

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Die neue Casio QV-3500EX



- Neue Features
- 3,3 Millionen Pixel
- 3fach Zoomobjektiv
- Mit 340 MB
IBM Microdrive



V.I.P

mit einem Klick den Überblick!

... das V-DIA Informations- und Planungssystem



Ihre Daten:

- Online Kundenverwaltung
- Sämtliche EK- und VK- Preise
- Aktionen mit Preisen und Umsatzdaten
- Alle Umsätze nach verschiedenen Kriterien sortiert

Ihre Kundendaten:

- Übersicht aller vorhandenen Kundennummern
- Sämtliche VK- Preise
- Anzeige aller Aufträge
- Auftragsuchmaschine

Allgemeines:

- Nachrichten an V-DIA
- Organisationsmittel bestellen
- Neuheiten

WENN SIE FRAGEN HABEN, RUFEN SIE UNS AN!

- | | | | |
|------------------|--------------------------|--------------------|-------------------------|
| V-DIA Heidelberg | • Dischingerstr. 8 | • 69123 Heidelberg | • Tel.: 06221/77 31 29 |
| Rhein-Main-Color | • Gräsiger Weg 7 | • 65719 Wallau | • Tel.: 06122/80 27 45 |
| ELB-Color | • Zschendorfer Straße 83 | • 01662 Meißen | • Tel.: 03521/75 99 10 |
| PrintPartner | • Langenscheidtstraße 7 | • 99867 Gotha | • Tel.: 03621/30 50 0 |
| Spree Color | • Nalepastraße 208 | • 12459 Berlin | • Tel.: 030/53 89 66 27 |



UNTERNEHMENSGRUPPE

FÜR UNS ZÄHLT IHR ERFOLG.



Zum Titelbild: Casios neue Digitalkamera QV-3500EX mit Bestshot-Funktion

Casio präsentiert mit dem neuen Digitalkamera-Modell QV-3500 EX das Nachfolgemodell der vielfach ausgezeichneten QV-3000 EX/Tr. Sie bietet durch eine Vielzahl neuer Features wie Bestshot, deutschsprachige Menüführung und TIFF-Format noch mehr Bedienkomfort und durch einen



Objektivadapter die Einsatz-Möglichkeit von Filtern und Konvertern. Der neu zum Marketingleiter der MIP- (Mobile Information Products) Division bei Casio berufene Michael Langbehn (Bild links) stellte bei seinem Besuch der imaging+foto-contact-Redaktion das neue Flaggschiff vor. Die elegant in mattschwarz gestylte 3,34-Megapixel-digitalkamera ist mit der Funktion Bestshot ausgestattet, die mit nur einem Tastendruck eine Vielzahl von voreingestellten Programmautomatiken zur Verfügung stellt. **Seite 46**

Rekordbeteiligung an der PMA 2001 in Orlando/Florida



Mit über 800 Ausstellern auf einer Fläche von fast 75.000 qm war die PMA 2001 die größte aller Zeiten. Auch die Zahl der Besucher soll nach inoffiziellen Aussagen der Rekordmarke des vergangenen Jahres

nahegekommen sein. Die Zahl der echten Neuheiten war eher gering. Nach der digitalen Innovationsflut der jüngsten Zeit scheint sich die Branche eine Atempause zu gönnen, um aus der großen Zahl von Produkten und Konzepten die tragfähigen Elemente für die Zukunft herauszufinden. **Seite 8**



profi-contact

67-72

Editorial
Seite 2

Termine,
Impressum
Seite 3

Bärenstarkes
aus Eisenach:
Marathon der
Fotografen
Seite 4

Literatur: Das
Lied von der Erde
Seite 6



imaging+foto-contact-Interview

Kieser steht nicht nur in Europa für hohe Kompetenz bei Verpackungsmitteln für das Fotofinishing. Bei seinem ersten Auftritt als Aussteller auf der PMA präsentierte sich Kieser als Mitglied der PMG Group (Packaging Manufacturers Group), um im Verbund mit drei weiteren Verpackungsspezialisten Komplettlösungen für das Fotofinishing anzubieten. Wir haben mit Gerhard Kieser über die Marktposition und die Perspektiven des Unternehmens gesprochen. **Seite 26**



Pleiten, Pech und Pannen

Die Branche steht mächtig unter Druck: In den ersten Wochen des neuen Jahres stellten mit der Brinkmann Gruppe und der R. P. Beratungs- und Beteiligungsgesellschaft (zu der allkauf, Nina's Bildmarkt und Foto Sommer gehören) den Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens. Und die belgische Spector Gruppe stellte ihr finanzielles Engagement für Photo Porst ein. **Seite 36**

Japan Photo geht seinen eigenen Weg

Wenn eine Kette von Fotofachgeschäften am digitalen Boom überproportional teilnimmt, gleichzeitig aber in einem um zwölf Prozent sinkenden Spiegelreflexmarkt 30 Prozent zulegt, kommt das nicht von alleine. Ein Blick hinter die Kulissen von Japan Photo, der führenden Fachhandelskette für Foto- und Imagingprodukte und Dienstleistungen in Norwegen und Dänemark, zeigt, wie man mit durchdachten Konzepten im Wettbewerb Erfolg haben kann. Nicht nur der Name, sondern auch die Geschichte von Japan Photo ist ungewöhnlich. Nach dem Start in Dänemark im Jahre 1985 mußten Unternehmensgründer Ib Nørholm und sein Partner René Jensen einige harte Jahre überwinden, in denen das Schicksal des jungen Handelsunternehmens auf des Messers Schneide stand. **Seite 30**



Zum Titelbild

Die neue Casio Digitalkamera QV-3500EX **46**

Editorial

PixelNet übernimmt Porst..... **5**

Wirtschaftspolitischer Kommentar

Schröder in der „Zwickel-Mühle“ **34**

Internationale Messen

Photo Marketing Association (PMA) 2001:
Suche nach der Zukunft..... **8**

Agfa auf der PMA: E-Business im Focus **20**

Kodak auf der PMA: Akzente in Deutschland **22**

Agfa auf der CeBIT: Neue Produkte
für die digitale Erlebnis-Welt **24**

Kieser mit der PMG auf der PMA:
Mehr als nur Bildertüten **26**

PMA-Neuheiten von Canon **54**

Industrie

Braun macht weiter **58**

Handel

Japan Photo setzt Erfolg in
Dänemark und Norwegen fort **30**

Pleiten, Pech und Pannen:
Die Branche unter Druck **36**

H. D. Lehmann: Vorfrühling **64**

Nachrichten

6, 35, 61, 63

Multimedia-Tool: Ricoh RDC-i700

Ricoh hat mit dem Modell RDC-i700 eine Digitalkamera vorgestellt, deren multimediale Fähigkeiten weit über die reine Bildaufnahme hinausgehen. Neben der Bildaufnahme unterstützt sie mit verschiedenen Features die Internet-Kommunikation und liefert zahlreiche Funktionen für das Datenmanagement. Als Begleitung auf Geschäftsreisen unterstützt sie den Anwender bei der Optimierung und Beschleunigung von Arbeitsprozessen. **Seite 48**



Die Camedia Damen

Mit zwei Veranstaltungen zum Thema „Digitale Portraitfotografie“ setzte Olympus im Januar die Serie Workshops im Rahmen des „SPOT“-Händlerprogramms fort. Daniela und Nicole Urbschat, zwei der profiliertesten Vertreterinnen der Portraitfotografie in Deutschland, berichteten über ihre Erfahrungen mit der Olympus Camedia E-10. Neben den Urbschat-Schwestern war die innovative Digitalkamera Camedia E-10 der Star der Veranstaltungen. Denn das Leistungsprofil dieses digitalen Spiegelreflex-Kamerasystems wird professionellen Anforderungen gerecht. **Seite 40**



imaging+foto-contact-Interview

Gerhard Kieser, Geschäftsführer der Kieser Unternehmensgruppe: Mehr als nur Bildertüten ... **26**

profi-contact

Offizielles Organ
deutscher Berufsfotografen-Verbände **67-72**

Digital Imaging

Die Camedia Damen **40**

Neuheiten Digital Imaging **43, 45, 51**

Nikons neue SLR-Digitalkameras für Profis **44**

Die neue Casio Digitalkamera QV-3500EX **46**

Multimedia-Tool: Ricoh RDC-i700 **48**

Fujifilm Digitalkameras im Porsche Design **52**

Video

U. Vielmuth: DVD will die Videokassette ablösen .. **62**

Neuheiten

Erno bringt Holzrahmen in Großformaten **60**

Rechtstips

66

Fotoliteratur

74

Leserbrief

75

Klein- und Personalanzeigen

76

Inserenten-Verzeichnis

79

Impressum

79

Ist Matthias Sawatzky der „Weiße Ritter“?

PixelNet übernimmt Porst

Unmittelbar vor Andruck dieser *imaging+foto-contact* Ausgabe mußten wir das eigentlich geplante Editorial verschieben: Der Grund dafür war die Nachricht, daß die PixelNet AG für den symbolischen Kaufpreis von einer DM Photo Porst von der Spector Foto-gruppe übernimmt.

Das ist der vorläufige Höhepunkt einer dramatischen Entwicklung, bei der sich in den letzten Wochen in dem Schwabacher Traditionsunternehmen die Ereignisse überschlagen haben.

Wie berichtet, deutete bereits die Entlassung des Vorstandsvorsitzenden Werner Fuchs am 15. Januar darauf hin, daß sich die Mitte letzten Jahres bekundeten Hoffnungen auf eine Wende zum Guten bei Photo Porst nicht erfüllt hatten. Am 6. Februar wurde dann klar, daß die Schwabacher Schieflage sogar die Muttergesellschaft Spector in den Abgrund zu reißen drohte. Die belgische Foto-gruppe, die nicht nur mit ihrem Engagement bei Porst, sondern durch offensichtlich zu schnelle Expansion und insbesondere das Engagement bei der französischen Großlaborkette Racine einige Schrammen aufweist, gab bekannt, für weitere Investitionen in Photo Porst nicht mehr zur Verfügung zu stehen, „um die Existenz der gesamten Gruppe nicht zu gefährden“. Zwar gab das Porst Management am Tag darauf eine Erklärung heraus, die Kreditlinien seien gesichert, das Restrukturierungsprogramm zeige Erfolge und es gehe in Schwabach weiter. Aber nicht nur Experten wußten: Das Schicksal des größten deutschen



Matthias Sawatzky

Fotohandelsunternehmen stand auf Messers Schneide. Gespannt blickte die Branche nach Schwabach und rätselte, ob in letzter Sekunde noch ein „Weißer Ritter“ auftauchen würde.

Zwei Wochen später war er da! Wie dramatisch sich die Situation bei Porst darstellt, geht aus der Spector Pressemitteilung hervor, mit dem Verkauf des Franchising-Unternehmens an die PixelNet AG habe die Liquidation des Schwabacher Traditionshauses verhindert werden können.

Die Vereinbarung sieht vor, daß die Bindung von Photo Porst an die Spector Labors in Deutschland erhalten bleibt. Damit sichert der belgische Fotokonzern zumindest vorläufig das Kerngeschäft seiner deutschen Betrie-

be. Spector behält auch das Recht, die Namen Porst und Edixa außerhalb von Deutschland weiter zu verwenden. Das ist besonders für die Aktivitäten des Konzerns in Ungarn von Bedeutung, wo die ehemalige Porst- und heutige Spector-Tochter Föfoto mit diesen Marken operiert.

Was versprechen sich die PixelNet AG und ihr Chef, Matthias Sawatzky, von der Transaktion? Immerhin hatte das Unternehmen bei seinem Börsengang immer wieder betont, seine Stärke bestehe in einem reinen Online-Konzept, bei dem es nicht notwendig sei, auf Einzelhandelsinteressen Rücksicht zu nehmen. „Den Weg zum Fotoladen können Sie sich jetzt sparen“, war eine der ersten Pressemitteilungen, die Online-Bilddienstleistungen von PixelNet überschrieben. Bedeutet die Übernahme von Photo Porst eine Wende in dieser Strategie?

Das grundsätzliche Online-Konzept von PixelNet werde sich nicht verändern, betonte Matthias Sawatzky in einem Gespräch mit *imaging+foto-contact*. Die Übernahme von Photo Porst mit seinen insgesamt 2000 Vertriebsstellen biete zusätzlich die Möglichkeit für ein flächendeckendes Angebot von Annahmestellen für den Scanservice des Unternehmens. „Natürlich sollte man niemals ausschließen, von den Reaktionen des Marktes auch zu lernen“, räumte Sawatzky ein. „Wir wollen ja möglichst viele analoge Bilder in digitale verwandeln, um sie für neue Dienstleistungen verfügbar zu machen.“ Dies werde jetzt komfortabler für die Kunden. Zudem erwartet PixelNet durch die Porst Übernahme eine Verbesserung der Position bei der Verbindung von Bildkommunikation und Mobilfunk. Bilder, so Sawatzky, seien der wichtigste Inhalt für die neuen Breitbandnetze wie UMTS. Mit den Ladengeschäften von Porst ergebe sich für PixelNet eine bessere Markt-

durchdringung, um die Verbraucher mit den neuen Möglichkeiten vertraut zu machen.

