpi, bei einer 36-Bit-Farbtiefe. Ein Farbfoto scannt der 5300C innerhalb von 50 Sekunden ein. Die HP PrecisionScan-Software 3.0 vereinfacht die Bildbearbeitung. Das Gerät optimiert automatisch eingescannte Bilder. Darüber hinaus erkennt die Software komplexe Seiten, die sich aus Bildern, Texten und Logos zusammensetzen. Alle Formate werden dabei in einem Arbeitsgang gescannt und bleiben erhalten. Außerdem regelt das Programm automatisch die Einstellung von Schärfe, Belichtung und Kontrast.

Die Installation des HP ScanJet 5300C gelingt mühelos, da die Software den Anwender mit leicht verständlichen Videoclips durch das Programm führt. Der Scanner ist kompatibel mit Windows 9x, NT 4.0 und Windows 2000. Ein Durchlichtaufsatz im Format 12,7 x 12,7 cm ist optional erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Gerät liegt bei 549 DM.

Verbesserte Funktionen

Bereits auf der PMA in Las Vegas (3. bis 6. Februar 2000) präsentierte Agfa mit dem DuoScan HiD den neuesten Scanner aus der DuoScan-Reihe. Der speziell für professionelle Anwender wie



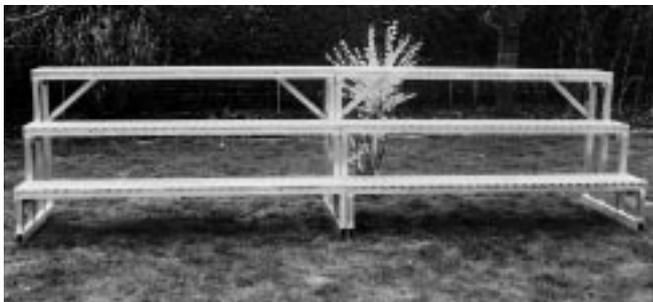
Microtek
ScanMaker X12USL

Fotografen, Grafiker oder Illustratoren gedachte Scanner verfügt über eine optische Auflösung von 1.000 x 2.000 ppi, eine Farbtiefe von 42 Bit und die unternehmenseigene TwinPlate-Technologie. Mit einer Farbtiefe von 14 Bit pro Farbkanal und einem großen Dichteumfang kann der DuoScan HiD eine enorme Menge an Bilddaten in einer hohen Bildqualität erfassen, vor allem in den dunklen Bildflächen von Negativen oder Dias. Er registriert selbst die schwierigsten Farben wie dunkle Rot- und Blautöne mit erstaunlicher Genauigkeit.

Auch die beiden neuen, sehr kompakten Flachbett-Farbscanner aus der Agfa SnapScan-Serie überzeugen durch interessante Funktionen, einfache anwenderfreundliche Bedienung sowie eine erheblich höhere Auflösung als die bisherigen Modelle dieser Produktreihe. *höl*

Mit der Aluminium-Kombitribüne

Gruppenaufnahmen, die sich lohnen!



Unsere kleine, sehr leichte Aluminium-Fototribüne mit 3 Stufen und 4 m Länge ist

- besonders schnell und einfach aufgebaut
- komplett zerlegbar für Transport in PKW Combi
- in der Länge variabel von 2 m bis ...
- mit rutschfesten Trittflächen aus Aluminium Warzenblech

Das alles für nur DM 2.200,- netto!

Und für größere Gruppenaufnahmen bieten wir Ihnen unsere bewährte fahrbare Aluminium-Fototribüne. Natürlich mit Standsicherheitsprüfung vom TÜV für fliegende Bauten in München.

Fordern Sie noch heute Ihre Unterlagen an!



Helmut Freutsmiedl

Am Hang 3 • 83308 Trostberg-Eglsee
Tel. 0 86 21/41 59 • Fax 6 32 89



In Memoriam: Professor Dr. Karl Steinorth

Am 10. Februar 2000 ist Professor Dr. Karl Steinorth, Präsident der Deutschen Gesellschaft für Photographie und Aufsichtsratsmitglied der Kodak AG, plötzlich und völlig unerwartet im Alter von fast 69 Jahren verstorben. Die deutsche Fotobranche verliert mit ihm eine ihrer profiliertesten Persönlichkeiten.

Bis zu seinem Ausscheiden aus dem aktiven Dienst war Karl Steinorth langjähriges Mitglied der Geschäftsleitung der Kodak AG, Stuttgart. Bereits 1963 trat er als Justiziar in das Unternehmen ein und übernahm 1964 auch die Leitung der Öffentlichkeitsarbeit. Als brillanter Jurist und exzellenter PR-Profi hat er sich nicht nur um die Kodak AG, sondern um die gesamte deutsche Fotobranche große Verdienste erworben. Viele Jahre war er Vorsitzender sowohl des Rechtsausschusses als auch des Presseausschusses des Photoindustrieverbandes. Auf seine Initiative geht beispielsweise der deutsche Zeitungsleserwettbewerb „Blende“ zurück.

In seinen Unternehmens- und Verbandsfunktionen hat Karl Steinorth die jeweiligen Interessen stets mit großem Engagement vertreten. Seine Liebe galt den kulturellen Aspekten der Fotografie. Tausende Zeitschriftenartikel und eine kaum überschaubare Zahl von Büchern geben davon ein eindrucksvolles Zeugnis. Weit über 100 Fotoausstellungen hat Karl Steinorth initiiert und organisiert, und er ist Pate des Kodak Kulturprogrammes. Seine kenntnisreiche Leidenschaft führte zur wohl umfangreichsten deutschen Sammlung von Fotoliteratur, Fotobüchern, Bildbänden, Fotokalendern und sonstigen Reproduktionen von Fotografien.

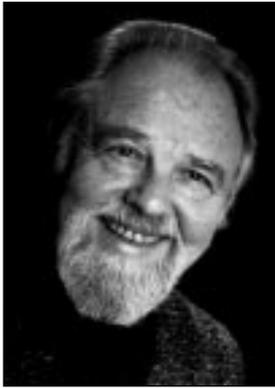
Für seine Verdienste wurden Professor Dr. Karl Steinorth zahlreiche nationale und internationale Ehrungen zuteil. Er ist Träger der goldenen photokina-Nadel und der Ehrennadel des Photoindustrieverbandes, die britische Royal Photographic Society zeichnete ihn mit der Hood-Medaille aus, das George Eastman House, Rochester, New York, ernannte ihn



Professor Dr. Karl Steinorth gehörte zu den profiliertesten Persönlichkeiten der deutschen Fotobranche.

zum Ehrenkurator. Von der nordrhein-westfälischen Landesregierung wurde ihm wegen seiner großen Verdienste – er richtete seit 1970 über 80 Ausstellungen für die photokina und die Kölner Fotoszene aus und stiftete rund 8.000 Bände Fotoliteratur aus seinem Privatbesitz für die Kunst- und Museumsbibliothek der Stadt Köln – der Titel Professor verliehen.

Karl Steinorth war eine einzigartige Persönlichkeit. Seine brillante Intelligenz, der eloquente Scharfsinn, mit dem er auch schwierige Probleme auf den Punkt zu bringen pflegte, und seine Durchsetzungskraft paarten sich mit einer gesunden Portion Pragmatismus. So verstand er es immer wieder, Lösungen herbeizuführen, mit denen alle Beteiligten leben konnten. Seit seinem Ausscheiden aus dem aktiven Dienst der Kodak AG, der er als Aufsichtsrat verbunden blieb, widmete er sich mit Leidenschaft seinem Amt als Präsident der Deutschen Gesellschaft für Photographie. In der Fotoindustrie verwurzelt, gleichzeitig persönlich der Kultur engstens verbunden, vermittelte er nicht nur gekonnt zwischen diesen beiden Seiten, sondern war selbst die persönliche Synthese dieser beiden Pole. Die Redaktion imaging+foto-contact trauert um einen Freund, der uns jahrzehntelang geschäftlich und menschlich begleitet hat.



Horst Dieter Lehmann

Überraschungen

Wir unterscheiden gute, schlechte und böse Überraschungen. Jeder Fotohändler ist sicher mehr als überrascht, wenn Regale und Schaufenster leer sind, weil er alles verkauft hat. Ist das Schaufenster aber ausgeräumt und liegen die Trümmer der massiven Scheibe sowie die Eisenstange noch davor,

dann ist das nicht nur eine schlechte, sondern sogar eine böse Überraschung.

Meist geschieht so etwas in der Nacht von Samstag auf Sonntag, wenn kein Handwerker zu erreichen ist, der eine neue Scheibe einsetzt. Herrscht dann noch Sturm und läuft der Quotenrenner „Wetten, daß...“, scheint die Zeit für Einbrecher besonders günstig zu sein. Aus eigener Erfahrung kann ich das leider zweimal bestätigen, und ich befürchte, daß ich nicht der einzige Betroffene bin. Und die Tendenz ist steigend. Was brachte uns das neue Jahr sonst noch an Überraschungen?

Für Politik bin ich hier nicht zuständig, und als Biertischpolitiker bin ich ebenfalls eine Fehlbesetzung.

Ein Blick in die Vergangenheit

Als Fotograf und Händler mit langjähriger Erfahrung und aus einer Familie mit beachtlicher Fotografentradition beobachtet man zwangsläufig nicht nur, was ist, was kommen kann, sondern blickt auch in die Vergangenheit. Da wird man schon etwas traurig, wenn man sieht, daß von den fünf renommierten Fotogeschäften in einer schönen und wohlhabenden Stadt am Bodensee nur noch ein Atelier besteht, in dem ich übrigens in meiner Zeit als „Wanderbursche“ gearbeitet habe und das jetzt in anderen Händen ist.