Natürlich kostet das Engagement bei Photo Porst die PixelNet AG mehr als eine Mark. Im vergangenen Jahr, so erklärte Sawatzky, sei bei Photo Porst ein operativer Verlust von sieben Millionen DM entstanden. Zusätzlich sei die Bilanz um weitere 20 Millionen DM aus Restrukturierungsaufwendungen und einem negativen Finanzergebnis belastet. Diese 20 Millionen DM müsse die PixelNet AG durch frisches Kapital ausgleichen. Die Verluste aus den Vorjahren habe Spector bereits übernommen. Bei einem Stammkapital von 75 Millionen DM habe die Photo

Porst AG, so Sawatzky, „genug Luft zum Leben.“

Weitere Veränderungen im Vorstand von Photo Porst soll es zunächst nicht geben. „Ich habe volles Vertrauen in das gegenwärtige Management“, betonte Sawatzky. „In Schwabach liegen gute Konzepte auf dem Tisch, mit denen die Lebensfähigkeit von Photo Porst in Zukunft gesichert werden kann.“ Mit einem Bekanntheitsgrad von 74 Prozent bei der deutschen Bevölkerung und einem Anteil am deutschen Bildermarkt von neun Prozent gehört Photo Porst immer noch zu den größten Anbietern im Foto-markt. Es wäre darum im Interesse der gesamten Branche, wenn Matthias

Sawatzky mit seinen optimistischen Prognosen Recht hätte. Die Antwort wird der Markt geben.

Der augenblickliche Preiskrieg im Bildergeschäft, wo offensichtlich der Verdrängungs- vom Vernichtungswettbewerb abgelöst wird, wird das Jahr 2001 für die PixelNet AG sicher nicht einfacher machen. Neue Konzepte zur Wertschöpfung müssen ja nicht nur ausgedacht, sondern vor allem durchgesetzt werden. Dazu gehört Vernunft bei allen Beteiligten – oder, um mit Matthias Sawatzky zu reden: „New Economy heißt ja nicht, daß man nicht mehr wirtschaftlich denken darf.“ Dem ist eigentlich nichts hinzuzufügen. Th. Blömer

i+fc Nachrichten

Kodak setzt auf Allianzen

Ein ganzes Bündel von Firmenübernahmen und strategischen Allianzen hat die Eastman Kodak Company in den vergangenen Wochen bekanntgegeben. Am 9. Februar übernahm Kodak Professional das amerikanische Unternehmen Hicks Equipment, das besonders durch die Entwicklung von Systemen für digitale Arbeitsabläufe für Fach- und Portrait-Labors bekannt geworden ist. Bereits am 19. Januar hatte Kodak mit der amerikanischen Bremson Inc. einen Spezialisten für integrierte digitale Bildmanagement-Lösungen erworben. Am 11. Februar gab die Eastman Kodak Company die Akquisition der Firma Pakon aus Minneapolis/Minnesota bekannt. Das ursprünglich im Dia-Archivierungsbereich beheimatete Unternehmen hat in den vergangenen Jahren eine Reihe von Patenten im Bereich Hochgeschwindigkeits-Scanning und Bildarchivierung angemeldet. Zur Produktpalette gehört beispielsweise ein Negativ-Archivierungssystem mit aufgedruckten Indexbildern.

Am 13. Februar setzte Kodak die Serie von Kooperationen durch ein Abkommen mit Olympus fort, in dem beide Unternehmen den Austausch von Lizenzen für Technologien rund um die Digitalfotografie vereinbart haben.

Dabei soll es neben Technologien für Digitalkameras auch um Systeme für die Archivierung und das Printen digitaler Bilder gehen. Besonders erwähnt werden in diesem Zusammenhang Kodaks Internet-Aktivitäten, darunter der Print@Kodak-Service und Kodak PhotoNet Online.

Am 21. Februar schließlich gaben Kodak und der deutsche Hersteller Siemens eine Allianz im Bereich Fotografie und Mobilfunk bekannt. Die beiden Partner wollen innovative, schlüsselfertige Lösungen für Bilddienstleistungen in GSM-, GPRS- und UMTS-Netzen anbieten. Mit Hilfe web-basierter Dienste, wie dem Internet Bilderalbum „Kodak PhotoNet Online“, soll Mobilfunknutzern künftig eine Auswahl innovativer mobiler Imaging-Dienste angeboten werden. So können in Zukunft Bilder aus dem Online-Album auf Mobiltelefonen betrachtet und von diesen aus weiterversandt werden – zum Beispiel an Freunde oder an ein Fotogeschäft bzw. Labor zum Printen. Um diese Systeme realistisch testen zu können, wollen Kodak und Siemens eine „Wireless-Imaging-Network-Applikation“ (WINA) entwickeln. Auf dieser Basis sollen echte mobile Dienste wie Nutzerlokalisierung, Nutzeridentifizierung und mobile Online-Bezahlung möglich werden. Dies beinhaltet auch den Zugang zur Print-@Kodak-Plattform, bei der man Fotoabzüge und andere Waren bestellen kann.

Die gemeinsame Entwicklung soll ein ganzes Spektrum von Kodak-Kameras und kompatiblen Siemens Mobilfunkgeräten hervorbringen, die Bilder direkt untereinander und über Mobilfunkdiensten austauschen können.

Kingfisher: Sorge um Pro-Markt

Der britische Einzelhandelskonzern Kingfisher ist mit seinem Engagement bei den deutschen Makro- und Pro-Märkten unzufrieden. Das Unternehmen hatte 1998 für mehr als 200 Millionen DM die insgesamt 64 Fachmärkte von den Gründern Michael und Matthias Wegert übernommen. Wie das Düsseldorfer Handelsblatt berichtet, sollen allein bis August vergangenen Jahres in diesem Bereich Verluste von mehr als 42 Millionen DM aufgelaufen sein.

Obwohl Kingfisher sich auf das Betreiben von Bau- und Elektro-Fachmärkten konzentrieren will, wird ein Verkauf der Makro- und Pro-Märkte in Deutschland nicht mehr ausgeschlossen. Über mögliche Interessenten gibt es noch keine Informationen.

Im Rahmen der Umstrukturierung will sich Kingfisher offensichtlich auch von der Drogeriemarktkette Superdrug trennen. Bei Spekulationen über mögliche Käufer wird immer wieder auch die deutsche Drogeriemarktkette Schlecker genannt.

OLYMPUS

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

Mit Profis arbeiten

CAMERA E-10

Der sensationelle Durchbruch!

- 4 Mio. Pixel CCD
- 4fach Zoom
- Aluminiumgehäuse
- umfangreiches Systemzubehör



CAMERA C-2100 Ultra Zoom

Zehnmal näher am Puls des Lebens

- 2,1 Mio. Pixel CCD
- 10fach Ultra Zoom
- optischer Bildstabilisator

CeBIT

HANNOVER
22. - 28. 3. 2001

Halle 1, Stand 4d2

CAMERA P-400

Top Fotoprints in kürzester Zeit

- Thermosublimationsdrucker
- Mehrfachdruck in A4 und A5
- Zwei Speicherkartenslots
- Druckgeschwindigkeit 90 Sek.



Service-Partner:

Bremaphot

Bremaphot Biedebach & Co. (GmbH & Co.) Photo-Großhandel

28087 Bremen • Postfach 11 07 51 • ☎ (04 21) 46 89 89 • Fax (04 21) 4 68 98 33 • E-Mail: bremaphot@t-online.de

... mit einem Verkaufsbüro auch in Ihrer Nähe!



Rekordbeteil in Orlando/



Ihr 50jähriges Jubiläum feierte die PMA Sektion Professional School Photographers Association in Orlando. Die Teilnehmer des unmittelbar vor der PMA stattfindenden Schulfotografen-Kongresses versammelten sich zur Feier des Anlasses zu einem Gruppenfoto.

Mit über 800 Ausstellern auf einer Fläche von fast 75.000 qm war die PMA 2001 die größte aller Zeiten. Auch die Zahl der Besucher soll nach inoffiziellen Aussagen der Rekordmarke des vergangenen Jahres nahegekommen sein.

Die Zahl der echten Neuheiten war eher gering. Nach der digitalen Innovationsflut der jüngsten Zeit scheint sich die Branche eine Atempause zu gönnen, um aus der großen Zahl von Produkten und Konzepten die tragfähigen Elemente für die Zukunft herauszufinden. Insofern war es hilfreich, daß die Veranstalter der größten PMA Messe aller Zeiten auch das größte Vortragsprogramm der Geschichte an die Seite gestellt hatten. In den mehr als 200 Vortrags- und Seminarveranstaltungen fanden nicht weniger als 450 Referenten und Referentinnen ihr (mehr oder weniger zahlreiches) Publikum. Dabei kamen die neuesten technologischen Entwicklungen ebenso zur Sprache wie Marketingkonzepte, Verkaufsstrategien und Umweltprobleme. Wer früh genug aufstand, um dieses Angebot zu nutzen (die ersten Vorträge begannen wie immer bereits um 7.00 Uhr früh), konnte zahlreiche

gute Ideen mit nach Hause nehmen und von den Erfahrungen anderer profitieren.

Trockene Trends

Auch wenn die gute alte Fotochemie noch lange nicht wegzudenken ist, setz-

te sich der Trend zu trockenen Verfahren auf der PMA fort. Das fängt bei der Filmentwicklung an. Applied Science Fiction und Digital Now!, beide schon auf der photokina mit entsprechenden Systemen präsent, gaben weitere Einzelheiten zu ihren Produkten bzw. Kon-

Suche nach der



*Mit dem Auftritt von Agfa-Gevaert als Anbieter kompletter Systeme zufrieden:
Vorstandsvorsitzender
Dr. Klaus Seeger*

igung an der PMA 2001 Florida

zepten bekannt. Beim System von Applied Science Fiction wird der belichtete Film mit einer speziellen Chemikalie besprüht und anschließend in einer Auflösung von 2000 x 3000 Pixeln mit einer Farbtiefe von 12 Bit pro Farbe gescannt. Dabei entstehen Bilddateien mit einer Größe von 21,6 Megabyte, die unkomprimiert auf einer CD abgespeichert werden. Diese dient dann als „digitales Negativ“, da die originalen Negative beim Entwicklungsprozeß zerstört werden. Der Scanvorgang erfolgt mit einer Geschwindigkeit von sieben Sekunden pro Bild. Bei der elektroni-



Die KölnMesse zu Besuch am Kodak PMA-Stand: Geschäftsführer Dieter Werkhausen (2. v. r.) begrüßte (v. l.) KölnMesse Geschäftsführer Bernd Aufderheide, Hauptgeschäftsführer Jochen Witt und James M. Gallery Jr., Manager Worldwide Marketing Communications, Consumer Imaging Division, Eastman Kodak Company.

Zukunft



Sony stellte auf der PMA eine digitale Printstation für schnelle Bild-dienstleistungen im Fotohandel vor.

schon Herstellung der Farben kann Applied Science Fiction auf profundes Software-Know-how verweisen. Das Unternehmen verfügt mit Digital ICE über ein bewährtes System zur automatischen Beseitigung von Staub und Kratzern auf digitalem Wege, das in Minilabs und Scannern führender Fabrikate eingesetzt wird. Zum Pro-



gramm gehört mit Digital ROC auch eine Software zur Wiederherstellung der Farben von verblichene[n] Fotos.

Das Unternehmen demonstrierte in Orlando den Prototypen eines Bilderkiosks, bei dem nach sechs Minuten ein kompletter Satz von Prints (aus dem Inkjetdrucker) und die fertige CD vorliegt. Die ersten Testinstallationen sollen noch in diesem Jahr erfolgen. Bereits auf der kommenden PMA will Applied Science Fiction ein verkaufsfähiges Produkt präsentieren.

Digital Now!, ein Anbieter von Systemen zur Digitalisierung analoger Bilder und ihrer Bereitstellung im Internet, hat sein erstmals auf der photokina angekündigtes Verfahren für die trockene Filmentwicklung ebenfalls weiterentwickelt. Dabei nutzt das Unternehmen seine schnelle Scantechnologie in Verbindung mit einer von dem Schweizer Photofinishing-Experten Dr. Walter Grossmann



Für Klassikfreunde: die neue manuelle SLR Nikon FM3A

entwickelten Entwicklerpaste. Innerhalb von zwei Minuten ist ein Film entwickelt und gescannt, so daß die Daten dann für digitale Prints, die Weiterleitung im Netzwerk oder die Abspeicherung auf Datenträgern zur Verfügung stehen. Da der Entwicklungsprozeß nach dem Trocknen der Paste abgebrochen wird, bleiben die Negative erhalten, sofern sie trocken gelagert werden. Da nach der Entwicklung durch die Paste das Silber zu 100 Prozent auf dem



Karl-Heinz Mähde (r.), Verkaufsleiter Professional Imaging bei Kodak, der Ende Februar in den Ruhestand trat, und imaging+foto-contact Verleger H. J. Blömer.

Film bleibt, sind die Negative, sofern sie nicht auf herkömmliche Weise nachbearbeitet werden, deutlich kontrastärmer als bei normal entwickelten Filmen. Digital Now! hat darum die Lichtquelle seines Scanners durch den Einsatz leuchtstarker LED verbessert und setzt zudem eine spezielle Software zur Farbkorrektur ein.