Was aber zeigt uns dieses Beispiel? Manches ist schneller, anderes langsamer vergänglich. Tradition im Handwerk ist schon fast Nostalgie. Der Blick nach vorn ist wichtiger. Aber wer das Heute verstehen will und auf das Morgen vorbereitet sein will, der darf die Vergangenheit nicht vergessen.

Vieles hat sich im Laufe der Jahre verändert – natürlich auch im Fotohandwerk und Handel, wo das Colorsupergroßlabor das kleine Schwarzweißlabor abgelöst hat. Der „wandernde Geselle“, der seinerzeit oft im Labor eingesetzt wurde, die „Gehilfin für alles“, die das gleiche Schicksal teilte, sind entweder heute im eigenen Betrieb tätig oder haben sich schon längst zur Ruhe gesetzt. Auch die Zeit der „Hof-Photographen“, wie in dieser Schreibweise noch eine wundervolle

Inschrift an einem Haus in Weimar zu lesen ist, dürfte längst vorbei sein, die der wohlrenommierten Nachfolger ebenfalls.

Ein Blick in die Zukunft

Dagegen versprechen – und das ist keine Überraschung – hoffnungsvolle Jungtalente, mit digitaler Technik und Computerwissen im Kommen zu sein.

Aber etwas fällt auf und gibt zu denken: Warum verschwinden diese oft so sang- und klanglos nach relativ kurzer Zeit? Sind Kreativität und Können allein doch noch nicht alles, um existieren und überleben zu können? Die Erforschung der Gründe gestaltet sich sehr schwierig, und Nachfragen bei der Handwerkskammer werden auch nicht immer beantwortet. Verfolgt man die Werbung im Fernsehen – als Konsument kommt man nicht darum herum – verwundert es ein wenig, daß nicht jeder mindestens zwei Handys hat, für jede Hand und jedes Ohr eines, daß er nicht faxt und e-mailt, nicht Online bankt und durch die Welt surft. Wie schon oft erwähnt, offensichtlich ein Generationsproblem.

Trotz digitalen Fortschritts, wir wollen ihn nicht unter-, aber auch nicht überbewerten, ist der Film noch längst nicht tot. Das beweisen auch die Investitionen der Hersteller. Sie setzen nach wie vor auf das preiswertere und wohl auch bessere Verfahren, gerade für den durchschnittlichen Anwender. Dies hören Digitalfans nicht gerne, aber an diesen Tatsachen kommen wir ebenso wenig vorbei, wie die Verfechter der „älteren Welle“ nicht übersehen dürfen, daß sich der Fortschritt wohl verzögern kann, aber kaum aufzuhalten ist. Wo kämen wir da auch hin?

Leicht irritierend beim Fortschritt dürfte für viele wohl aber sein, daß er eben doch mitunter zu schnell verläuft, zu rasant werden die neuesten Modelle von noch neueren, besseren, mitunter preiswerteren Modellen überholt.

Soll man die alten gleich wegwerfen oder erst einmal abwarten? Überrascht uns schon bald eine völlig neue, zukunfts-trächtige Version? Davon können wir ausgehen, denn sonst stimmt das Weltbild nicht mehr.

Quintessenz

Zum Schluß noch ein nicht ernst genug zu nehmender Rat an jeden, der eine Kamera in die Hand nimmt. Er ist nicht neu, wird oft erteilt, aber immer weniger befolgt: Wichtig ist das Bild, nicht die Kamera! Technik ist gut, das Resultat ist entscheidend. Darüber bestimmen immer noch wir, ob Profi oder Amateur. Möge es so bleiben...



PLL Laserlab
Digital-Prints mit Biß.
Der Brüller in Sachen Qualität und Speed.
www.techlab-gmbh.de/laserlab.htm

TECHLAB

Lisc-Meitner-Stralle 4-6
D-64823 Groß-Umstadt
Phone: (+49)-6078-7807-0
Fax: (+49)-6078-71194



HIGH-QUALITY

echt schnell... echt scharf... echt foto... echt toll!

Eastman Kodak Company und Hewlett-Packard gründen Joint-Venture

Inkjet Minilab kommt 2001



Bob Keegan, President Consumer Imaging der Eastman Kodak Company (Mitte), erläuterte imaging+foto-contact auf der PMA die Hintergründe des Joint-Ventures gemeinsam mit Wolfgang König, Regional Business General Manager von Kodaks Region Europa, Afrika und Mittlerer Osten (links), und Fred Heigold, General Manager Output Product Business Consumer Imaging der Eastman Kodak Company.

Zum Auftakt der PMA gaben die Eastman Kodak Company und Hewlett-Packard die Gründung eines gemeinsamen Unternehmens bekannt. Das Joint-Venture soll eine völlig neue Geschäftskategorie erschließen: digitales Inkjet-Fotofinishing mit kompakten, preisgünstigen Minilabs.

Bereits im kommenden Jahr soll eine Maschine auf den Markt kommen, die bis zu 500 bis 600 Inkjet Bilder pro Stunde im Format 10x15 cm produzieren kann. Das mit einem Hochgeschwindigkeitsscanner ausgestattete Gerät wird gleichermaßen zur Verarbeitung der gängigen Filmformate geeignet sein wie zum Drucken von digitalen Printdateien aus Digitalkameras, von Datenträgern wie CD-Rom, Zip oder DVD sowie aus dem Internet. Neben der Herstellung von Bildern bis zum Format 20x25 cm wird die Maschine auch die Produktion von Zusatzartikeln wie Grußkarten, Kalendern, Fotoalben, T-Shirts oder Kaffeetassen ermöglichen und die Bilddateien auch auf CD-Rom, Zip, DVD ausgeben sowie ins Internet stellen können. Der Preis für das Gerät soll deutlich niedriger liegen als der für augenblickliche digitale Minilabs.

Keine Qualitätskompromisse

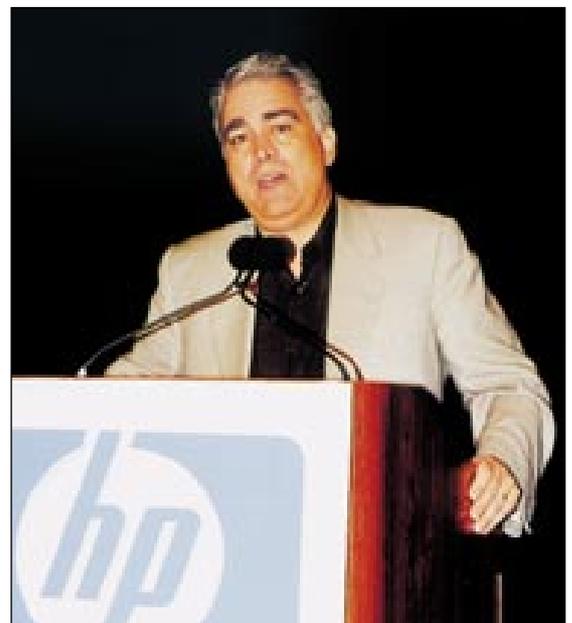
Das Joint-Venture wird Kodaks Expertise in Foto- und Imagingtechnologien mit dem bekannten Know-how von HP im Bereich des Inkjet-Drucks kombinieren. Die Bildergebnisse sollen dabei sowohl von den Kosten als auch von der Qualität her mit der traditionellen Silberfotografie absolut vergleichbar sein. Das gelte, so betonten Bob Keegan, President Consumer Imaging und Executive Vice President der Eastman Kodak Company, und Antonio M. Perez, President Consumer Business und Digital Media Solutions, auf Anfrage von imaging+foto-contact, auch für die Haltbarkeit der Bilder. Mit den neuen Geräten werde für den Fotohandel die Einstiegshürde, vor Ort Bild-dienstleistungen anzubieten, deutlich niedriger gelegt, betonten beide Manager.

Gemeinsamer Markenauftritt

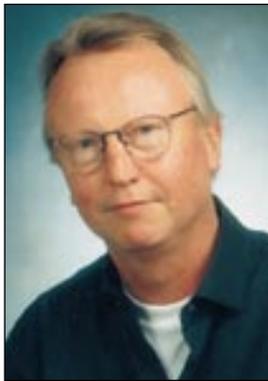
Der Name des neuen Unternehmens steht noch nicht fest. Es wird auch für das Marketing der neuen Produkte zuständig sein und eng mit den beiden Muttergesellschaften zusammenarbeiten. Kodak

und HP gehen bei ihren Projektionen von einem durchschnittlichen Wachstum des Weltmarktes für geprintete Bilder von sechs Prozent in den nächsten fünf Jahren aus. Dabei werde die Bedeutung der Silberfotografie nicht abnehmen und der Markt zusätzlich durch die Nachfrage nach Prints aus digitalen Quellen erweitert werden. Nach Ansicht von Wolfgang König, Regional Business General Manager Consumer Imaging in Kodaks Region Europa, Afrika und Mittlerer Osten, wird das Joint-Venture wesentlich dazu beitragen, Bilddienstleistungen an noch mehr Standorten verfügbar zu machen und damit den Gesamtmarkt zu vergrößern.

Neben dem grundsätzlichen Foto-Know-how wird Kodak vor allem Hochgeschwindigkeits-Scanning-Technologien in das neue Unternehmen einbringen und für die Produktion des Papiers verantwortlich sein. HP wird sich auf die Entwicklung der Printer und der notwendigen Tinten konzentrieren.



Antonio M. Perez, President Consumer Business und Digital Media Solutions bei HP.



Ulrich Vielmuth

Video als Kunstform

Nachdem die künstlerische Beschäftigung mit Video zunächst als vorübergehende Modeerscheinung angesehen wurde, gilt Videokunst nun schon seit einiger Zeit als eine etablierte Kunstform, die immer stärkere Beachtung findet.