Bei Digital Now! werden die Negative in 4base-Auflösung von 1536 x 1024 Pixeln gescannt.

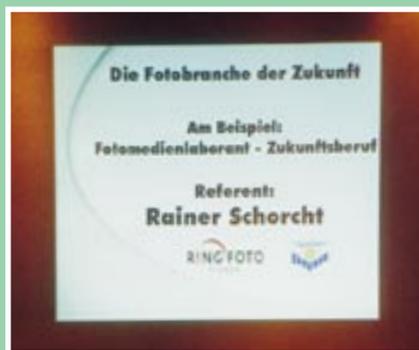
Wann kommen Inkjet-Minilabs?

Die trockenen Filmentwicklungsverfahren werden besondere Vorteile bieten, wenn sie zum Beispiel im Verbund mit digitalen Inkjet-Minilabs einen vollständig trockenen Weg vom Film zum Bild gewährleisten können. Phogenix, das Joint-venture von Eastman Kodak und Hewlett-Packard, konnte auf der PMA noch keinen entscheidenden Durch-



Am Stand von Digital Now! präsentierten (v. l.) Dr. Walter Grossmann, Vizepräsidentin Judy Mezzullo, Präsident Steve Giordano und Frank Grossmann das neue trockene Verfahren zur Filmentwicklung.

bruch melden. Die Verantwortlichen erwarten allerdings erste Testinstallationen noch in diesem Jahr und ein verkaufsfähiges Produkt auf der nächsten



Bei den mehr als 200 Vortragsveranstaltungen traten auch Vertreter der deutschen Fotobranche auf. Rainer Schorch (Foto Schorch, Gütersloh), der in seinem Amt als Sprecher der deutschen PMA Mitglieder bestätigt wurde, sprach über das Berufsbild des Fotomedienlaboranten. Dr. Gerhard Loos (Foto Quelle) präsentierte das Thema „Digital Imaging – wo stehen wir heute?“, und Markus Degrien (Silverlab Software GmbH) beschäftigte sich mit der Frage „Woher kommen die digitalen Bildaufträge der Zukunft?“. Vor großem Publikum sprach CeWe Color Vorstandsmitglied Wulf D. Schmidt-Sacht über die Zukunft des Großfinishing im Digitalzeitalter.

PMA. Ob dieser Zeitplan rein zufällig dem von Applied Science Fiction gleicht, sei dahingestellt.

Gretag zeigte auf der PMA erneut das in Zusammenarbeit mit Epson entwickelte digitale Inkjet-Minilab PhotoHub 201, das in der zweiten Hälfte dieses Jahres verfügbar sein soll. Es bietet eine Kapazität von etwa 150 Bildern im Format 10 x 15 pro Stunde und ist auch zur Herstellung von Vergrößerungen bis zum A4-Format geeignet.

Großlabor-bilder ohne Fotochemie

Auch die auf der photokina erstmals angekündigten Verfahren aus dem Digitaldruck zur Herstellung von Bildern in Großlabors wurden auf der PMA weiter diskutiert. Indigo will in diesem

Bereich mit einer kompletten Produktpalette für unterschiedliche Anwendungen vom City-Lab bis zum Großlabor auf den Markt kommen. Dabei setzt das israelische Unternehmen auf ein Sechsfarben-Verfahren mit elektrostatischen Tinten, die auf unterschiedliche Substrate aufgebracht werden können. Die Qualität der Musterbilder ist außerordentlich gut. Den fotorealistischen Eindruck will Indigo mit speziellen



Basispapieren gewährleisten, die feuchtigkeitsunempfindlich sind und auf der Rückseite beschriftet werden können. Um das schnelle Scannen der Negative – eine Voraussetzung für den Einsatz digitaler Druckmaschinen im Fotolabor – zu gewährleisten, arbeitet Indigo mit Digital Now! zusammen, damit eine komplette Lösung angeboten werden kann.



Marc De Fré, Direktor Unternehmensplanung bei Xeikon, demonstrierte die wesentlich verbesserte Maschine zur Herstellung von Fotos im Digitaldruckverfahren auf der PMA. Die Materialkosten pro Bild sollen bei ungefähr fünf Pfennig liegen.

Xeikon, der zweite Anbieter von digitalen Druckmaschinen für die Fotoherstellung, demonstrierte in Orlando eine Maschine, die gegenüber den auf der photokina gezeigten Prototypen deutlich kompakter geworden ist. Bei dem belgischen Digitaldruckspezialisten kommen ultrafeine Toner in vier Farben zum Einsatz, die eine Auflösung



Soll die digitale Ixus-Legende fortsetzen: Die Canon Digital Ixus 300 mit 2,1 Millionen Pixeln und Zweifach-Zoomobjektiv.

von 600 dpi mit einer Farbtiefe von 16 Bit pro Farbe gewährleisten. Die Materialkosten pro 10x15-Bild sollen bei ungefähr fünf Pfennig liegen.

Dezentrale Bildherstellung

Die Digitalisierung scheint zu einem erneuten Boom bei Geräten zur dezentralen



Die neue Sofortbildkamera 1200 FF von Polaroid.

tralen Bildherstellung zu führen. Beindruckend war in Orlando die große Menge sogenannter Kiosks, also kompakter Terminals, die entweder zur Übertragung von Bildern ins Großlabor oder zum Ausdruck vor Ort dienen. Dabei kommen sowohl Inkjet- oder Thermosublimations-Drucker als auch digitale Minilabs zum Einsatz.

Zu den bereits bekannten Anbietern gehören Agfa mit der e-box, Fujifilm mit den verschiedenen Alladin-Modellen, Kodak mit diversen Picture Maker Varianten und das amerikanische Unternehmen Pixel Magic. Dazu kam auf der PMA Sony mit einer kompakten digitalen Printstation für den schnellen Bilderservice vor Ort.

Digitale Minilabs stießen bei den bekannten Herstellern wie Agfa, Fujifilm, Gretag (wo ein neues, preiswertes Einstiegsmodell unter dem Codenamen Lilliput zu sehen war) und Noritsu auf großes Interesse. Eine weitere Popularisierung digitaler Bilddienstleistungen könnte hier einen deutlichen Nachfrageschub auslösen.

Fujifilm überraschte mit der Vorstellung einer kompakten Ausführung seines Minilabs mit Lasertechnologie, dem Frontier 330. Bei Abmessungen von 1.450 x 760 x 1.530 mm (BxTxH) vereinigt es Scanner, Rechner, Laser, Printeinheit und Papierentwickler in einem Gerät und verfügt über eine Kapazität von 650 9x13- oder 570 10x15-Bildern pro Stunde. Es soll noch in diesem Jahr auf den Markt kommen; der Preis steht noch nicht fest.

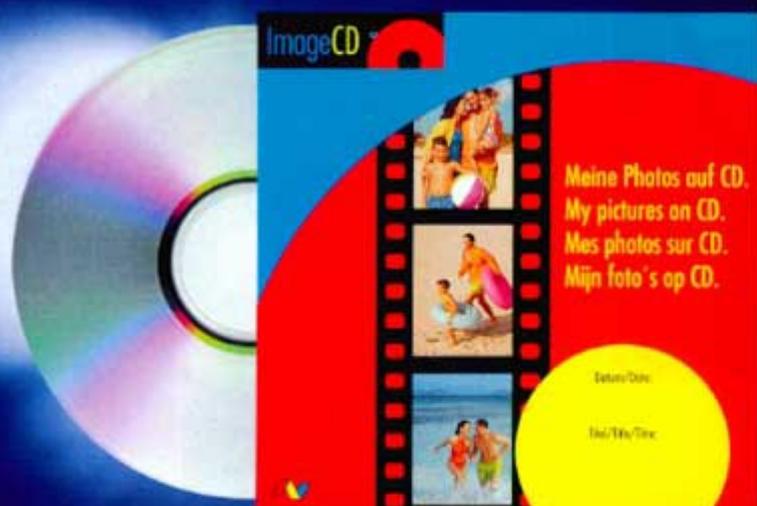
Die wichtigsten Neuheiten

Fünf Monate nach der photokina war die Zahl der Neuheiten sehr begrenzt – lediglich Digitalkameras machten hier eine Ausnahme. Über die einschlägigen Neuheiten von Canon, Casio, Fujifilm und Nikon berichten wir ausführlich an anderer Stelle in dieser Ausgabe. Agfa stieß mit der CL-35 mit komfortabler Direct-Print-Funktion über das AgfaNet in die Zwei-Millionen-Pixel-Klasse vor. Das Unternehmen brachte zudem zwei neue Scanner heraus. Der SnapScan e25 bietet eine Auflösung von 600 x 1.200 ppi bei einer Farbtiefe von 42 Bit und komfortabler Bedienung durch drei programmierbare Funktionstasten, mit denen die Scans beispielsweise direkt in Druck-, E-Mail- oder Internet-Anwendung übertragen werden können. Der



Das Fujifilm Team mit dem neuen Digital-Lab Frontier 330: (v. l.) Petra Fujiwara, Rolf Schüller, Hans-Jürgen Hegger und Markus Schleicher.

Diese Scheibe hat's in sich.



- Ausmaße:** 11,5 cm - 0,05 cm - 1536 x 1024 Pixel.
- Inhalt:** Die Fotos Ihrer Kunden und attraktive Bildbearbeitungssoftware.
- Philosophie:** Die ideale Verbindung von analogem und digitalem Fotogeschäft.
- Horizonte:** Ihr lukratives Geschäft mit jedem Fotoerstauftrag.
- Kommunikation:** Umfangreiches, kostenloses Werbepaket. Damit übersieht Sie keiner.
- Zugang:** Durch Ankreuzen auf der Fototasche einfach zu bestellen.



Kontaktaufnahme: Rufen Sie uns einfach an.

empfohlene Verkaufspreis beträgt DM 249,-. Für professionelle Anwender stellte Agfa den DuoScan f40 als erstes Modell einer neuen Generation von TwinPlate-Scannern vor. Mit einer Farbtiefe von 42 Bit und einer optischen Auflösung von 1.200 x 2.400 ppi ist das Gerät gleicher-



Minolta Vertriebs- und Marketingdirektor Norbert Keller konnte in Orlando seinen Kunden eine eindrucksvolle Palette neuer Digitalkameras präsentieren. Das Spitzenmodell Dimâge 7 verfügt über 5,2 Millionen Pixel und – ebenso wie die 3,3-Millionen-Pixel-Kamera Dimâge 5 – ein Siebenfach-Zoomobjektiv. Die Dimâge S304 rundet das Sortiment mit 3,3 Millionen Pixeln in der Kompaktklasse ab.



maßen für Aufsichtsvorlagen bis zum Format A4 und für Durchsichtsvorlagen bis zu 203 x 254 mm geeignet. Es verfügt sowohl über eine IEEE 1394 FireWire als auch eine USB-Schnittstelle und soll 2.990,- DM kosten.

Fujifilm präsentierte neben dem oben erwähnten Frontier 330 und den neuen Digitalkameras eine komplette Palette von 35 mm-Kompaktkameras, die wir in einer der kommenden Ausgaben ausführlich vorstellen. Kodak führte in den USA den neuen Max 400 Farbnegativfilm ein, der im Herbst in Deutschland Mitglied der Farbwelt-Familie werden soll. Bei den Kameras setzte das Unterneh-



Links: Großer Zoombereich mit hoher optischer Qualität: die neue Olympus μ(mju)-II Zoom 170. Rechts: Mit der neuen iZoom 3000 erweitert Olympus seine Palette von APS-Kameras.

men den Schwerpunkt auf das APS-Modell Preview mit eingebautem Monitor und präsentierte auch zahlreiche 35 mm-Kameras. Eine netzwerkfähige Kompaktversion des Picture Makers soll das Anbieten von digitalen Bild-dienstleistungen einer noch größeren Zahl von Fotohändlern möglich machen.

Konica ergänzte auf der PMA die populäre APS-Kamerareihe Revio mit der neuen Revio CZ mit 1,6fach-Zoomobjektiv, dessen Brennweitenbereich 31–50 mm bei einer Kleinbildkamera entspricht. Sie verfügt über eine Funktion für Selbstportraits, bei der der Anwender mit Hilfe eines speziellen Spiegeladapters die Bildgestaltung überprüfen kann. Das Gerät ist ab März zu einem Preis von 199,- DM erhältlich.

Im Digitalkamerabereich bringt Konica im Frühjahr mit der e-mini eine kompakte und leichte Webcam mit einer Auflösung von 300.000 Pixeln auf den Markt. Sie verfügt über einen eingebauten Acht-MB-Speicher, der für bis zu 26 Bilder in VGA- oder 99 Bilder in QVGA-Auflösung ausreicht und ist auch für die Aufnahme von Serienbildern geeignet, die auf dem

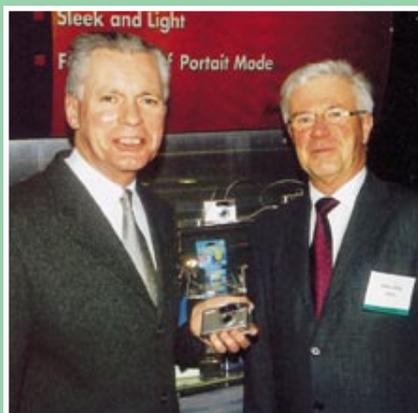
Computermonitor als Filmsequenz betrachtet werden können. Voraussichtlicher Verkaufspreis: 199,- DM.