Man glaubt es kaum, aber schon Anfang der 60er Jahre waren die ersten Künstler angetreten, ein neues Medium zu erobern. So fanden 1963 die heute als historisch zu benennenden Ausstellungen von Nam June Paik und Wolf Vostell statt. Die Smolin Gallery in New York präsentierte Vostells Happenings mit Fernsehgeräten und Kameras. In der Galerie Parnass in Wuppertal war Paiks erste Einzelausstellung mit Schwarzweiß-Fernsehgeräten unter dem Titel „Exposition of Music – Electronic Television“ zu sehen. Manipulierte TV-Geräte zeigten anstelle des Fernsehprogramms abstrakte Störbilder und produzierten ebensolche Geräusche.

Mit der Erfindung des tragbaren Videorecorders erweiterte sich das Instrumentarium der Videokunst beträchtlich. Waren die 60er Jahre das Jahrzehnt des Aufbruchs zunächst nur einiger weniger Medienkünstler, erlaubten der elektronische Fortschritt – 1965 brachte Sony in Amerika mit der Sony Portapak die erste transportable Videokamera auf den Markt – und die wenig später auch in Deutschland erschwinglicher werdende Videotechnik Anfang der 70er Jahre einer breiteren Gruppe junger Künstlerinnen und Künstler, das neue und in der Handhabbarkeit ebenso autonome wie einfache Medium als individuelles Ausdrucksmittel einzusetzen.

Aus einzelnen künstlerischen Versuchen entstand eine eigenständige Kunstbewegung, die sich nach den Anfängen in der Bundesrepublik Deutschland in den USA und dann international weiterentwickelte. Während einige Künstler sich mit der kreativen Produktion von gestalteten Videotapes befaßten, begannen andere bereits Anfang der 60er Jahre, sich mit Fernsehgeräten als Skulptur auseinanderzusetzen. Mitte der 70er erlebte das künstlerische Video einen ersten Höhepunkt, der 1977 auf der Kasseler „documenta 6“ seinen Ausdruck fand.

Doch die weitere Entwicklung der Videokunst bei uns verlief dann zwiespältig. Egon Bunne, Kölner Filmemacher und Videokünstler, bringt es auf den Punkt:

„Im aktuellen Kulturbetrieb hat die Videokunst noch immer nicht den Stellenwert erlangt, der ihr zusteht. Zwar sind Video-Installationen willkommene Blickfänge für zeitgenössische Ausstellungen, bereichern und werten sie auf, Videokunst an sich ist jedoch noch immer mit Vorurteilen behaftet und argwöhnischen Blicken ausgesetzt, wenn sie überhaupt beachtet wird.

Videokünstler kommen meist aus dem akademischen Bereich, erhalten ihre Ausbildung an Kunsthochschulen und neuerdings an Medienhochschulen. Ihr mögliches Forum

sind die öffentlichen Galerien und Kunsthallen, die Festivals und Ausstellungen. Für das öffentlich-rechtliche und erst recht das private Fernsehen ist Videokunst zu außergewöhnlich, als daß sie einen festen Programmplatz finden könnte. Ausnahmen bilden Sendungen, die von engagierten Redakteuren kurzzeitig akquiriert werden, oft aber wegen zu geringer Einschaltquoten wieder verfallen.“

Medienkunstpreis 2000

Recht hat er, der Egon Bunne mit seiner Bemerkung über die Einschaltquote. Sie entscheidet heute über Wohl und Wehe einer Sendung. Doch es gibt auch lobenswerte Ausnahmen. Der SWR als mittlerweile zweitgrößte ARD-Anstalt und das ZKM (Zentrum für Kunst und Medientechnologie) in Karlsruhe haben in diesem Jahr den „Internationalen Medienkunstpreis 2000“ ausgeschrieben. „Der übergreifende Begriff

quickpoint

47638 Strahlen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

Medienkunst soll verstärkt interaktiven Kunstprojekten ein Forum bieten“, sagt SWR-Redakteur Bernhard Foos, seit Jahren unermüdlicher Macher in Sachen Videokunst im Fernsehen. „In Zukunft wird der Internationale Medienkunstpreis jedes Jahr eine spezifische thematische Ausrichtung haben, um jeweils einen anderen Focus auf Tendenzen der Medienkunst zu richten.“

Situation

Videokurator Rudolf Frieling am ZKM kommt zu einer recht schlüssigen Interpretation der heutigen Videokunst-Szene, wenn er deutlich formuliert: „Bildende Künstler bewegen sich heute wie selbstverständlich zwischen den traditionellen und neuen Medien, Videokünstler erweitern ihr künstlerisches Arbeitsfeld in Richtung Installation und Interaktivität. Doch hier wie dort sucht man vergebens nach Reflexionen der spezifisch deutschen Gesellschaft der 90er Jahre nach der Wiedervereinigung, die nur bei Friederike Anders Spuren hinterlassen hat. Das Fehlen einer überzeugenden künstlerischen Auseinandersetzung mit dieser Thematik ist signifikant: In der Anfangszeit des Mediums Video galt die Suche den spezifischen Charakteristika des Mediums, während in den 80er Jahren, der Ära der Videoclips, Video weniger hinterfragt als bildnerisch und spielerisch ausgebeutet wurde. Die Videokunst an der Schwelle des neuen Jahrhunderts operiert dabei thematisch auf eher untergründige Art und Weise mit der Manipulation von Bildern, Menschen und Objekten, mit Strategien der Globalisierung, mit der Darstellung verlorener oder wiedergefundener Subjektivität. Heute zielt die künstlerische Auseinandersetzung auf eine allgemeine Frage: Was zeichnet ein Bild im elektronischen Zeitalter aus, und in welchem Kontext wird es überhaupt sichtbar?“

Jobo goes digital

Auf der diesjährigen PMA stellte Jobo dem Profi mit einer sinnvollen und praxisgerechten Verknüpfung aus konventionellem Laborprogramm und anspruchsvoller Digitaltechnik eine flexible Konzeption für Bildaufnahme und -ausgabe vor. Durch die Entwicklung innovativer Lösungen für den Studiofotografen hat sich Jobo eine hohe Bildkompetenz erworben. Diese Tradition wird nun durch „Professional Analog-Digital-Solutions (PADS)“ ausgebaut. In diesem Konzept werden alle Elemente der heutigen Aufnahme- und Ausgabetechnik integriert, und zwar unter Berücksichtigung der Aspekte Flexibilität, Qualität, Kostenkontrolle, Geschwindigkeit und vor allem Spielraum für die kreative Gestaltung des Fotografen.

Jobo proScan 10500 und Jobo imageScan 8000

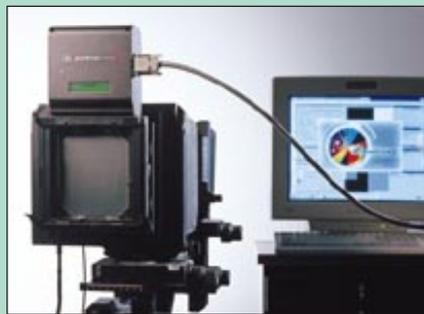
Zwei neue ScanBacks, die für Mac und PC geeignet sind, bereichern die Königsklasse unter den Kamerascannern für 4 x 5" Fachkameras. Mit 10500 x 13100 Pixeln werden Dateien bis zu 394 MB einfach, schnell und ultrascharf mit einem Jobo proScan 10500 erstellt. Die Scanfläche beträgt 84 x 100 mm, das Printformat A0 bei 300 DPI, Scanzeit bis zu 120 MB/min.

Das Jobo imageScan 8000 hat eine geringere Auflösung (8000 x 10500 Pixel), für Dateigrößen bis zu 240 MB. Die Scanfläche beträgt 84 x 100 mm, das Printformat A1 bei 300 DPI, die Scanzeit bis zu 120 MB/min.

Ob Stillife, Katalog oder Reproduktion – überall da, wo höchste Qualität verlangt wird, werden schon jetzt Jobo High End ScanBacks eingesetzt. Inklusive Jobo scanVision 3.0, der professionellen und dennoch bedienerfreundlichen Software für Job ScanBacks.

Fotografieren wie auf Film: Jobo proFile System

Gleich drei professionelle Kamerarückteile, die auf Basis modernster Chip-technologie den Einstieg in die Digitalfotografie erleichtern, stellt Jobo mit den Modellen proFile 6000, proFile 6000s und proFile 4000 vor. Ob für Mode- oder Food-Fotografie oder Multi-shot für hochauflösende Stills – das proFile System bietet maximalen Spielraum und zahlreiche Adaptionen an vorhandene Kamerasysteme.



Jobo proScan 10500



Jobo proFile 6000s



Jobo imagePrinter

Jobo AutoLab

Das Flaggschiff unter den neuen Chip-Backs ist das proFile 6000 mit 6 Mio. Pixeln (2048 x 3072 = 12 MB) mit Multi-Shot-Modus 48 MB. Die proFile 6000s bietet die gleichen technischen Eigenschaften, ist aber ein reines SingleShot-

Rückteil und darum günstiger, kann jedoch nachträglich auf MultiShot aufgerüstet werden. Das günstigste Modell ist die proFile 4000 mit 4 Mio. Bildpunkten (2016 x 2016 Pixel = 12 MB) im SingleShot-Modus, im MultiShot-Modus 32 MB, aufrüstbar auf 6 Mio. Bildpunkte. Empfindlichkeit bei allen drei Modellen: ISO 25-200.

Filmrecorder der Spitzenklasse

Mit dem Jobo imagePrinter werden digitale Daten auf Film belichtet. Ein Dia geht als Farbreferenz zusammen mit der Datei zum Druck. „What you see is what you get“, oder das Dia als dauerhaftes Speichermedium in High-End Qualität – lichtecht. Durch Belichten auf Negativfilm werden die hohe Qualität und die günstigen Preise der hybriden Fototechnik genutzt und somit teure Digi-Prints vermieden.