Für eine faustdicke Digitalkamera-Überschuldung sorgte auf der PMA Kyocera



Am Stand von Olympus informierte sich Neckermann Einkäufer Peter Spartmann bei Martin Hubert, Bereichsleiter Consumer Products, über die aktuellen Kameraneuheiten.

(den Namen Yashica muß man sich bei digitalen Produkten dieses Hauses vollständig abgewöhnen). Die ultrakompakte Finecam S3 mit 3,3 Millionen Pixeln und Zweifach-Zoomobjektiv (+ Zweifach-Digitalzoom) dürfte mit ihrem hochwertigen Metallgehäuse und dem günstigen Preis von voraussichtlich



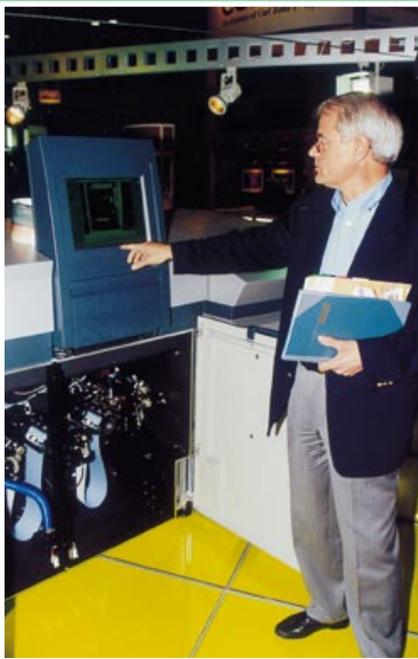
Konica Marketing-Direktor Jürgen Diehl (rechts) zeigt Bremaphot Geschäftsführer Bernd Haderer die neue Konica Revio CZ.

Mit der Digitalkamera e-mini mit 300.000 Pixeln nimmt Konica eine preiswerte Webcam für 199,- DM ins Programm.



DM 1.498,- gute Aussichten auf einen nennenswerten Marktanteil besitzen. Als Speichermedium kommt die SD- oder Multimedia-Karte zum Einsatz. Das Gerät bietet automatische Belichtungssteuerung mit manuellen Einstellmöglichkeiten, USB-Schnittstelle, die Abspeicherungsmöglichkeit wahlweise in TIFF oder JPEG und einiges mehr. Nach Aussagen von Kyocera Europa Geschäftsführer Wilhelm Hotes soll das Gerät als Basismodell einer zukünftigen kompletten Familie dienen und Ende April auf den Markt kommen.

Im 35 mm-Bereich wurde zudem die neue Contax T3 gezeigt – eine edle Kompaktkamera mit Carl Zeiss Sonar T F2.8



John Brennan, Executive Vice President und General Manager der Lab Systems Division von Gretag, zeigt das Innenleben des Cyra Digital Printers, mit dem Gretag den vollständig digitalen Arbeitsablauf im Großlabor möglich machen will. Rund um diesen Hochgeschwindigkeitsprinter gibt es eine komplette Peripherie von Zusatzgeräten für die digitale Laborwelt.

35 mm-Objektiv, einer schnellsten Verschlussgeschwindigkeit von 1/1000 Sekunde, Blenden- oder Programmautomatik und einem empfohlenen Verkaufspreis von DM 1.798,-. Liefertermin: Anfang April.

Eine komplette Digitalkamerafamilie – wenn auch unter Glas und mit einem Liefertermin im Sommer – stellte Minolta auf der PMA in Orlando vor. Bereits die wenigen Daten, die zur Zeit verfügbar sind, beweisen, daß die neue Dimäge-Palette es in sich hat. Das Spitzenmodell, die Dimäge 7, wartet nicht

DIMA zeichnete deutsche Produkte aus



Zur Konferenz der Digital Imaging Marketing Association (DIMA), einer Sektion der PMA, die an den Tagen vor Messebeginn in Orlando stattfand, gehörte auch ein Wettbewerb, bei dem die besten digitalen Fotoprodukte ermittelt wurden. Dabei konnten die Konferenzteilnehmer Bildergebnisse bewerten und so über die Sieger ab-

stimmen. Auch deutsche Hersteller konnten dabei punkten. Tetenal – bereits im Vorjahr erfolgreich – gewann mit dem 240 g Spectrajet-Portrait-Papier die Materialwertung im Blattformat. Darüber freuten sich am Tetenal Stand (v. r.): Tetenal Geschäftsführer Matthias Hübener und seine Mitarbeiter Burkhard Blum, Sven Bartels und Thomas Pfeiffer.



Bei den professionellen Kamerarückteilen konnte sich Jobo mit dem Jobo Profile 6000 Back gleich in zwei Kategorien ganz vorne platzieren: Sowohl bei One-Shot- als auch bei Multi-Shot-Rückteilen belegte das auf der PMA in einer verbesserten Version vorgestellte Jobo Gerät den ersten Platz. Zufriedene Gesichter gab es darum am Jobo Stand bei Jörg Schönbeck (rechts) und Lars Nöcker.



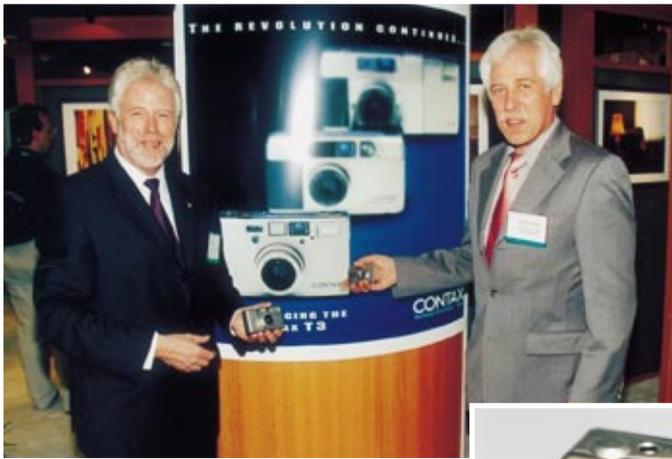
nur mit einem 5,2-Millionen-Pixel-Chip, mit einer Bilddiagonale von 2/3-Zoll auf, sondern bei durchaus kompakter Bauweise mit einem Siebenfach-Zoom-



Zufrieden mit einer guten Messe: CeWe Color Vorstandsvorsitzender Hubert Rothärmel (links) und Dr. Klaus Petersen, Direktor des europäischen PMA Büros in München.

objektiv, dessen Brennweitenbereich 28–200 mm im Kleinbildformat entspricht. Dazu kommt ein Zweifach-Digital-Zoom. Bei Autofocussystemen und Belichtungskontrollen greift Minolta offensichtlich auf die Erfahrungen bei den Dynax-Spiegelreflexkameras zurück. Auch die Auslösegeschwindigkeit soll, so Marketing- und Vertriebsdirektor Norbert Keller, mit SLR-Werten mithalten können. Der digitale Sucher des Geräts zeichnet sich zudem durch besonders hohe Auflösung aus.

Mit ähnlichen Leistungsparametern wie das Spitzenmodell soll auch die Dimäge 5 dienen können, die mit einem 3,34 Megapixel-Chip ausgestattet ist. Wegen der Bilddiagonale von 1:1,8 Zoll führt das Siebenfach-Zoomobjektiv hier zu einem Brennweitenbereich, der 35–250 mm im Kleinbildbereich entspricht. Als



Einer der Stars auf der PMA war die neue Digitalkamera Kyocera Finecam S3 mit 3,3 Millionen Pixeln im ultrakompakten Metallgehäuse. Von ihr versprechen sich Wilhelm Hotes (links), Geschäftsführer der Yashica Kyocera GmbH, und Verkaufsleiter Helmut Noske einen großen Verkaufserfolg.



Steffen Keil, Vertriebsleiter Deutschland, und Exportdirektor Norbert Strauch präsentierten am Leica Stand zahlreichen Besuchern die Produkte der legendären Marke.

kompakte Digitalkamera wird Minolta zudem die Dimäge S304 einführen. Dabei signalisiert die Drei in der Produktbezeichnung die Auflösung von drei Megapixeln, während die Vier auf den Vierfach-Zoombereich entsprechend 35–140 mm hinweist. Die optischen Eigenschaften des APO-Objektivs sollen besonders gute Farbwiedergabe gewährleisten. Über die Preise für die neuen Minolta Digitalkameras gibt es zur Zeit noch keine Informationen.

Die Palette von 35 mm-Kompaktkameras ergänzte Minolta mit der Riva 115 mit 37,5–115 mm Dreifach-Zoomobjektiv, die ab Ende März zu einem Preis von 329,- DM verfügbar sein wird. Nikon zeigte neben den beiden digitalen Spiegelreflexmodellen (siehe S. 44) mit der manuellen SLR FM3A ein echtes Liebhabermodell. Sie bietet einen Verschlusszeitenbereich von 8–1/4000 s, der dank eines Hybridverschlusses selbst ohne Batterien genutzt werden kann.



Bei Einsatz der Zeitautomatik wird die Belichtungszeit elektronisch gesteuert. Weitere Merkmale sind Blitzinnenmessung, automatische Filmempfindlichkeitseinstellung nach DX-Code und eine neue, besonders helle Einstellscheibe. Die Kamera wird mit schwarzem Gehäuse zum Preis von 1.749,- DM und in Chrom zum Preis von 1.649,- DM ab April lieferbar sein. Passend dazu gibt es das neue Nikkor 45 mm/2.8 P Objektiv in attraktivem Silber-Finish, das nur 17

eine Vielzahl weiterer Objektive und Zubehörteile mit der neuen Kamera einsetzen.

Olympus scheint seine Digitalkamera-Innovationen für die CeBIT aufgehoben zu haben. Auf der PMA stellte das Unternehmen mit der iZoom 3000 eine elegante APS-Kamera mit Dreifach-Zoomobjektiv (entsprechend 26–73 mm im 35 mm-Format) vor. Mit zwei asphärischen Linsen und einem 199-Stufen-Autofocus soll das Leichtgewicht von 145 g perfekte Bilderergebnisse garantieren. Im 35 mm-Segment gibt es neben den Einsteigerkameras i-10 und i100AF

Samsung Key Accounter Hermann Schwarzkopf stellte auf der PMA neue Farbvarianten der Vega Kompaktkameras vor.



Gut gelaunt nach dem Besuch eines Vortrages zu früher Morgenstunde (7.15 Uhr): Gabriele Scheibel, Geschäftsführerin des Photo + Medienforums Kiel, und Stefan J. Reinhold, Geschäftsführer CeWe Color, München.



Was wäre Orlando ohne Walt Disneys „Magic Kingdom“ und die Micky Maus, die sich hier mit Fotoheft Chefredakteur Karl-Heinz Tobias (rechts) dem Fotografen stellte.

mm lang und 120 g leicht ist. Es wird 999,- DM kosten. Zudem haben Besitzer der Nikon FM3A vollen Zugang zum Nikon System und können sowohl die professionellen AF-S-Nikkore als auch



Verkaufsleiter Dieter Sommerfeld rechnet dagegen nicht damit, daß die auf der PMA gezeigten Kleinbildfilme der Marke Samsung in Deutschland eingeführt werden.