Der Jobo imagePrinter bietet 2K, 4K oder 8K Auflösung, Positiv- oder Negativ-Filmausgabe von 35 mm bis 4 x 5" inkl. Filmmodul (35 mm oder 120er oder 4 x 5"), 36 Bit Farbtiefe, 12 Bit LUTs, MiniRip für Mac und PC zum Job-Management.

Das Fachlabor im Hause: Jobo AutoLabs

Schnell, bequem und platzsparend. Die Filmentwicklung: alle Prozesse in nur einem Gerät. Ergebniskontrolle und Bildbesprechung können vorgenommen werden, solange die Models und Requisiten noch im Studio sind und Food noch frisch ist. Sicherheit zu jeder Tages- und Nachtzeit, ohne Express- oder Overnightkosten. Alle gängigen Programme wie E-6, C-41, S/W sind vorprogrammiert und auf Knopfdruck abruf- oder veränderbar. Ebenso die Push- und Pull-Entwicklung. Für Filmformate von KB bis 50 x 60 cm. Brillante Ergebnisse werden durch professionelle Prozeß-Chemikalien von Jobo erzielt.

Automatisches Dosieren und Mischen von Flüssig-Konzentraten und -Regeneraten gelingt mit dem Jobo Automixer im Fotolabor. Er ist für das Mischen von zwei Bädern (Entwickler aus 3 Teilen und Bleichfixierbad aus 2 Teilen) für den RA-4 Prozeß optimiert. Der automatische Mischer übernimmt das manuelle Ansetzen von Chemikalien und versorgt alle Maschinen mit dem benötigten frischen Regenerat. Das gewährleistet Sicherheit und konstant hohe Chemikalienqualität. Es können Maschinen sämtlicher Fabrikate angeschlossen werden.

DIE ERFOLGSSTORY DER I-ZONE WIRD WEITERGEHEN

Wo die Kamera zu sehen ist,
wird sie verkauft!

Thomas Künne,
Channel Manager
Photo Retail, Polaroid

Thomas Künne, Channel Manager Photo Retail bei Polaroid, ist davon überzeugt, daß sich der gegenwärtige Aufwärtstrend des Offenbacher Unternehmens im weiteren Verlauf des Jahres 2000 fortsetzen wird. „Die Erfolgsstory der i-zone Kamera, die in den letzten Monaten des vergangenen Jahres mit überragenden Verkaufszahlen begonnen hat, wird in diesem Jahr ungebremst weitergehen“, sagt Künne voraus, „denn die Philosophie, die hinter dem Produkt steht, stimmt: i-zone ist in erster Linie ein Lebensgefühl und erst dann eine Kamera.“

Mit der i-zone Produktpalette, die in den nächsten Monaten mehr und mehr ausgebaut wird, hat der Fotohandel die große Chance, eine junge Zielgruppe ins Geschäft zu holen, die er sonst nur schwer oder gar nicht erreicht. Käufer, die sich derzeit eher für das Surfen im Internet und die Kommunikation per PrePaid-Handy interessieren als für Kameras. Fotohändler, die sich für den Verkauf der jungen Polaroid Produkte entscheiden, entscheiden sich gleichzeitig dafür, ihr in den Kreisen junger und jüngster Verbraucher als leicht

angestaubt geltendes Image aufzufrischen. Schließlich hat die kleine Polaroid Kamera unter jungen Leuten bereits den Ruf eines Kultproduktes.

„Aber“, so Künne, „erfolgreich verkaufen kann man das Lebensgefühl i-zone nur dann, wenn man es auch richtig präsentiert.“ Idealerweise sollte dazu das Schaufenster genutzt werden, das man aber nicht nur mit den Produkten bestücken dürfe. Künne: „Wer ein Lebensgefühl präsentieren will, sollte dieses auch zeigen. Wenn die i-zone einfach nur neben anderen Kameras steht, geht sie unter. Wenn aber in der Dekoration Anwendungsbeispiele gezeigt werden, Fotos von fröhlichen jungen Menschen, denen der Umgang mit der Kamera Vergnügen bereitet, dann springt sie der gewünschten Zielgruppe ins Auge.“ Daß diese Ansicht nicht nur Theorie ist, haben die Verkaufserfolge der vergangenen Wochen gezeigt. „Ein Resümee ließe sich mit einem Satz ziehen“, so Künne. „Dort, wo die i-zone zu sehen ist, wird sie auch verkauft.“

Zur Unterstützung des Abverkaufs gibt es verschiedene Boden- und Thekenaufsteller und Hängedisplays. Und auch der Vorverkauf wird in den kommenden Monaten nicht zu kurz kommen: Die TV-Werbepots für die i-zone laufen erneut im März und Juni; in April und Mai wird es zusätzlich TV-Werbung für die anderen Polaroid Fun Kameras geben, so daß sich der Werbekreislauf schließt. Erfreulicher Nebeneffekt des i-zone Booms: Die Sofortbildfotografie ist wieder ins Gespräch gekommen. Künne: „Die für den Handel bislang vollkommen ungewohnten Verkaufszahlen der kleinen i-zone haben den Absatz anderer Polaroid Produkte ebenfalls positiv



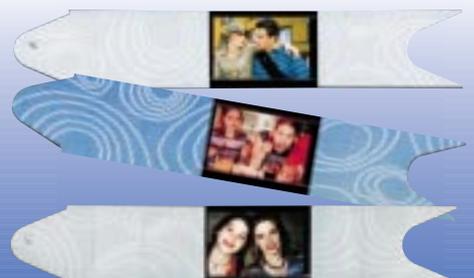
DIE POLAROID I-ZONE -
IN ERSTER LINIE
EIN LEBENSGEFÜHL.

beeinflusst. Zum Beispiel haben die Joycam und verschiedene Lizenzprodukte ebenso Zuwächse verzeichnet wie unsere 600er Linie für den Family- und beruflichen Bereich und die Spitzenmodelle der Image Linie.“

Dies resultiert wiederum in einem guten Filmfolgeschäft. So kamen schon wenige Wochen nach dem Weihnachtsgeschäft die ersten Kunden in den Fotohandel zurück, um sich „frisches Futter“ für ihre Kameras zu holen.



„Auch hier haben i-zone Filme unsere Erwartungen übertroffen“, betont Künne. „Wir gehen inzwischen davon aus, daß innerhalb der ersten Wochen nach dem Kauf einer i-zone mindestens ein bis zwei Filme zusätzlich gekauft werden. Und dieser Trend macht sich auch bei Filmfolgekäufen für die anderen Sofortbildkameras bemerkbar.“



eINE eMAIL, eMIL

Bislang war die Rechtsprechung gegen unverlangte E-Mail-Werbung gefestigt. Die Highscreen-Verschmutzung wurde nämlich einstimmig als unzulässig gewertet (stellvertretend: LG Berlin – Beschluß vom 14.5.1998 – 16 O 301/98). Nun kommt aus dem hohen Norden eine frische Brise auf: Das AG Kiel hat in diesen Fällen einen Unterlassungsanspruch verneint (Urteil vom 30.9.1999 – 110 C 243/99 – nicht rechtskräftig). Schauer mal, was aus der Berufung wird.

Domainator

Nun ist es geradezu schick gewesen, großen Firmen die Namen wegzuschnappen und sich unter „www.xyz.de“ die Internet-Domain selbst zu sichern. Die Namensinhaber mußten sich die geklauten Rechte oft für viel Geld zurückkaufen. Dagegen gibt es mittlerweile von der Rechtsprechung anerkannte Abwehr- und Unterlassungsansprüche. Nach Auffassung des OLG Karlsruhe gilt das nicht nur für die Top-Level-Domain mit „de“ am Ende. Auch eine fremde „com“-Domain unterliegt deutschem Recht und kann bei Namensverletzung angegriffen werden (Urteil vom 9.6.1999 – 6 U 62/99).

PreisWWW.ert

WWW.er Letztverbrauchern ge-WWW.erbs- oder geschäftsmäßig (...) WWW.aren oder Leistungen anbietet oder als Anbieter (...) unter Angabe von Preisen WWW.irbt, hat die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (...) zu zahlen sind (Endpreise, § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV). Das gilt auch für Preisangaben im WWW.Internet. Eine virtuelle Auszeichnung der WWW.aren mit Netto-Preisen ist daher unzulässig (LG Ellwangen – Urteil vom 27.8.1999 – 2 KfH O 5/99).

Domain-O-Spiel

Zahlt der Schuldner nicht freiwillig, darf der Gläubiger, der einen so genannten Titel hat (z. B. ein Urteil oder einen gerichtlichen Vergleich), die Zwangsvollstreckung einleiten. Diese Zwangsvollstreckung geht in das bewegliche oder unbewegliche Vermögen. Sie kann nach §§ 828 ff. ZPO aber auch in Forderungen und andere Vermögensrechte greifen. Das LG Essen meint, daß selbst Internet-Domains – vergleichbar einer Li-

Im Focus: Der lange Abschied. Wenn aus 1,95583 Mark ein Euro wird ...

Schade: Die Würfel sind gefallen. Der Euro kommt, die Mark verschwindet. Ihr Rückzug wird durch das „Gesetz über die Änderung währungsrechtlicher Vorschriften infolge der Einführung des Euro-Bargeldes“ vom 16. Dezember 1999 nun ein weiteres Stück vorangebracht.

Ex und hopp: Mark und Pfennig verlieren mit dem 31.12.2001 ihre Eigenschaft als gesetzliches Zahlungsmittel. Die Deutsche Bundesbank tauscht das anfallende Altmetall und -papier ab dem 1. Januar 2002 zum bereits festgelegten Umrechnungskurs in Euro-Münzen und Euro-Banknoten um. Für eine Mark gibt es dann 0,51 Euro. Also: alles nur noch halb so schlimm.

Vorsicht Falle: Damit keiner auf der Kohle sitzenbleibt, ist unbedingt Artikel 1 § 3 Drittes EuroEG zu beachten: „Die Deutsche Bundesbank ist nicht verpflichtet, auf Deutsche Mark oder Deutsche Pfennig lautende Bundesmünzen in gesetzliche Zahlungsmittel umzutauschen, wenn diese verfälscht, durchlöchert oder anders als durch den gewöhnlichen Umlauf im Gewicht verringert sind.“ Fälscherpech: Auch manipulierte Banknoten werden nicht gewechselt.

Brief und Siegel: Der Bund wird rechtzeitig (deutsche) Euro-Banknoten drucken und Euro-Münzen prägen. Stückelung und technische Merkmale des Hartgeldes sind in der EG-VO Nr. 975/98 vom 3. Mai 1998 vorgegeben. Zusätzlich kann der Bund als Sammlermünzen Gedenk- und Euro-Münzen in Sonderform prägen. Die deutschen Euro-Gedenkmünzen sind nach Maßgabe des 3. EuroEG sogar im Inland gesetzliches Zahlungsmittel. Der Finanzminister kann für Sammlermünzen einen über dem Nennwert liegenden Verkaufspreis festlegen.

Voll abgegriffen: Euro-Münzen und deutsche Euro-Gedenkmünzen, die infolge längerer Umläufe und Abnutzung erheblich an Gewicht oder Erkennbarkeit eingebüßt haben, werden von den Bundeskassen und der Deutschen Bundesbank angenommen. Von dort werden sie für Rechnung des Bundes eingezogen. Und überhaupt: Der Bund darf deutsche Euro-Münzen und -Gedenkmünzen auch außer Kurs setzen. Die Einlösungsfrist für das wertlos werdende Metall muß dabei mindestens sechs Monate betragen. Die Außerkurssetzung ist im Bundesgesetzblatt, im Bundesanzeiger und in überregionalen Tageszeitungen bekanntzumachen.

Wenn's klingelt: Für den Einzelhandel ist besonders Artikel 2 § 3 des 3. Euro-Einführungsgesetzes wichtig. Danach ist niemand verpflichtet, bei einer einzelnen Zahlung deutsche Euro-Gedenkmünzen im Betrag von mehr als 100 Euro anzunehmen. Soll eine einzelne Zahlung mit Euro-Münzen und deutschen Euro-Gedenkmünzen erfolgen, ist niemand verpflichtet, mehr als 50 Münzen anzunehmen. Das gilt auch, wenn der Gesamtbetrag 100 Euro unterschreitet. Ebenso wenig ist niemand verpflichtet, Euro-Münzen und deutsche Euro-Gedenkmünzen anzunehmen, die durchlöchert, im Gewicht verringert oder verfälscht sind.

Alte Freunde: Der Schutz vor ausgebeulten Hosen- und Gesäßtaschen hat übrigens eine alte Tradition. Schon nach § 266 BGB ist der Schuldner „zu Teilleistungen nicht berechtigt“. Damit kann man den Witzbold, der seine neue Canon mit Säckchen voller Markstücke bezahlen will, getrost zum Geldwechsler schicken. Im Gesetz über die Ausprägung von Scheidemünzen vom 8.7.1950 heißt es denn auch: „Niemand ist verpflichtet, auf Deutsche Mark lautende Münzen im Betrag von mehr als 20 Deutsche Mark und auf Pfennig lautende Münzen im Betrag von mehr als 5 Deutsche Mark in Zahlung zu nehmen.“ So sorgt der Staat bei seinen Bürgern wieder einmal für leichtere Portemonnaies und bekommt dieses Mal noch Beifall dafür.

zenz – pfändbare Rechte sind (Beschluß vom 22.9.1999 – 11 T 370/99). Diese Vollstreckungsart kommt vor allem nach einem gewonnenen Prozeß gegen einen Domain-Grabber in Betracht, wenn die Vollstreckung in das bewegliche Vermögen erfolglos geblieben ist.

Privatvergnügen

Märchen von Prinzessinnen mit Happy End und vielen Kindern sind Volksgut. Sie sind Stücke mittelalterlicher Beschaulichkeit, die heute nicht mehr zu reproduzieren sind. So verletzte das Foto einer Prinzessin mit ihren Kindern in der Illustrierten „Bunte“ beispielsweise die Grundrechte der Abgelichteten: „Soweit Kinder betroffen sind, muß der Bereich, in dem sie sich frei von öffentlicher Beobachtung fühlen und entfalten dürfen, umfassender geschützt sein als derjenige Erwachsener

(BVerfG – Urteil vom 15.12.1999 – 1 BvR 653/96).“

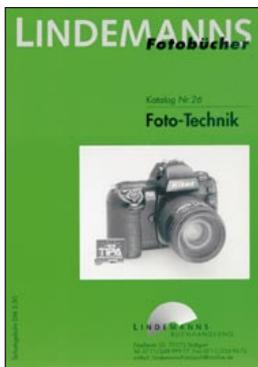
Nullrunde

Mit Einführung der Insolvenzordnung können nun auch Privatleute Bankrott anmelden. Ein Grund mehr, sich ausschließlich auf Bargeschäfte einzurichten. Hinzu kommt, daß es die Gerichte Schuldnern viel zu leicht machen. So meint z. B. das BayObLG in München, daß der Schuldner seiner Pflicht zur Vorlage eines Schuldenbereinigungsplans im Verbraucherinsolvenzverfahren auch dann genüge, wenn er seinen Gläubigern nur eine Null- oder Fast-Null-Lösung anbietet (Urteil vom 30.9.1999 – 4Z BR 4/99, ähnlich: OLG Köln – Beschluß vom 2.11.1999 – 2 W 137/99). Da kann der Handel ja gleich alles verschenken...

Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff

Neuer Literaturkatalog zur Fototechnik von Lindemanns

Der neue Katalog Nr. 26 von Lindemanns Buchhandlung stellt auf 104 Seiten mehr als 800 Bücher aus in- und ausländischen Verlagen zur Fototechnik vor. Übersichtlich in Rubriken gegliedert und mit ausführlichen Autoren-, Titel- und Stichwortregistern versehen, ist dieses umfangreiche Verzeichnis eine wichtige Hilfe bei der Literatursuche. Zu nahezu allen fotografischen Themen läßt sich hier die entsprechende Literatur finden – von einfachen Lehrbüchern über Profilliteratur bis zu Spezialthemen wie Diaschauen, Kamerageschichte und Stereofotografie.



Der Katalog kann für DM 5,00 in Briefmarken (für Schutzgebühr und Porto) angefordert werden bei: Lindemanns Buchhandlung, Nadlerstr. 10, 70173 Stuttgart.

Günther Kadlubek/Rudolf Hillebrand: Kadlubeks Objektiv-Katalog

Auf dem deutschen und internationalen Markt existieren zwar mehrere Nachschlagewerke und Preisführer für klassische Kameras, ein solches Werk für Wechselobjektive fehlt jedoch seit langem. Diese Lücke schließt jetzt der neu erschienene Objektiv-Katalog, den Günther Kadlubek und Rudolf Hillebrand zusammengestellt haben.

Auf 176 Seiten werden mehr als 6000 Objektiv-Kataloge aufgeführt, von denen über 600 abgebildet werden. Vertreten sind die Wechselobjektive aller namhaften Hersteller. Damit hat sowohl der Sammler von Objektiven klassischer Kameras als auch der Anwender aktueller Meßsucher-, Spiegelreflex- und Großformatkameras erstmals eine umfassende Übersicht über das Angebot historischer wie aktueller Objektive. Gleichzeitig gibt der Katalog erstmalig

auch einen Anhaltspunkt über die Sammlerpreise klassischer und Secondhand-Objektive, wobei auch die Marktpreise für die Objektive der derzeitigen



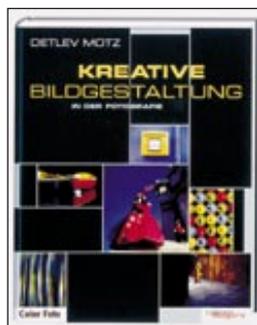
Produktion aufgeführt sind. Die Preise sind in DM, Euro, US Dollar und Pfund angegeben, so daß „Kadlubeks Objektiv-Katalog“ das einzige Nachschlagewerk dieser Art für den internationalen Markt ist.

Günther Kadlubek, Rudolf Hillebrand: Kadlubeks Objektiv-Katalog, Verlag Rudolf Hillebrand, Neuss, ISBN 3-89506-195-6, DM 49,-.

Detlev Motz:

Kreative Bildgestaltung in der Fotografie

Wer die Grundlagen und die entscheidenden Kriterien der Bildgestaltung beherrscht, gelangt schnell zu professionellen Ergebnissen und erhöht seine Chancen bei Fotowettbewerben. Der Fotograf und Autor Detlev Motz, der seit 19 Jahren als Bildredakteur bei der Zeitschrift Color Foto arbeitet und bereits mehrere Bücher zum Thema Fotografie und Bildgestaltung verfaßt hat, behandelt unter dem Buchtitel „Kreative Bildgestaltung“ alle Themen



und Motivbereiche, von Akt- und Porträtaufnahmen bis hin zu Reise- und Landschaftsfotografie. Dabei führt er in den Umgang mit Abstraktem ein und stellt in einem Portfolio herausragende Bildbeispiele vor. Zur eigenen Bildbewertung gibt es im Anhang einen Fra-

gebogen mit Bewertungskriterien. Vom Festlegen des Blickpunktes, über den Goldenen Schnitt, bis hin zu Trend-Techniken wie Cross-Processing und digitale Bildbearbeitung und natürlich auch zur richtigen Auswahl der Filme gibt die Fotoschule für Einsteiger und alle, die ihre Bilder noch besser gestalten möchten, wertvolle Tipps und Informationen.