Kodak

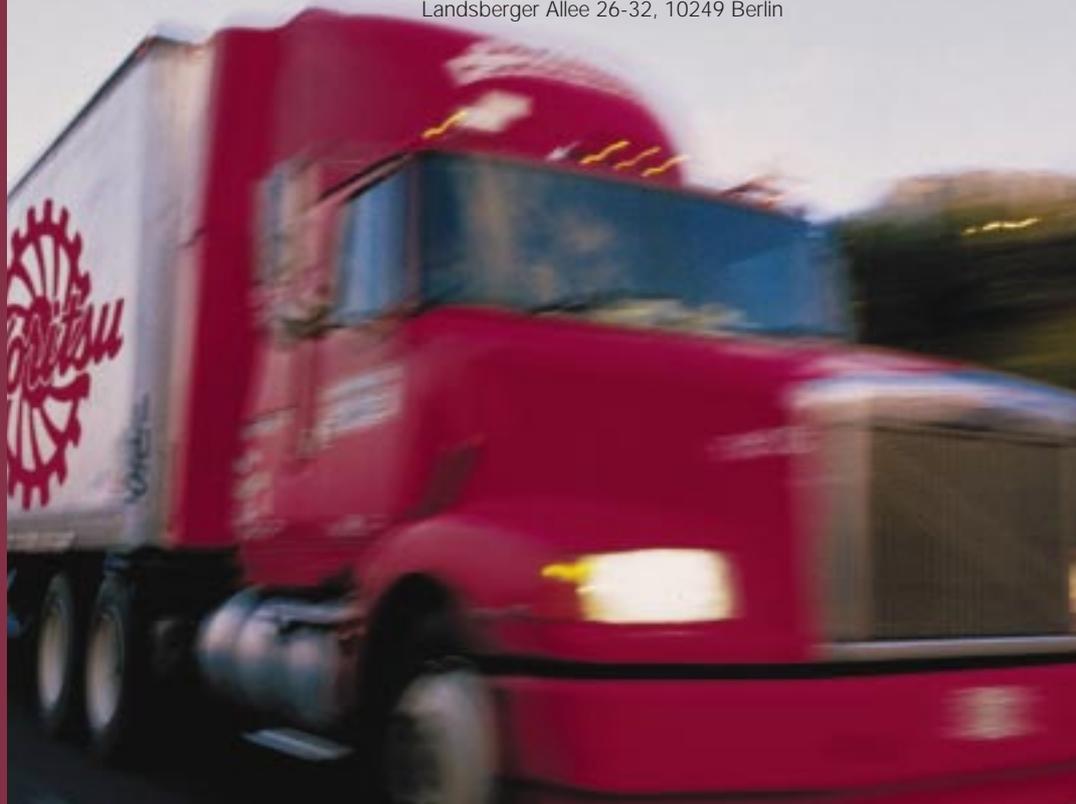
Road

Wir kommen zu Ihnen:

München	Sonntag, 4. März 2001 Hotel Astron neue Messe, Eggenfelder Str. 100, 81929 München,	11:00 - 18:00
Stuttgart	Sonntag, 18. März 2001 Cophorne Hotel, Plieninger Str. 100, 70561 Stuttgart,	11:00 - 18:00
Gladbeck	Mittwoch, 21. März 2001 Hotel Gladbeck van der Valk, Bohmerstr. 333, 435964 Gladbeck,	13:00 - 21:00
Leipzig	Sonntag, 25. März 2001 Hotel Astron an der Messe, Fuggerstr. 2, 04448 Leipzig	11:00 - 18:00
Hamburg	Sonntag, 1. April 2001 Radisson SAS Hotel, Marseiller Str. 2, 203555 Hamburg	11:00 - 18:00
Berlin	Mittwoch 4. April 2001 Astron Hotel, Landsberger Allee 26-32, 10249 Berlin	13:00 - 21:00

show

2001



Noritsu MiniLabs Weltweit die Nr.1

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

(letzte unterscheidet sich von der i-10 durch drei Blitzprogramme) die μ (mju:)-II Zoom 170 mit 4,5-fach-Zoomobjektiv und einem Brennweitenbereich von 38–170 mm. Erstmals kommt hier in einem μ (mju:)-Modell eine ED-Glaslinse zum Einsatz, um den bei großen Zoombereichen oftmals auftretenden Farbverfälschungen entgegenzuwirken. Zudem ist das integrierte Blitzsystem mit der Leitzahl 23 das leistungsstärkste der gesamten μ (mju:)-Serie.

Mit der Superzoom 160 stellte Olympus zudem ein weiteres Kompaktkamera-



Informierten sich in Orlando über das PMA Messegesehen: Agfa Vorstandsmitglied Friedrich Hujer (rechts) und Markus Öster, Projektleiter für die photokina bei der KölnMesse.



Gerhard Thalhammer (Noritsu) ist mit der leistungsfähigen Palette digitaler Minilabs des japanischen Unternehmens gut für Wachstum auf dem digitalen Bildermarkt gerüstet.



Rollei Geschäftsführer Paul Dume (links) konnte Bremaphot Geschäftsführer Bernd Dührkop nicht nur die professionellen Kameras des Unternehmens demonstrieren, sondern auch über ein erfolgreiches Jahr 2000 berichten. Im ersten Jahr der Selbständigkeit hat Rolleil mit einem Umsatzwachstum von 25 Prozent die Erwartungen deutlich übertroffen. „Unsere Kernkompetenz liegt bei den Mittelformatkameras und bei Fachkameras mit digitaler Anbindung“, betonte Dume. Bei den Kompaktkameras konnte Rolleil mit der preiswerten Giro-Serie ein neues Marktsegment erschließen. „Damit werden auch junge Menschen an die Marke Rolleil herangeführt“, erklärte Paul Dume.

modell mit mehr als Vierfach-Zoomfunktion (38–160 mm) vor, das durch asphärische Linse, Hybridlinsen-Element und ED-Komponente für perfekte Bilder sorgen soll.

Bei Polaroid stand die neue Sofortbildkamera 1200 FF im Mittelpunkt. Im eleganten Metallic-Look und mit spürbar geschrumpftem Gehäuse soll es die erfolgreiche Sofortbildtradition des Unternehmens fortsetzen. Sie ist gleichermaßen für den Image und 1200-Film geeignet

hochmodernen Convention-Center war auch die PMA 2001 mit Sicherheit eine Reise wert. Das gilt besonders für alle, die in einer Zeit des rasanten Wandels mit ihren Marketingstrategien am Ball bleiben wollen. Weitere Gelegenheit, sich aus erster Hand zu informieren, gibt es unter der PMA-Flagge in Europa im Herbst. Dann wird die PMA eine Serie von Konferenzen in verschiedenen europäischen Städten abhalten, die von führenden Herstellern wie Agfa, Fuji, Hewlett-Packard, Kodak, Noritsu und Sony gesponsert werden. Weitere Unternehmen werden nach PMA-Angaben dazukommen. In Deutschland findet die Konferenz am 11. Oktober in München statt. Wer lieber ins Ausland reist, hat die Wahl zwischen Paris (2.10.), Moskau (5.10.), Mailand (8.10.), Barcelona (15.10.) oder London (17.10.). Und die nächste PMA findet vom 24.–27. Februar 2002 in Orlando/Florida statt.

und soll ab April zum Preis von 149,- DM erhältlich sein. Sony präsentierte sieben neue bzw. verbesserte Digitalkameras – die CeBIT wird zeigen, welche davon in Deutschland eingeführt werden. Bemerkenswert ist auch eine 128 MB Version des Memory Sticks.

Es bleibt spannend

Mit hoher Internationalität, einem außerordentlich gelungenen und informativen Rahmenprogramm und nicht zuletzt einem attraktiven Veranstaltungsort mit einem



Den deutschen PMA Mitgliedern zumindest vom Namen her gut bekannt ist Elisabeth Scherer (rechts), die in der Zentrale in Jackson/Michigan für die Betreuung der deutschsprachigen Klientel zuständig ist. Links ihre Kollegin Kirsten Smith.



Derek Whitby, Photo-Video Limited aus Chichester, England, wurde während der PMA 2001 zum neuen Präsidenten der Photo Marketing Association International gewählt. Er löst turnusgemäß Mike Wodushek ab, der in den Beirat berufen wurde. Eine der ersten Aufgaben des neuen Präsidenten (links) bestand darin, gemeinsam mit PMA Executive Director Roy S. Pung (rechts) dem Gewinner des 10.000-US-Dollar-Preises auf dem Abschlussempfang der PMA, O. Rodriguez aus Puerto Rico, zu gratulieren.

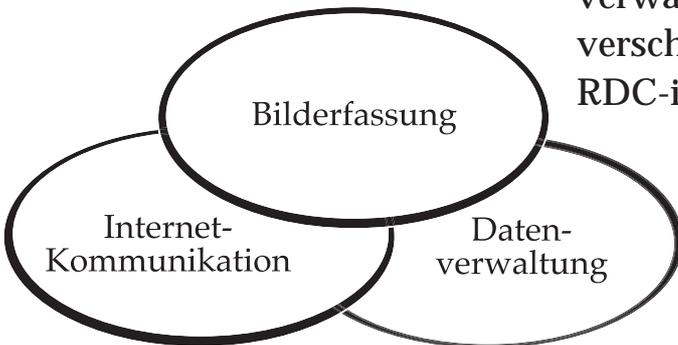
A NEW WAY OF IMAGE COMMUNICATION



RDC-i700
IMAGE CAPTURING DEVICE

NEU

Jetzt können Sie Bilder erfassen, Abbildungsdateien verwalten und Bilder sowie Text über das Internet verschicken. Sie werden verblüfft sein, wie viel die RDC-i700 für Sie und Ihr Unternehmen leisten kann.



Besuchen Sie uns ...



... Halle 1, Stand 2K1

<p>3.3 Megapixel-CCD Auflösung bis zu 7 Megapixel (ProMode)</p>		<p>2.1 Megapixel-CCD Einfache Betriebsarten- wahl</p>	
<p>RDC-7 IMAGE CAPTURING DEVICE</p>	<p>RDC-6000 IMAGE CAPTURING DEVICE</p>		



Agfa stellte auf der PMA Komplettlösungen in den Mittelpunkt **E-Business im Focus**

Mit einer umfangreichen Produktpalette – darunter die Neuheiten von der photokina – präsentierte sich Agfa-Gevaert auf der PMA. Der Schwerpunkt lag bei der Einführung der neuen Vista und Futura II Filme, dem digitalen Minilab d-lab.3 und dem Online-Bestellsystem Agfa e-box. In der digitalen Bilderwelt will Agfa zu einem führenden Anbieter im E-Business werden.



Wir sehen uns im Consumer Imaging gut positioniert“, erklärte Georges Brys, Leiter des Agfa Geschäftsbereichs Consumer Imaging, vor der Fachpresse. „Denn wir sind die Nummer eins in der Welt bei den Hochleistungsprintern und Großlaborgeräten, die Nummer eins in der Welt bei den Private-Label-Filmen, im frei zugänglichen Fotopapiermarkt die Nummer eins in Europa und bei den Scannern die Nummer zwei in Europa.“ Die digitalen Technologien, so Brys weiter, seien eindeutig der Wachstumsmotor der Branche. Das gelte für die explosiven Steigerungsraten bei den Digitalkameras ebenso wie für die Bildverarbeitung: „Schon heute ist die Digitaltechnik nicht mehr aus unseren Laborgeräten wegzudenken. Denn sie ermöglicht nicht nur die Verarbeitung digitaler Bilddateien, sondern auch und vor allem die Verbesserung aller Bilder – egal ob analog oder digital aufgenommen.“ Trotz der neuen Technologie bleibe der klassische Fotomarkt für die überschaubare Zukunft die tragende Säule des Imaging-Marktes, betonte

Brys. Allein im vergangenen Jahr habe der weltweite Filmmarkt nach einem Plus von sieben Prozent im Jahr 1999 um weitere fünf Prozent zugelegt. Die Nachfrage nach Fotopapier nahm nach einem Plus von neun Prozent im Jahr 1999 im Jahr 2000 nochmals um sieben Prozent zu. Georges Brys: „Wenn man bedenkt, daß auch im Jahr 2000 rund sechsmal so viele konventionelle Fotoapparate wie Digitalkameras verkauft worden sind, wenn man sich des weiteren in Erinnerung ruft, daß es einen riesigen Bestand von mehreren hundert Millionen Fotoapparaten gibt, dann wird klar, daß die Fotografie mit Filmen noch eine sehr lange Zukunft vor sich hat. Film ist – auch bei Agfa – ein wichtiger Baustein im Consumer Imaging.“

Mehr Bilder durch Digitalkameras

Mit der steigenden Zahl der Digitalkameras wachse auch die Zahl der Aufnahmen, erklärte Brys. Zwar werde

ein Teil davon sofort wieder gelöscht, es sei aber davon auszugehen, daß sich aus der steigenden Zahl digitaler Aufnahmen ebenso wie aus der digitalen Verarbeitung analoger Bilder positive Effekte für das Papiergeschäft ergeben werden. Neben den klassischen Vertriebswegen von Bildern will Agfa durch das Angebot kompletter Lösungen im Bereich E-Business diese Entwicklung vorantreiben.

E-Business mit Agfanet und e-box

Holger May, Leiter des Agfa Geschäftsfeldes E-Business, sieht darum gute Möglichkeiten, in diesem Bereich zu einem führenden Anbieter zu werden. Die Wachstumsimpulse durch die Digitaltechnik schlagen sich bereits in aktuellen Zahlen des Weltmarktes nieder. Im vergangenen Jahr wurden nach Einschätzung von Agfa zehn Millionen Digitalkameras verkauft. Dazu kommen nicht weniger als 25 Millionen Scanner für die Digitalisierung analoger Bilder.