Detlev Motz, Kreative Bildgestaltung in der Fotografie, Eine Fotoschule für alle Motivbereiche, 128 Seiten, 262 Farbfotos und 12 Tafeln, 19,5 x 24 cm, gebunden, Verlag Laterna magica, München 1999, ISBN 3-87467-742-7, DM 59,90.

Thomas Maschke:

Minolta Dynax 9

Mit der Dynax 9 stellte Minolta eine professionelle Kamera in einer ganz eigenen Klasse vor, die weniger auf technischen Schnickschnack als auf Robustheit und praxisgerechte Bedienbarkeit ausgerichtet wurde. Nichtsdestotrotz bietet sie eine technische



Ausstattung vom Feinsten, die es jedem Fotografen ermöglicht, in allen Situationen perfekt zu fotografieren.

Das Buch zur Kamera soll dabei als Leitfaden für einen optimierten Einsatz der Dynax 9 dienen. So findet der Leser hier Informationen u. a. zu folgenden Themen:

- Der motivspezifische Einsatz von Programm-, Blenden- und Zeitautomatik
- Meßmethoden (Wabenfeld, Integral, Spot) gezielt zur Stärkung der Bildausgabe einsetzen
- Blitzlichtfotografie – perfekte Ausleuchtung und drahtloser Blitzeinsatz
- Übersicht der Wechselobjektive mit Kaufberatung
- Nützliches und praktisches Zubehör.

Thomas Maschke, Minolta Dynax 9, 176 Seiten, 18 farbige und 121 schwarz-weiße Abbildungen, 10 Zeichnungen, Verlag Laterna magica, ISBN 3-87467-754-0, DM 29,80.



Wir sind weltweit einer der führenden Hersteller von Geräten und Systemen zur Bildverarbeitung. Unsere internationale Unternehmensgruppe mit Sitz in der Schweiz verzeichnete in den vergangenen Jahren ein starkes Wachstum. Die High-Tech-Filmentwicklungsmaschinen stehen in Groß- und Fachlabors, bei Schnellentwicklungsdiensten und in Fotofachgeschäften.

Unsere deutsche Service- und Vertriebsgesellschaft in Erkrath bei Düsseldorf verstärkt ihr zukunftsorientiertes Vertriebsteam und sucht eine/n

Area Sales Manager/in

im Außendienst.

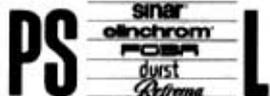
Ihre Aufgabe ist die technisch-vertriebliche Betreuung und Beratung unserer bestehenden Kunden sowie die Akquisition von Neukunden. Dabei agieren Sie von Ihrem Home-Office aus. Sie tragen die Verantwortung für die professionelle Umsetzung unserer verkaufsstrategischen Vorgaben.

Wir erwarten eine mehrjährige Erfahrung im Verkauf von hochwertigen, erklärungsbedürftigen technischen Investitionsgütern von der Angebotsbearbeitung bis zum Abschluß. Darüber hinaus ist eine selbständige und kundenorientierte Arbeitsweise ebenso erforderlich wie eine ausgeprägte Kommunikations- und Teamfähigkeit. Idealerweise sind Sie ein reisefreudiger technisch versierter Kaufmann oder vertriebslich ambitionierter Techniker. Unsere Konzernsprache ist Englisch.

Wir bieten Ihnen ein leistungsgerechtes Gehalt, einen Firmenwagen und die Sicherheit und beruflichen Perspektiven eines zukunftsorientierten internationalen Unternehmens.

Senden Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung an die Agentur **Severin & Partner, Invalidenstr. 112, 10115 Berlin, Tel. 030 / 28 30 45 11**, die wir mit der Weiterleitung der Unterlagen beauftragt haben. Weitere Infos über uns finden Sie unter www.gretagimaging.com.

PSL PHOTOSYSTEME



Außendienstmitarbeiter/in

digitale/analoge Phototechnik

Kommen Sie zu uns, und werden Sie mit dem Marktführer erfolgreich. Mit unserem neuen Durst Epsilon Fiberoptik Digital-Printer begeistern Sie unsere Kunden und tragen wesentlich zur Vergrößerung unseres Marktanteils bei. Sie haben die Chance, in einem engagierten Team zu arbeiten und wesentliche Aufgaben zu übernehmen. Dabei finden Sie nicht nur eine individuelle Entwicklungsmöglichkeit, sondern auch die Perspektive, finanziell an Ihren Erfolgen zu partizipieren.

Unsere anspruchsvollen Kunden erwarten von Ihnen Fachwissen in digitaler und analoger Phototechnik sowie Überzeugungsfähigkeit und ein sympathisches, verbindliches Auftreten. Die Komplexität der Anlagen erfordert Vertriebsprofis, die bereits im Investitionsgüterbereich erfolgreich waren und sich dabei mit Wirtschaftlichkeitsberechnungen, Finanzierungsfragen sowie mit der Inzahlungnahme von Geräten beschäftigen haben.

Sie suchen eine selbstständige Aufgabe, in der Sie mit einem hochinteressanten Produkt erfolgreich sein können? Wir haben ein attraktives Angebot für Sie. Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an:

PSL PHOTOSYSTEME GMBH • Kurt-Fischer-Str. 25 • 22926 Ahrensburg

Durst Epsilon Fiberoptik Digital-Printer

- unser neues Gerät, mit dem wir eine Antwort zur Ausbelichtung digitaler Bilddaten auf Photopapier haben. Speziell für jene Photobetriebe, für die unser Lambda Laserbelichter zu groß und zu leistungsstark ist. Damit setzen wir die Erfolge der Laser Imager Lambda 76 und 130 fort, mit denen Durst die Arbeit in den Fachlaboren revolutioniert und Lambda-Bilder zu einem weltweiten Qualitätssymbol gemacht hat.

Klick sucht!

Klick-Fotograf/in

Komplette Bewerbungen bitte schriftlich an:
WEBER AM MARKT GmbH & Co. KG
Postfach 100 644, 37656 Hötter

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: dpx.hh@dpv.org • www.dpv.org

Portraitfotograf/in

Erfolgreiches Portraitstudio in Hamburg, 1A Lage, sucht erfahrenen/ne Portraitfotografen/in, der/die selbstständiges Arbeiten gewohnt ist. Ihre schriftliche Bewerbung senden Sie bitte an:

Nina Muska,
Am Husarendenkmal 45,
22043 Hamburg

Personalanzeigen

Wir sind ein erfolgreiches, modernes, gut geführtes Fotounternehmen mit eigenen Digitallaboren in **sehr modernen Läden** in den besten Lagen von Erlangen und Fürth.

Zur Unterstützung unseres Erfolgsteams suchen wir zum nächstmöglichen Termin

- 1 Filialeiter/in** für Fürth
 - 2 Fotofachverkäufer** für Erlangen
- Wir erfreuen uns **regen Kundenzuspruchs** und sehen **sehr positiv in die Zukunft**.

Wenn Sie in einem erfolgsorientierten Unternehmen mitarbeiten möchten, so senden Sie bitte Ihre schriftliche Bewerbung an:

Herrn Klaus Dittmer persönlich c/o
der bilderfürst foto verkaufs gmbh nord
Rathausplatz 5 91052 Erlangen
Telefax 09131/21505 <http://www.bilderfuerst.de>
e.mail foto@bilderfuerst.de

bilderfürst

foto - video - digital - farbbilder in 1 stunde

Autorisierte
Vertragswerkstatt

Canon
Panasonic
Rollei
BAUER

BOSCH Gruppe

ZETT
Germany The Leica Camera Group

Kodak
Pioneer

PHILIPS

Metz

reflecta

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



Canon Service-Center Nürnberg-Feucht
FOTOREPARATUR HERBERT GEISSLER GMBH
Friedrich-Ebert-Straße 21 · 90537 Nürnberg-Feucht
Telefon 0 91 28/70 76-0 · Telefax 0 91 28/70 76 36

Kleinanzeigen • Angebote

Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox
Sony • Panasonic Camcorder

Nikon

Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell

KARL HENZ
HOPFAUER
KAMERA
SERVICE GmbH

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

GAF Vertragswerkstatt

**W
W**

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

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

Gute und preiswerte Color-Chroms

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-Farb-Druckträger, WPK	Auflagendruck
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

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

nass

GmbH & Co KG

foto · video · elektronik

Rollei Nizo BRAUN SONY
Filmgeräte Filmgeräte Blitzgeräte Camcorder

Nikon RICOH Leica

BAUER KINDERMANN JOB
BOSCH Gruppe

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

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

Kleinanzeigen • Angebote

Nikon ALBRECHT KAMERA SERVICE GmbH NIKON VERTRAGSWERKSTATT

Nikon Digital-Kameras und Diascanner

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

K Kamera Service GmbH

Tokina
European Servicecenter

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

Öffnungszeiten: Montag - Freitag von 9.00 - 16.45 Uhr

STADLER

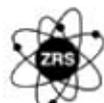
... wir reparieren für Sie

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

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

**PENTAX
KONICA
MINOX**

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 nifo 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 -



Camera Reparatur Service GmbH
Vogelsrather Weg 25
41366 Schwalmtal - Waldrieth

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

FILM- u. VIDEOSERVICE

FILMKOPIEN, TONSPUREN
VIDEOÜBERSPIELUNGEN
VIDEOKOPIEN - NORMWANDLUNG
VHS - SERIENKOPIEN

alle Formate
8,9,5,16 mm Filme
alle Systeme
enorm preisgünstig

CHRIS-Filmtechnik GmbH
Frühlingstr. 67, 85386 Eching/München, Tel. (089) 3194130

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

LICHT AN!