Bei der Zahl der Internet-User hält Holger May eine Größenordnung von 320 Millionen Menschen für realistisch: „Das entspricht einer Verdoppelung innerhalb von zwei Jahren.“ Digital-kameras, Scanner und das Internet seien die Voraussetzungen für das Marktsegment Online-Printing, das Agfa besonders am Herzen liegt: „Dieser Markt wächst explosionsartig. Nach Schätzungen aus den USA betrug der Umsatz in diesem Segment im Jahre 2000 allein in den Vereinigten Staaten rund 13 Millionen US-Dollar. Im Jahr 2005 wird mit einem Umsatzvolumen von 1,3 Milliarden US-Dollar gerechnet. Das heißt, wir sprechen über einen Markt, der in fünf Jahren allein in den USA hundertmal so groß ist wie heute.“ In diesem Marktsegment will sich Agfa vornehmlich in Zusammenarbeit mit den Partnern im Handel und Fotofinishing eine führende Position erarbeiten. Holger May: „E-Business-Geschäftsmodelle und -Technologien sind komplex. Würde jeder einzelne Händler und Finisher hierzu eigene Strukturen entwickeln – und das geschieht zum Teil – wäre dies wenig effizient. Der sehr viel effizientere Weg ist die Unterstützung dieser Partner durch einen Big Player der Branche, wie Agfa.“ Die umfassende Kompetenz des Unternehmens rund ums Bild, sowohl in der klassischen als auch in der digitalen Fotografie, die hohe Markenbekanntheit in Europa und die leistungsstarke Vertriebsorganisation seien gute Voraussetzungen, den Verbrauchern den Weg zu den Agfa Partnern in Handel, Minilab und Groß-



Georges Brys, Leiter des Geschäftsbereichs Consumer Imaging bei Agfa-Gevaert: „Der klassische Fotomarkt ist und bleibt für die über-schaubare Zukunft die tragende Säule des Imaging-Marktes. Film ist – auch bei Agfa – ein wichtiger Baustein dabei.“

finishing zu ebnet: „Unsere Partner machen das direkte Geschäft mit den E-Business-Lösungen und wir vor allem mit den Maschinen und Fotopapieren, die sie für dieses Business gebrauchen. So können beide Seiten von dieser Konzeption profitieren.“ Herzstück der Agfa E-Business-Strategie ist die Web-Site www.agfanet.com, die umfassende Inhalte rund ums Bild zur Verfügung stellt. Ein spezieller Extranet-Bereich, die Agfanet Dealer Area, ist den Fachhändlern und Partnern vorbehalten, die sich kostenlos für die Händlersuchfunktion registrieren lassen oder ohne Programmierkenntnisse mit vorhandenen Layouts ihre eigene Web-Site gestalten können. In Zukunft soll hier auch eine Shop-Lösung angeboten werden. Zudem können die Endkunden über das

Internet die Agfa Partner mit der Produktion von Prints ihrer Bilder auf Fotopapier beauftragen. Für den Einsatz im Fotogeschäft oder in Kaufhäusern setzt Agfa auf das digitale Bestellsystem Agfanet e-box – ein Eingabeterminal für die digitale Bildbestellung, das vom Kunden auch selbst bedient werden kann. Die Bedienung erfolgt über „Agfabella“, eine freundliche virtuelle Hostess. Dabei ist die e-box so ausgelegt, daß Bilddaten von den üblichen Speichermedien digitaler Kameras sowie von CD-ROM, Disketten und anderen Medien übernommen werden. Die entsprechenden Daten werden dann weiter zum digitalen Minilab geleitet, so daß zu relativ niedrigen Kosten Bilder hoher Qualität hergestellt werden können. Neben dem digitalen d-lab.3 mit Lasertechnologie bietet Agfa die Aufrüstung von MSC-Minilabs mit digitalen Belichtungseinheiten zum MSC.d an. Holger May: „Mit der Agfanet e-box unterstreicht der Händler seine digitale Kompetenz und stärkt zugleich auch die Kundenbindung. Zwei weitere Effekte kommen hinzu: Der Händler kann den Verkauf von Digitalkameras und Scannern durch das ergänzende Angebot seiner digitalen Dienstleistungen voranbringen, und zugleich profitiert er von der Agfanet e-box durch eine Steigerung seines Bildergeschäftes.“ Die PMA, so machte May deutlich, sei dabei nur der Start für die langfristig angelegte E-Business-Strategie von Agfa. Die existierende Palette von Lösungen soll zügig und kontinuierlich ausgeweitet werden.



Holger May, Leiter des Agfa Geschäftsfeldes E-Business, will die neuen Online-Dienstleistungen rund ums Bild gemeinsam mit Handelspartnern und Fotofinishern zum Erfolg führen.

Kodak auf der PMA:

Mehr Bilder durch neuen 35 mm Film, APS und Digitaltechnik

Akzente in Deutschland



Dieter Werkhausen, Geschäftsführer Kodak GmbH und Leiter Consumer Imaging, will die neuen Max 400 Filme, die Kodak auf der PMA vorstellte, ab Herbst in die deutsche Farbwelt-Palette integrieren.

Mit einem neuen ISO 400 Farbnegativfilm, digitalen Print- und Annahmestationen und einer innovativen Digitalkamera mit MP3-Player als PMA Neuheit will Kodak für weiteres Wachstum auf dem Bildermarkt sorgen. Für Dieter Werkhausen, Geschäftsführer der Kodak GmbH und Leiter Kodak Consumer Imaging, soll das Jahr 2001 zudem zum „APS-Erlebnisjahr“ werden.

Einen neuen Standard bei Kleinbildfilmen soll der von Kodak auf der PMA unter dem Namen Max 400 angekündigte Farbnegativfilm setzen. Durch eine wesentlich effektivere Lichtenergieausbeute dank feinerer Kodak T-Grain Kristalle sowie die Steigerung des Gewinns an Bildinformationen aus dem Latentbild und eine weiter verfeinerte spektrale Sensibilisierung soll der neue

Film deutlich mehr gute Bilder bringen. Rund 25 Prozent bessere Bilder nimmt Kodak laut einer Pressemitteilung für den neuen Max 400 Farbnegativfilm im Vergleich zu gegenwärtigen ISO 100 und 200 Filmen in Anspruch. In Deutschland und Österreich soll das neue Material an die speziellen Verbraucherwünsche angepaßt und im Herbst als Mitglied der Farbwelt-Familie auf den Markt kommen. Dieter Werkhausen nutzte in Orlando die Gelegenheit, auf die erfolgreiche Durchsetzung des Farbwelt-Konzeptes in

Deutschland hinzuweisen. Kodak habe im vergangenen Jahr mit der neuen Filmmarke den CN-Markt-Anteil weiter ausbauen können und sei nun auch in den neuen Bundesländern im Fotofachhandelsbereich erstmalig die Nummer eins: „Mit deutlichen Marktanteilsge winnen im Colornegativ-Markt und bei den Diafilmen sowie einem Bekanntheitsgrad der Marke Farbwelt von über 52 Prozent – fünf Monate nach der Einführung – haben wir unsere Ziele im Jahr 2000 deutlich übertroffen. Das gilt auch für das ebenfalls gesteigerte Geschäft mit den Kodak Bilderlinien.“

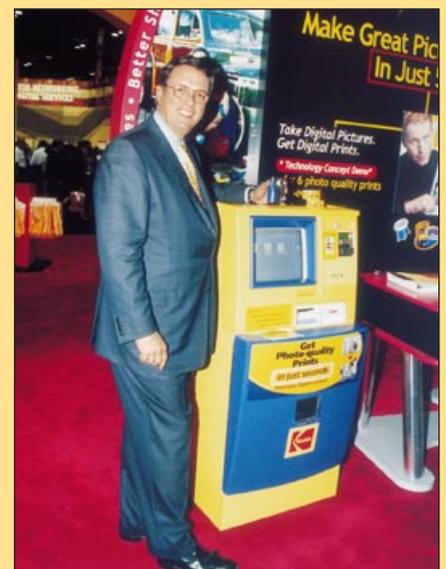
Akzent bei APS

In diesem Jahr will Kodak einen besonderen Werbeakzent auf die APS-Erlebnisfilme setzen, die das Unternehmen zur photokina eingeführt hat. „Mit einem für das Jahr 2000 erwarteten Marktanteil von 27 Prozent bei APS-Kompaktkameras und 54 Prozent Marktanteil bei APS-Filmen sind wir bereits Marktführer“, erklärte Werk-

hausen. „Diese Position wollen wir im Jahr 2001 mit massiven Werbeaktivitäten ausbauen.“ Im Mittelpunkt wird neben den APS-Erlebnisfilmen die Kodak Advantix Preview Kamera mit digitalem Kontrollmonitor stehen. Mit neuen Ideen, attraktiven Werbemaßnahmen und einer klaren verständlichen Kommunikation will Kodak, so Werkhausen, dem Fotohandel helfen, das APS-Geschäft anzukurbeln.

Kompaktes Order Terminal

Mit der neuen Kodak Digital Order Station Compact präsentiert das Unternehmen erstmals eine Annahmestation für digitale Printaufträge als Desktop-Lösung. Sie soll nicht nur die bequeme Abwicklung von Aufträgen für echte Fotos von digitalen Bilddaten über das Großlabor ermöglichen, sondern kann durch ihre Netzwerkfähigkeit auch mit



Dan Carp, President, Chairman and CEO der Eastman Kodak Company, sieht in digitalen Print- und Servicestationen wichtige Instrumente, um weiteres Wachstum im Bildermarkt zu erzeugen.

dem Kodak Picture Maker und dem Large Format Printer verbunden werden. Die Kodak Digital Order Station Compact benötigt wenig Stellfläche und bietet alle erforderlichen Funktionen für eine schnelle und einfache Auftragsabwicklung zwischen Kunden, Händlern und Labor. Die Auftragseingabe erfolgt über eine menügestützte Bedienungsführung. Ein Bon-Drucker für die Ausgabe des Abholausweises bestätigt den Auftrag und gibt gleichzeitig den Rechnungsbetrag an, ohne daß eine Auftrags tasche ausgefüllt werden muß. Das System ist für die Dateneingabe von allen gängigen Speichermedien wie CompactFlash, SmartMedia, Diskette, CD und ZIP-Cartridge vorbereitet. Die Bedienung erfolgt in der Standardausführung über einfache Mausklicks. Optional ist ein bedienerfreundlicher Touchscreen Monitor erhältlich. Dabei kann der Fotohändler je nach seiner Verkaufsphilosophie entscheiden, ob das Gerät im Selbstbedienungsverfahren oder mit Assistenz durch Verkaufspersonal betrieben wird. Der Datentransport ins Labor erfolgt wahlweise per ISDN oder über Datenträger mit dem normalen Touren dienst. Die Kunden können ihre Bilder



Mit der Kodak Digital Order Station Compact gibt es jetzt eine Desktop-Lösung für die Annahme digitaler Printaufträge, die voll netzwerkfähig ist.

entweder nach zwei Tagen beim Händler abholen oder sie sich nach Hause schicken lassen. Da in beiden Fällen die Bezahlung beim Händler erfolgt, geht auch die Postvariante nicht zu Lasten des Fotohandels.

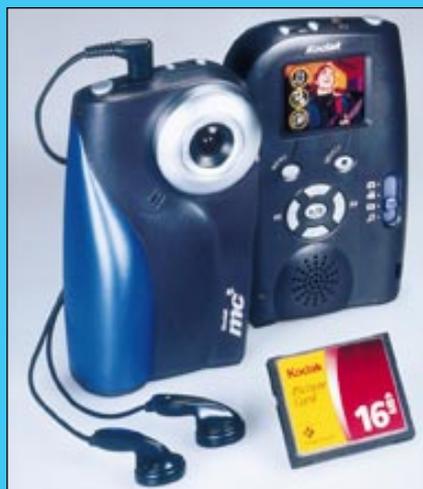
Die Netzwerkfähigkeit der Digital Order Station Compact bietet die Möglichkeit, zusätzliche Dienstleistungen vor Ort anzubieten. „Der Händler kann so beispielsweise mit seinem Picture Maker ein Foto einscannen, es in der Digital Order Station Compact bearbeiten und für die Ausgabe eines Posterprints an den Picture Maker Large Format Printer weiterleiten“, erläuterte Gunter

Plapp, Marketing Manager Digital bei Kodak, die Ausbaumöglichkeiten des Systems. „Ein Hochzeitsfotograf kann beispielsweise so noch am Tag des Festes dem Paar ein Großformatprint anbieten, für das sich ein äußerst attraktiver Preis erzielen läßt.“

Für die neue Kodak Digital Order Station Compact gibt es modulare Erweiterungsmöglichkeiten, z. B. einen CD-Brenner, mit dem Bilddaten von den Speicherkarten digitaler Kameras auf CDs übertragen werden können. In Verbindung mit einem vernetzten Picture Maker kann auch ein Scanservice für analoge Bilder realisiert werden. Zudem ist das Gerät für den Anschluß an künftige Inkjet-Printsysteme vorbereitet. Kodak will die Digital Order Station Compact als Komplettpaket unter DM 6000,- anbieten. Dieser Preis schließt die Installation und Einweisung vor Ort sowie den kostenlosen Eintrag ins Internet-Händlerverzeichnis ein. Auf der am 4. März in München startenden Kodak Profit Roadshow 2001 wird das neue Gerät mit weiteren Lösungen für zusätzlichen Gewinn im Bildermarkt erstmals in der Praxis vorgestellt. Gleichzeitig sollen die ersten Installationen beginnen.

An eine junge Zielgruppe richtet sich eine neue Digitalkamera mit eingebautem MP3-Spieler, die der Kodak Geschäftsbereich Digital & Applied Imaging auf der PMA vorstellte. Das Multitalent kann nicht nur Digitalfotos schießen, sondern auch Videoclips aufnehmen und MP3-Musikdateien abspielen. Dabei paßt es durch seine kompakte Bauweise notfalls in die Hosentasche und soll so zum ständigen Begleiter der jungen und junggebliebenen Zielgruppe im Multimedia-Zeitalter werden. Zum Lieferumfang gehört eine USB Docking Station, mit der die in VGA aufgelösten Bilder schnell zum Computer übertragen werden können. Die Videoclips (wahlweise mit zehn oder zwanzig Bildern pro Sekunde) und Digitalfotos können aber auch am Fernseher betrachtet werden. Das gewährleistet die Audio-/Video-Out-Schnittstelle der Kodak MC³, mit der auch die Musik der MP3-Dateien auf der heimischen Stereoanlage abge-

Kodak MC³: Digitale Fotos mit Musik



spielt werden kann. Auf die im Lieferumfang enthaltene CompactFlash-Speicherkarte mit einer Kapazität von 16 MB passen bis zu 15 Minuten Musik in CD-Qualität oder bis zu 5 1/2 Minuten Video oder bis zu 110 Digitalfotos. Im Lieferumfang enthalten ist ein um-

fangreiches Softwarepaket für PC und Mac. Das Gerät soll zu einem Endverbraucherpreis von DM 599,- ab April 2001 erhältlich sein.