HALOGENLICHT, STUDIOBLITZE
vom Professional-Ausrüster.

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

NEU



Einzel
oder als Set im
Hartschalenkoffer.

Leises Kühlgeläse.
Umfangreiches Zubehör.
Metall-Konstruktion.



Informationen und Service:
Postfach 90 30 45, 51123 Köln
Tel. 0 22 03 / 1 62 62, Fax 1 35 67

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica



Rollei

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team
für Sucherkameras
und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS
TRACING GERMANY

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

WILHELM SCHÄFER kammerservice 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. 10.00-12.00 Uhr

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

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Gretag Hostert DDP 50/140 E6

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

Chiffre 103161300

Inserenten-Verzeichnis

Agfa	17	Kodak	21, 22, 23, 53
Bremaphot	7	Loersch	79
C.A.T.-Verlag	8, 50, 51, 57	Multimedia Home	45
Canon	88-90, 3. U., 4. U.	Noritsu	13
CeWe Color	9	Olympus	2. U.
dexxIT	67	Rollei	19
Duttenhofer	37	Samsung	71, 73
Epson	27	Techlab	77
Fachschule Kiel	47	VGP	25
Freutsmiedl	75	Kleinanzeigen	84-87
Goldammer	61		

Wir können Ihre Unternehmens-Nachfolge lösen!

Wir suchen für solvente Käufer in Groß- und Mittelstädten in der gesamten BRD.

Foto-Fachgeschäfte Foto-Filialunternehmen Foto-Franchisebetriebe

Wir sichern absolute Diskretion zu. Sperrvermerke werden verbindlich berücksichtigt.



Unternehmensberatung

Gärtnerstraße 10 • 90408 Nürnberg

Tel. 09 11/934840 • Fax: 09 11/346424

Fuji Pictostat 300

(3 Jahre alt, Top-Zustand, Neupreis 36.500,- DM) zu verkaufen.

Ausstattung:

- Grundgerät für Bild-vom-Bild und von Gegenständen bis 21x30cm (50-200%),
- Durchlichtaufsatz PF 300 für Kontaktstreifen bis 21x30cm (50-200%), dazu Negativ-Rahmen für 8 Fünferstreifen Kleinbild-Negativ bzw. Dia,
- Dia-Einheit SE 200 II zum Printen vom Negativ und Dia (200-999%), dazu Einsätze für 135, 4,5x6, 6x7, 6x9 und KB-Slide.

Voll editierbar in Farbe und Helligkeit, und das alles in 5 Min. Aufwärmzeit und 1 Min. Printvorgang!

Preisvorstellung VHB: 17.500,- DM Tel. 04841/2950 • Fax 04841/872429

Foto-Aktienkurse	18.02.1999	16.02.2000	niedrigster	höchster	18.02.1998
Kurs: 1 EUR = 1,95583 DM			Aktienkurs der letzten 12 Monate		
Agfa	EUR	19,7	17,5	22,35	DEM
Bayer	EUR	30,6	29,8	49,3	DEM
Canon	YEN	2.595	1.930	4.950	YEN
CeweColor	EUR	139,5	13,24	25	DEM
Du Pont	USD	52 1/2	49 1/2	75 3/16	USD
Eastman Kodak	USD	64 1/3	57 13/16	88 3/4	USD
Fujifilm	YEN	4.380	3.130	5.430	YEN
Gevaert	EUR	72	37,6	73,15	BFR
Gretag Imaging	CHF	400	1.350	378	CHF
ICI	GBP	545 1/2	413	949	GBP
Imation	USD	15 1/2	14,25	34 1/4	USD
Jenoptik	EUR	16,8	13,98	24,99	DEM
Kyocera	YEN	5.450	4.800	28.000	YEN
Leica	EUR	7,1	6,21	14,5	DEM
Lintec Computer	EUR	100	22,53	170	DEM
Minolta Camera	YEN	566	360	959	YEN
Olympus	YEN	1.268	1.035	1.986	YEN
Polaroid	USD	18 7/8	16 1/2	38 5/8	USD
Spectra	EUR	36,2	24,79	44,62	BFR
Union Carbide	USD	37 5/8	36 3/4	68 7/16	USD
Varta	EUR	142	9	14,26	DEM
Zeiss Ikon	EUR	92,1	92,1	105	DEM

Kurse lt. Angaben der Deutschen Bank AG, Filiale Ratingen

AZ-Video

Videoschnitt-Produktion-Videobedarf, Transfer von Super 8/Normal 8 Videofilme auf CD im MPG-Verfahren. Schnutenhausstr. 41, 45136 Essen Tel. 0201/267237, Fax 0201/256241 <http://www.az-video.purespace.de>

Fotourlaub auf Großsegelschiff

Juli und August: Holländische Inseln u. Kanalinseln, Dia-Entwicklung an Bord - Info: G. Görmel, 05121/63209, Fax: 63460

Ankauf - Verkauf gebrauchter Fotogeräte, Minilabs und Laborgeräte. Fotoservice Jungkunz

Tel. 089/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81, Mobil 01 71/2 68 83 30

Impressum: imaging+foto-contact



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

Mit Verlegerbeilage „Der Handel“

Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Postfach 12 29, 40832 Ratingen, Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 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-Berndorf; Anzeigen: Th. Blömer, DGPh. (verantwortlich); Ralf Gruna, Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 27.

Vertrieb: Karin Engemann. Als Fachzeitschrift für die deutsche Fotobranche erscheint imaging+foto-contact zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Jahresabonnement 71,50 DM, Auslandspreis 107,- DM. Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Manuskripte und Bilder wird keine Haftung übernommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

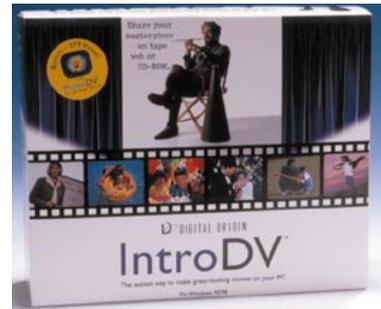
Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden. Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH.

SOFTWARE-NEUHEIT.

KINDERLEICHTER VIDEOSCHNITT MIT INTRO DV

PREMIERE HATTE AUF DER CEBIT DIE DEUTSCHE SOFTWARE INTRO DV, DIE AB SOFORT ÜBER CANON EURO-PHOTO VERTRIEBEN WIRD.

Auf der CeBIT präsentierte der Produktbereich Video neben den digitalen Camcordern auch die Videoschnitt Software des amerikanischen Herstellers Digital Origin. Neu im Programm ist die deutsche Software IntroDV, die neben MotoDV und PhotoDV ab sofort zum Lieferprogramm von Canon Euro-Photo gehört. Die Besucher konnten hautnah erleben, wie einfach es ist, eigene Filme zu bearbeiten und diverse Effekte einzubauen. Da IntroDV speziell für Benutzer entwickelt wurde, die zum ersten Mal mit



IntroDV

DM 599,-*

einem DV-Camcorder arbeiten, sind die Funktionen besonders einfach zu bedienen. Das Programm bietet eine Drag & Drop-Benutzeroberfläche sowie ein Format, mit dem Schritt für Schritt Filme erstellt werden können. Als Speichermedium bieten sich Band, CD-Rom oder das World Wide Web an.

(Mindestanforderungen sind u. a. 200 MHz Pentium-Computer, mind. 65 MB RAM, Microsoft Windows 95/98)



MV20i

DM 3.498,-*



Nur knapp geschlagen auf dem zweiten Platz endete das kleine Designgerät **MV20i** in der Kategorie „DV hochkant“ in der Gunst der „Video“-Leser. Mit dem verbesserten progressive Scan, dem optischen Bildstabilisator und dem digitalen Eingang für die Übertragung von Bilddaten zwischen Computer und Camcorder ohne Qualitätsverlust ist der MV20i ideal für fortgeschrittene Videofilmer.

LESERWAHL 2000

GLEICH DREIMAL SPITZENPLÄTZE FÜR CANON CAMCORDER BEI DER WAHL DER BESTEN PRODUKTE DES JAHRES, ZU DER DIE ZEITSCHRIFT „VIDEO“ IHRE LESER AUFGERUFEN HATTE. 30.500 MACHTEN MIT UND STIMMTEN IN INSGESAMT 27 KATEGORIEN AB.



XM1

DM 5.298,-*



37,7% machten den **XM1** in der Kategorie „DV 3-Chip“ zum Klassenbesten. Seine erstklassige Ausstattung mit dem ersten Fluoritobjektiv, 20fach Zoom und optischem Bildstabilisator überzeugen die semi-professionellen Filmer.



MV200

DM 1.998,-

28,5% kürten den **MV200** zum besten Camcorder der Einstiegsklasse. Seine Stärken, z. B. optischer Bildstabilisator und digitale Schnittfunktionen, begeistern nicht nur jeden Hobbyfilmer.



DER CANON POWER-WORKSHOP: MIT DIGITALEM KNOW-HOW IN DAS NÄCHSTE JAHRTAUSEND TEIL 3: DER NEUE BJC 8200 *PHOTO* AUF DEM PRÜFSTAND

Und ich taufe Dich auf den Namen *Photo*

Der neue BJC 8200 trägt den Zusatz „*Photo*“ nicht zufällig im Namen. Seine Spezialität sind Fotoprints in bestechender Qualität. Die herausragenden Druckergebnisse lassen sich mit bloßem Auge nicht mehr von herkömmlichen Abzügen unterscheiden – ideal für die „digitale Dunkelkammer“ zu Hause.

Ein Grund hierfür ist die hohe Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi, die durch paralleles Anordnen von zwei Düsenreihen mit nur einer einzigen Druckbewegung erzielt wird.



Tinte – ein edler Tropfen

Um die hohe Auflösung von 1.200 x 1.200 auch optimal nutzen zu können, hat Canon mit der Advanced MicroFine Droplet Technology™ ein besonderes Verfahren zur genauen Platzierung der Tintentropfen entwickelt. Denn nur wenn die Tropfen optimal auf das Papier gebracht werden, können mit einer hohen Auflösung auch professionelle Druckergebnisse erzielt werden. MicroFine Droplet erzeugt Tröpfchengrößen von nur 4 Picolitern (1 Picoliter = 1 Billionstel Liter). Diese präzise Platzierung der Tinte auf dem Druckmedium sorgt für homogene Farbverläufe, scharfe Kanten und feinste Details und somit für optimale Bildergebnisse.

Ein Drucker sieht Sterne



Im Gegensatz zu herkömmlichen Tintenstrahldruckern, die über runde Düsen im Druckkopf verfügen, sind die insgesamt 1536 Düsen des BJC 8200 *Photo* sternförmig ausgebildet. Dies sorgt für eine bessere Positionierung der Druckpunkte und für eine präzisere Form der Tintentropfen. Eine bessere Farbwiedergabe sowie homogene Flächen und Kanten sind die Folge.



Wirtschaftlichkeit beim Drucken



In Sachen Wirtschaftlichkeit setzt der BJC 8200 *Photo* dank Single Ink neue Maßstäbe: Alle sechs Tintentanks lassen sich einzeln austauschen und nachkaufen, wenn diese leer sind. Dadurch werden die Druckkosten auf ein Minimum gesenkt und die Umwelt geschont. Komfortabel: Das „Ink Out Detection System“ warnt automatisch, sobald der Vorrat in einem der Tintentanks zu Ende geht.



Nicht zu vergessen

Der BJC 8200 *Photo* ist beim Drucken extrem leise. Der Geräuschpegel liegt bei 37 dB. Mit der zusätzlichen USB-Schnittstelle läuft der Fotospezialist auch unter Apple Power- und iMac-Rechnern sowie unter Windows 98. Eine parallele Schnittstelle ist ebenfalls vorhanden. Wird der Druckkopf gegen den Scankopf ausgetauscht, ist der Drucker mit wenigen Handgriffen in einen 600 dpi Scanner umgerüstet. Übrigens: Ab März 2000 ist der BJC 8200 *Photo* für 899* DM erhältlich.

IN DER NÄCHSTEN AUSGABE

BESUCHEN WIR DIE NEUESTEN POWERSHOT KAMERAS IM INTERNET

IXUS NACHWUCHS.

DIE „KLEINE“ IST IMMER DABEI: IXUS Z50

- Vollautomatische APS Zentralverschußkamera mit Blitz und Motor
- Canon Objektiv 26–52 mm 1 : 4,2–6,7, 1 asphärische Linse
- Aktiver Autofokus, zentrales Meßfeld
- Real Time Auslöser, Blitzmoduspeicherung, Filmrückschneidfunktion
- Wahl der Anzahl der Abzüge
- Einblendemöglichkeit von Datum und Titel
- fünf Blitzprogramme
- Selbstausröser
- u. v. m.

IXUS Z50
DM 349,-



DAS NEUE MITGLIED DER IXUS-FAMILIE KANN SEINE HERKUNFT NICHT LEUGNEN. ES IST EINE ECHTE IXUS – KLEIN, LEICHT, HANDLICH, SCHÖN UND IMMER DABEI.

Die IXUS Z50 ist kaum größer als ihre Geschwister und durch ihr Kunststoffgehäuse extrem leicht. Ein vergrößerter heller Sucher und die auf der Rückseite der Kamera positionierten Funktionstasten ermöglichen die leichte Handhabung.

Scharfe Bilder und eine optimale Entfernung zum Objekt ermöglicht das Zweifach-Zoomobjektiv, das über einen Zoombereich von 26–52 mm (Kleinbild 32,5–65 mm) verfügt.

Von ihrer Herkunft, dem Design und ihren Leistungsmerkmalen erfüllt sie alle Voraussetzungen, dem IXUS-Kult neue Impulse zu geben.

CANON ROAD SHOW 2000

Vom 21. bis 29. März bietet Ihnen die Canon Road Show wieder die Möglichkeit, sich bei den Canon Experten als erstes über die aktuellen Neuheiten aus allen Segmenten der umfangreichen und vielseitigen Canon Produktpalette zu informieren. Eine der sechs Stationen der Canon Road Show wird bestimmt in Ihrer Nähe sein. Nutzen Sie die Chance, in entspannter Atmosphäre neues über Canon und Canon Produkte zu erfahren. Runden Sie Ihren Tag mit einem gemeinsamen Buffet und informativen Gesprächen ab. Dieser Branchentreff ist immer ein Gewinn – für Sie und Ihre Kunden. **Notieren Sie sich Ihren Termin.**

A-G-E-N-D-A

21.03.: DÜSSELDORF, SWISSOTEL

22.03.: HAMBURG, ELYSEE HOTEL

23.03.: BERLIN, STEIGENBERGER HOTEL

27.03.: MÜNCHEN, ARABELLA BOGENHAUSEN

28.03.: STUTTGART, COPTHORN INTERNATIONAL

29.03.: FRANKFURT, MARRIOTT HOTEL

EOS FÜR PROFIS.

DIE NEUE EOS-1V —

DIE ULTIMATIVE PROFI-SLR

MIT BEGINN DES NEUEN JAHRTAUSENDS STELLT CANON MIT STOLZ SEIN NEUESTES PRODUKT DER „1-ER“ BAUREIHE VOR, DIE EOS-1V. BIS INS LETZTE DETAIL AUF DEN PROFESSIONELLEN ANWENDER ABGESTIMMT, WIRD DIE EOS-1V MIT SICHERHEIT ZU EINEM NEUEN VERHÄLTNIS ZWISCHEN KAMERA UND FOTOGRAF FÜHREN.

**EOS-1V****DM 4.199,-***

Gehäuse

Abgebildet:
EOS-1V HS
(Gehäuse mit Booster PB-E2):
DM 4.799,-*

Vor 28 Jahren erschien die legendäre F-1, und mit jedem neuen Spitzenmodell mit einer „1“ in seiner Typenbezeichnung konnte Canon seinen Ruf für Zuverlässigkeit und technische Hochleistung weiter festigen.

Neue Materialien und modernste Technik standen Pate bei der Schaffung des stabilsten Kameragehäuses in der Geschichte des Canon EOS-Programms. Mit einem Gehäuse aus einer Magnesiumlegierung ist die EOS-1V sowohl leicht als auch extrem widerstandsfähig. Zum besseren Schutz vor Feuchtigkeit und Staub sind alle 72 Hauptkomponenten des Gehäuses mit Silikon Gummi abgedichtet.

Canon hat sein ganzes Know-how und technisches Können eingesetzt, um die EOS-1V noch schneller zu machen. So sind Bildfrequenzen von bis zu 10 B/s in One-Shot AF und bis zu 9 B/s in AI Servo AF z. B. die höchsten der Welt (mit Booster PB-E2 und Akku NP-E2).

Neben dem CMOS AF-Sensor mit 45 Meßfeldern übernimmt die EOS-1V das zuerst in der EOS 3 vorgestellte, auf den Flächen AF abgestimmte Belichtungs-Meßsystem über 21 Sektoren, dessen Leistung durch einen verbesserten Algorithmus weiter gesteigert wurde. Außerdem bietet die neue EOS-1V sowohl Individualfunktionen als auch neue persönlich einstellbare Funktionen.



Top Features der EOS-1V

- 45-Punkt-AF-System mit der Möglichkeit individueller Programmierung
- Bis zu 9 Bilder pro Sekunde im AI-Servo-Modus (mit Booster PB-E2 und Akku NP-E2)
- Bis zu 10 Bilder pro Sekunde im One-Shot-Modus (mit Booster PB-E2 und Akku NP-E2)
- Extrem robustes Gehäuse mit Front und Oberkappe aus Magnesium
- Durch umfangreiche Spezialabdichtungen verbesserter Wasser-, Feuchtigkeits- und Staubschutz
- Neu entwickelter Hochleistungsverschluß mit 150.000 Auslösungen
- Assist Button zur sofortigen Rückstellung auf Grundeinstellung des AF-Systems
- Fortschrittliches 21-Zonen-Belichtungs-Meßsystem
- Praktisch unverändertes Handling gegenüber EOS-1N und EOS 3
- Individuelle Programmierung der Kamera durch Personal- und Custom-Functions
- Einbelichtung von wählbarer Filmkennzeichnung und Numerierung auf Filmzunge
- Umfangreiche EOS Link Software mit zwei Varianten: Remote und Memory
- Hohe Kompatibilität mit bestehendem Zubehör
- Gewicht 945 Gramm (Gehäuse ohne Batterie)

MÄRZ 2000

Canon

NEXT:

TERMINE UND PREMIEREN VON CANON EURO-PHOTO/ERSCHEINT MONATLICH

NEUE EOS-1V:

DIE „1ER“-LEGENDE LEBT

KLEIN, LEICHT UND SCHÖN:

DIE NEUE IXUS Z50

AUF DIE LEICHTE ART:

VIDEOSCHNITT MIT INTRO DV

LESERWAHL 2000:

3 X SPITZENPLÄTZE FÜR CAMCORDER

CANON POWER-WORKSHOP:

DIGITAL IMAGING KNOW-HOW