Gareth Jones, Regional Business General Manager Digital & Applied Imaging der Kodak Region Europa, Afrika und Mittlerer Osten, sieht in der Digitalkamera MC³ mit eingebautem MP3-Player den Beweis, daß Kodak auch im Multimedia-Zeitalter eine junge Zielgruppe ansprechen kann.

Agfa Pre-CeBIT-Vorschau

Auf einer Pre-CeBIT-Pressekonferenz, die Agfa im Rahmen des Hamburger Presseclubs veranstaltete, stellte das Unternehmen neben einer neuen Digitalkamera und drei neuen Scannern der SnapScan-Familie auch ein neues E-Commerce-Modul vor, mit dem das AGFAnet-Angebot erweitert wurde. **imaging+foto-contact** hat sich über die Neuheiten informiert.



Neue Produkte für die digitale Erlebnis-Welt

Das neue Topmodell der ePhoto-Serie von Agfa, die Digitalkamera ePhoto CL45, wurde von Kristin Saus-Opuszynski, Produktmanagerin Agfa Digital Imaging, Consumer und SOHO-Produkte, vorgestellt. Die Kamera bietet eine Auflösung von 2 Megapixeln, womit Agfa der Zielvorgabe, ausschließlich Digitalkameras für das Einstiegsseg-



Der Verkauf von niedrigauflösenden Digitalkameras am deutschen Markt beträgt zur Zeit in etwa 20 Prozent. In diesem Bereich sieht Kristin Saus-Opuszynski Potential für weiteres Wachstum.

ment zu produzieren, treu bleibt. „Wir möchten mit unseren Digitalkameras eine Zielgruppe ansprechen, die bereit ist, nur ein geringes Investitionsrisiko beim Kauf einer Digitalkamera einzugehen und für die der Spaß an der Anwendung mit direktem Internetbezug im Vordergrund steht“, erklärte die Produktmanagerin. Die Kamera verfügt wie das kleinere Schwestermodell ePhoto

CL34 über einen integrierten Print Button, mit dem Anwender, die über einen PC und Internetzugang verfügen, einfach und bequem Fotoabzüge ihrer digitalen Bilder bestellen können. Das Drücken des Print Buttons öffnet die Agfa Client Software, mit der die Fotos direkt eingeladen werden können, bevor sie anschließend zur Entwicklung an ein Labor weitergeleitet werden. Weitere Features der mit einem Autofokus ausgestatteten Kamera sind ein USB-Anschluß für die schnelle Übertragung der Daten, optischer Sucher und LC-Farbdisplay für die Bildkontrolle bzw. -aufnahme sowie die Möglichkeit, sie auch als Webcam für Videokonferenzen einsetzen zu können. Mit Microsoft Netmeeting können Live-Videoaufnahmen über die USB-Schnittstelle übertragen werden. Die maximale Auflösung beträgt hier 320 x 240 Pixel bei 30 Bildern pro Sekunde. Als voraussichtlicher Liefertermin für die ePhoto CL 45 wurde Mai dieses Jahres genannt. Der Preis wird sich nach Angaben von Saus-Opuszynski zwischen 700 und 800 DM bewegen.

SnapScanner

Agfa stellte gleich drei neue Scanner der SnapScan-Familie vor, die ihre Vorgänger ablösen werden. Der SnapScan e26 wird seinen Vorgänger e25 nach dem Motto „mehr Qualität bei ansprechendem Design“ ersetzen. Er

bietet eine verbesserte Farbtiefe von 48 Bit bei einer Bildauflösung von 600 x 1.200 ppi. Sein trendiges silberfarbenes Design wird vor allem stilbewußte User ansprechen. Drei programmierbare Aktionstasten sorgen für eine komfortable Handhabung. Die Scans können mit Hilfe eines einzigen Knopfdruckes automatisch in E-Mails eingebunden, zu einem Drucker geschickt werden, oder es öffnet sich automatisch die Scansoftware ScanWise. Sie sorgt für eine reibungslose Kommunikation mit den übrigen auf dem Rechner installierten Softwarepaketen wie Bild- und Textverarbeitungsprogramme sowie Web-Browser, Fax-, E-Mail- oder OCR-Texterfassungstools.



Der SnapScan e42 läßt sich durch austauschbare farbige Griffe perfekt seiner jeweiligen Umgebung anpassen.

Darüber hinaus gehören zum mitgelieferten Softwarepaket das Bildbearbeitungsprogramm Adobe PhotoDeluxe für Windows-Plattformen und Adobe Photoshop LE für Mac-User. Weitere Programme sind ToolNTM Web Personal für eigene Webkreationen, die Photoalbum-Software Ulead PhotoExplorer und die OCR-Software Iris Readiris für die pro-



Axel Pick, Trade Marketing Manager Digital Imaging, zuständig für professionelle Scanner, stellte das neue Messekonzept von Agfa Deutschland vor. Die drei Geschäftsbereiche Mikrografie und Dokumentensysteme, Consumer Digital Imaging und Grafische Systeme werden ihre neuen Systeme und Lösungen jeweils themenbezogen eingeordnet in die Zielmärkte in den jeweiligen Hallen präsentieren.

professionelle Texterfassung. Eine USB-Schnittstelle für die schnelle Datenübertragung rundet das Leistungsprofil des SnapScan e26 ab, der um die 245 DM (UVP) kosten wird.

e42

Der SnapScan e42 setzt das erfolgreiche Konzept des e40 fort. Er verfügt über eine Auflösung von 1.200 x 2.400 ppi bei einer auf 48 Bit optimierten Farbtiefe und bietet vier programmierbare Aktionstasten, mit denen sich die Scans automatisch beispielsweise in E-Mails oder ins Publishing einfügen lassen. Der mit drei austauschbaren Griffen in drei Farbversionen ausgestattete Scanner ist mit einer USB-Schnittstelle für den schnellen Anschluß und Datenaustausch versehen. Zum Lieferumfang des e42 gehört die neueste Version der Treiber-Software ScanWise. Die 2.0-Ausgabe bietet zahlreiche verbesserte Features wie beispielsweise den Advanced Button, mit dem fortgeschrittene Anwender Veränderungen der Schärfe, Farbbalance etc. vornehmen können. Abgerundet wird das Softwareangebot des e42 durch die



Im trendigen silberfarbenen Gehäuse wurde der neue SnapScan e26 gestylt.

Programme Adobe Photoshop LE, NTM Web Personal, Ulead Photo Explorer und die OCR-Software Iris Readiris. Er wird zirka 419 DM (UVP) kosten.

e52

Der e52 gilt als Nachfolgemodell des e50. Der Scanner mit dem integrierten Durchlichtmodul bietet eine Bildauflösung von 1.200 x 2.400 ppi sowie die Farbtiefe von 48 Bit. Für Abwechslung im Design sorgen drei farbige, austauschbare Griffe. Vier programmierbare Aktionstasten tragen auch bei diesem Modell zur einfachen und schnellen Einbindung der Scans beispielsweise ins Publishing oder in E-Mail-Anwendungen bei. Auch der e52 ist mit der neuen Treiber-Software ScanWise 2.0 ausgestattet. Sie erkennt beispielsweise bei gleichzeitiger Auflage mehrerer Bilder diese jeweils einzeln und plziert schräg aufgelegte Fotos automatisch richtig. Der mit dem gleichen Softwarepaket wie der e42 ausgestattete e52 wird 519 DM (UVP) kosten.



„Indem wir unsere Imaging-Kompetenz auch im Web zur Verfügung stellen, wollen wir als Bindeglied zwischen der Foto- und der Online Business-Welt fungieren“, so faßte Göddertz die Vorzüge des Agfa E-Business-Moduls zusammen.

Alle drei Scanner bieten wie auch die Digitalkameras von Agfa den direkten Zugang zum AGFAnet-Netzwerk. Bei den SnapScan-Modellen sorgt hierfür die mitgelieferte AGFAnet Client-Software. Mit ihr lassen sich eingescannte Aufnahmen via Internet direkt zum Labor schicken, um die dort angebotenen Print-Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen.

E-Commerce-Modul

Wolfgang Göddertz, Leiter des Bereichs New Business der Agfa Vertriebsgesellschaft mbH & Cie, stellte eine Erweiterung

HAGEE

RAHMEN, ALBEN,
 ORDNUNGSSYSTEME
 FÜR FOTOS UND NEGATIVE,
 SCHNITT-PASSEPARTOUTS,
 PORTRAIT-TASCHEN,
 ENDLÖS-LEPORELLOS

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

des AGFAnet-Angebotes vor, die auch ein wichtiger Bestandteil des Messeauftritts des Unternehmens auf der diesjährigen CeBIT sein wird. Agfa wird zukünftig



Zusätzlich zu den Features des e42 verfügt der e52 über eine integrierte Durchlichteinheit.

seinen Handelspartnern ein E-Commerce-Modul anbieten und ihnen damit ermöglichen, eine eigene E-Commerce-Präsenz im Web aufzubauen. Da sich viele Fotohändler immer noch mit dem Thema Internet schwertun und Agfa dem Thema E-Commerce eine große Bedeutung beimißt, hat man sich zur Entwicklung dieses Moduls entschlossen. „Mit dem E-Commerce Modul ermöglichen wir unseren Partnern einen leichten Einstieg ins E-Business. Wir leisten damit einen Kompetenztransfer für unsere Partner, die alle Vorteile des E-Commerce von Anfang an nutzen können, ohne sich um dessen technische Schwierigkeiten kümmern zu müssen“, so Göddertz. Im „Händlerbereich“ des auf der CeBIT erstmalig zu sehenden neuen Moduls haben Agfa-Partner die Möglichkeit, sich selbst und ihr Angebot auf einer eigenen kostenlosen Website darzustellen. Der „Dealer Locator“ faßt als Händlernachweis alle wichtigen Daten mit Suchfunktion für den Endkunden zusammen. Das E-Commerce-Modul ist eine wichtige Ergänzung zu den bisherigen Internet-Tools, die Agfa seinen Partnern zur Verfügung stellt. höl



Mit einer innovativen APS-Verpackung, die flach angeliefert wird und mit wenigen Handgriffen aufgerichtet werden kann, fand Kieser Geschäftsführer Gerhard Kieser positive Resonanz bei amerikanischen Finishern.

Kieser mit der PMG (Packaging Manufacturers Group) auf der PMA

Mehr als Bildertüten

Der Name Kieser steht nicht nur in Europa für hohe Kompetenz bei Verpackungsmitteln für das Fotofinishing. Das Unternehmen aus Neusäss bei Augsburg hat sich durch seine Kompetenz sowohl bei der technischen Herstellung als auch beim Datenmanagement eine führende Marktposition geschaffen. Bei seinem ersten Auftritt als Aussteller auf der PMA präsentierte sich Kieser als Mitglied der PMG Group (Packaging Manufacturers Group), um im Verbund mit drei weiteren Verpackungsspezialisten Komplettlösungen für die Fotofinishing-Branche anzubieten. **imaging+foto-contact** hat mit Geschäftsführer Gerhard Kieser über die Marktposition und die Perspektiven für das Unternehmen gesprochen.

imaging+foto-contact: Herr Kieser, worin liegt die besondere Kompetenz Ihres Unternehmens als Anbieter von Fotofinishing-Verpackungslösungen?

Gerhard Kieser: Wir sind seit Jahrzehnten in diesem Sektor aktiv und entwickeln in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden innovative Produkte, die den Anforderungen des modernen Fotofinishing gerecht werden. Das bedeutet weit mehr, als nur Bilder und Auftragstaschen herzustellen, die sich in den Arbeitsablauf eines Labors integrieren lassen. Wir haben von Anfang an Verpackungsmaterialien als wichtiges Marketinginstrument für unsere Kunden betrachtet und bieten darum individuelle Lösungen an, mit denen insgesamt die Zufriedenheit der Verbraucher mit der Fotografie erhöht werden kann. Voraussetzungen dafür sind unsere hervorragende Ausstattung im Bereich der Druck- und Papierverarbeitungstechnik sowie unser profundes Know-how im Datenmanagement.



imaging+foto-contact: Können Sie uns dafür Beispiele nennen?

Gerhard Kieser: Wir befinden uns auf dem absolut neuesten Stand der Drucktechnik und haben im vergangenen Jahr zum Beispiel nahezu komplett auf Computer-to-Plate-Verfahren umgestellt. Das bedeutet nicht nur eine besonders wirtschaftliche Produktion, sondern auch eine erhöhte Flexibilität bei der individuellen Gestaltung der Materialien. Das ist allerdings nur eine Seite. Als Dienstleister stellen wir über ein ausgefeiltes Logi-

gistik-Konzept sicher, daß unsere Kunden jederzeit über die notwendige Menge von Verpackungsmaterialien verfügen können. Unsere Kompetenz im Datenmanagement versetzt uns zudem in die Lage, weitergehende Dienstleistungen zu realisieren, zum Beispiel die komplette Abwicklung personalisierter Direct Mailings für Mailorder-Fotofinisher. Mit solchen Dienstleistungen sind wir übrigens auch außerhalb der Fotobranche ein gefragter Partner, beispielsweise von Versandhäusern oder Logi-



Große Kompetenz im Datenmanagement ist die Voraussetzung dafür, daß Kieser einen großen Teil der in Europa benötigten Formularsätze für UPS herstellt.



stikunternehmen. Dazu gehört zum Beispiel UPS, für die wir einen großen Teil der in Europa benötigten personalisierten Formularsätze herstellen. Die notwendigen Daten werden auf unseren eigenen Servern verwaltet. Das erfordert nicht nur ein perfektes Datenmanagement, sondern vor allem auch die Gewährleistung absoluter Sicherheit und Vertraulichkeit.

imaging+foto-contact: Auf der PMA traten Sie – wie schon zuletzt auf der photokina – als Mitglied der „pmg-group“ auf. Was verbirgt sich hinter diesem Namen?

Gerhard Kieser: Als einer der führenden Anbieter von Fotofinishing-Verpackungen arbeiten wir in der pmg-Gruppe bereits seit einiger Zeit mit drei weiteren Spezialisten in diesem Bereich zusammen, um über ein Netz von Produktions- und Vertriebsstandorten in verschiedenen europäischen Ländern ein Vollsortiment mit höchster Versorgungssicherheit anbieten zu können.



Nachbestellformulare können den individuellen Arbeitsabläufen der Kunden angepasst werden.

imaging+foto-contact: Welche Partner sind das?

Gerhard Kieser: Die längste Partnerschaft verbindet uns mit Innova Print, einem Spezialisten, der Auftragstaschen mit Etikettenverschluß und Latexverschluß im Flexodruck herstellt. Dieses Unternehmen produziert für uns bestimmte Typen, für die wir wiederum den Vertrieb übernehmen. Der zweite Partner, die Offsetdruckerei Schwarzach aus Österreich, ist ein großer Spezialist für Verpackungskartonagen mit einem traditionellen Schwerpunkt im Food-Bereich. Da wir selber keine Kartonagenverarbeitung besitzen, bot sich die Zusammenarbeit mit diesem Spezialisten geradezu an, denn Boxverpackungen aus Karton sind sowohl durch die steigende Anzahl von APS-Aufträgen als auch im Mailorderbereich immer populärer geworden. Unser dritter Partner,



Unter dem Namen Fotolife bietet Kieser ein Sortiment von Minialben, Grußkarten, Kalendern etc. an – und damit zusätzliche Anwendungsmöglichkeiten für Bilder.



Grapha Münchberg, ist ein starker regionaler Anbieter von Fotofinishing-Materialien in Deutschland. Hier liegt die Synergie darin, daß wir einerseits bestimmte Kapazitäten dieses Partners gezielt mitnutzen können, andererseits Grapha von unserer Vertriebsstärke profitiert. Das ist besonders deshalb von Vorteil, weil sich bekanntlich die Fotofinishing-Unternehmen im Zuge der wachsenden Konzentration europaweit aufstellen. Der existierende Grapha-Kundenstamm wird von diesem Unternehmen weiterhin direkt betreut.

imaging+foto-contact: Welche Marktbedeutung hat die pmg-group in Europa?

Gerhard Kieser: Wir betrachten uns als führenden Anbieter, der in den relevanten Märkten für einen Marktanteil von etwa 33 Prozent steht. Das bedeutete allein im Jahre 1999 für Europa 350 Millionen Auftragstaschen, 170 Millionen Bildertaschen, 80 Millionen Eurocombi-Taschen und 250 Millionen Mailorder-taschen. Damit verfügen wir über die größte Kapazität für Photopackaging Produkte in Europa und können durch



Bildertaschen sind von Kieser in zahlreichen Varianten individualisiert erhältlich.

mindestens zwei Produktionsstandorte je Produktgruppe unseren Kunden eine sichere und flexible Versorgung garantieren. Die Bündelung unserer unter-

schiedlichen Stärken gewährleistet zudem eine kreative Produktentwicklung ohne technische Kompromisse und eine ständige Produktivitätssteigerung durch Rationalisierung und Standardisierung von Produktionsabläufen bei zentraler Qualitätssicherung.

imaging+foto-contact: Wie hat sich der europäische Markt für Fotofinishing-Produkte im vergangenen Jahr entwickelt?

Gerhard Kieser: Wir haben im vergangenen Jahr in den wichtigen europäischen Märkten eine weitere positive Entwicklung des Bildermarktes beobachtet. Einzige Ausnahme ist Großbritannien, wo nicht zuletzt das durchweg schlechte Wetter im vergangenen Jahr zu einem Rückgang der Fotoaktivitäten geführt hat. Dagegen verzeichnen wir in Mittel- und Osteuropa zweistellige Zuwachsraten, und selbst in Rußland scheint nach dem deutlichen Einbruch durch die Wirtschaftskrise der Fotomarkt wieder Boden unter die Füße zu bekommen, wenn auch zunächst auf dem Niveau von 1996/1997.

imaging+foto-contact: Stellt die zunehmende Bedeutung der Digitaltechnik besondere Anforderungen an Ihr Unternehmen?

Gerhard Kieser: Zunächst einmal erwarten wir für die nächsten zwei bis drei Jahre keine durchgreifende Änderung im Fotografierverhalten der Verbraucher. Schon allein der hohe Bestand konventioneller Kameras läßt erwarten, daß weiterhin der weitaus größte Teil der Aufnahmen auf Film gemacht und im Großlabor bzw. Minilab entwickelt wird. Es werden ja auch nach wie vor große Mengen analoger Kameras verkauft. Hinzu kommt das Wachstum bei der

Digitalfotografie und auch im digitalen Fotofinishing, zum Beispiel über das Internet. Für uns bedeutet dies zunächst einmal zusätzliches Geschäft, denn wir sind Hersteller von Verpackungsmaterialien und Frachtbriefen. Zudem nutzen gerade Newcomer im Internet-Fotofinishing bereits jetzt unsere Kompetenz im personalisierten Druck und im Datenmanagement für individualisierte Direct Mailings, die wir vom Druck bis zur Postauslieferung komplett abwickeln können. Insofern sind auch eventuelle Umstrukturierungen im Fotofinishing für uns kein Grund zur Sorge.

imaging+foto-contact: Sie haben sich in diesem Jahr erstmals mit einem eigenen Stand an der PMA beteiligt. Kann man daraus schließen, daß Sie auch außerhalb Europas Chancen für Wachstum sehen?

Gerhard Kieser: Selbstverständlich wird Europa unser Hauptmarkt bleiben, zumal wir auch hier noch deutliche Wachstumschancen sehen. Allerdings haben sich unsere Aktivitäten auch in der Vergangenheit nicht auf Europa beschränkt.

So haben wir schon vor Jahren damit begonnen, die ersten Kontakte nach China zu knüpfen und im Jahr 2000 erstmals einen Großauftrag für einen amerikanischen Kunden abgewickelt. Letzteres hat uns ermutigt, jetzt auf der PMA Flagge zu zeigen. Wir sehen durchaus die Möglichkeit, auch in Nordamerika einen realistischen Marktanteil zu gewinnen, indem wir auf unsere besonderen Stärken setzen, ohne die etablierten amerikanischen Anbieter zu imitieren.

imaging+foto-contact: Warum sollte sich ein amerikanischer Großfinisher für einen Verpackungspartner in Europa entscheiden?



Taschen, Datenverwaltung und die komplette Abwicklung von Werbeaussendungen für den Mail-orderbereich gehören ebenfalls zur Palette von Kieser.



Hochwertige Kartonagenverpackung für höherpreisige Bilderlinien. Rechts: Auftrags- und Kombitaschen sind eine klassische Domäne von Kieser.

Gerhard Kieser: In unserem Programm befinden sich Produkte mit einer Ausstattung und auf einem Qualitätsniveau, wie sie zur Zeit in Nordamerika kaum erhältlich sind. Das ist unsere Chance. Wir wollen nicht allen amerikanischen Großfinishern alles verkaufen, sondern einer speziellen Zielgruppe die Möglichkeit geben, sich durch exklusive Merkmale von ihren Mitbewerbern zu unterscheiden. Dabei setzen wir auf unser hohes Qualitätsniveau, exklusive Produkte – Fototaschen mit Klebeverschluß gab es bisher nur in Europa – und natürlich unser Know-how in der Datenverarbeitung, das uns in die Lage versetzt, individualisierte Lösungen mit einem Höchstmaß an Sicherheit anzubieten. Gerade in einem preislich so hart umkämpften Markt wie den USA kann unsere traditionelle Strategie, Verpackungsmaterialien als Marketinginstrumente für das Bildergeschäft zu betrachten, unseren potentiellen Partnern deutliche Wettbewerbsvorteile bringen.

imaging+foto-contact: Haben Sie auf Ihrem PMA Stand auch Neuheiten präsentiert?

Gerhard Kieser: Wir haben unsere gesamte Produktpalette vorgestellt, einschließlich der Neuheiten von der photokina, die jetzt verfügbar sind. Dabei handelt es sich zum einen um unsere Boxverpackung für APS Aufträge, die wenig Lagerplatz benötigt, dasie flach angeliefert wird, aber mit wenigen einfachen Handgriffen aufgerichtet werden kann. Die andere photokina-

Neuheit ist die Polycombi-Tasche. Sie ist eine besonders wirtschaftliche Weiterentwicklung unserer bewährten Eurocombi-Tasche und kann durch einen einfacheren Produktionsprozeß vollständig im Rotationsverfahren



hergestellt werden. Das kürzere Negativeil der Polycombi-Tasche paßt bei Nachbestellungen perfekt in normale Auftragsaschen.

imaging+foto-contact: Eine Frage zum Abschluß: Neben Verpackungsmaterialien bieten Sie für die Fotobranche auch unter dem Namen Fotolife eine Palette innovativer Papierprodukte an, in die Bilder leicht integriert werden können. Welchen Stellenwert hat diese Produktlinie für Sie?



Gerhard Kieser: Fotolife ist ein Sortiment interessanter Artikel wie Minialben, Kalender, Grußkarten, Fotopostkarten usw., das für Fotohändler eine sinnvolle Ergänzung des Bildergeschäftes darstellen kann. Wichtig bei diesen Produkten ist der Marketingeffekt für unsere Kunden, denn Fotolife bietet innovative Anwendungsmöglichkeiten für Bilder.

Rein quantitativ macht dieses Sortiment einen sehr kleinen Teil unserer Produktion aus, ist aber ein gutes Beispiel für die generelle Philosophie unserer Fotoprodukte, nicht nur einem bestimmten Zweck gerecht zu werden, sondern den Bildermarkt insgesamt positiv zu beeinflussen.

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

Hätten Sie's gewusst?

b+h

BECKER+HACH

Mehr als ein neuer Anstrich

b+h, Europas große Marke für Bild und Rahmen, setzt Zeichen für das neue Jahrtausend.

Einer mehr als 50-jährigen Tradition verpflichtet, kommuniziert unser zeitgemässer und prägnanter Auftritt die Verbindung von Sicherheit und Vertrauen mit neuen Ideen und Sortimenten, inspiriert durch internationale Wohn- und Designtrends.



- Alu Arte
- Clix
- Color
- Dreamlight
- Elegance
- Energy Art Frame
- Euro-Cut
- Galerie Passepartout
- Metal Decor
- Nature
- Photo Collection
- Portrait

neu

energy art frame



Energy Art Frame

Der energetische, dreidimensionale Bilderrahmen. Ein patentierter, gewölbter Bilderrahmen, der vor der Wand zu schweben scheint und nach der Feng-Shui-Lehre den Raum energetisiert.

www.energy-art-frame.de

Portrait



Portraitrahmen

Exklusive b+h Designlinie mit durchgängigen, unverwechselbaren Stilelementen: Basismaterialien aus Holz, Metall und Stein im perfekten Zusammenspiel mit sympathischen, erdverbauungsgerechten Bildeinlegern. Die Familie wird wachsen.

Dreamlight



Dreamlight

Innovative Bildleuchte, die Bilder zum Strahlen bringt. Der elektrisch beleuchtete Rahmen verbreitet stimmungsvoll warmes, leicht gedämpftes Licht. Wahlweise in Metallic oder farbigem Acryl-Rahmen-Look.

Japan Photo setzt Erfolg in Dänemark und Norwegen fort

Eigener Weg

Wenn eine Kette von Fotofachgeschäften am digitalen Boom überproportional teilnimmt, gleichzeitig aber in einem um zwölf Prozent sinkenden Spiegelreflexmarkt 30 Prozent zulegt, kommt das nicht von alleine. Ein Blick hinter die Kulissen von Japan Photo, der führenden Fachhandelskette für Foto- und Imagingprodukte und Dienstleistungen in Norwegen und Dänemark, zeigt, wie man mit durchdachten Konzepten im harten Wettbewerb Erfolg haben kann.

Nicht nur der Name, sondern auch die Geschichte von Japan Photo ist ungewöhnlich. Nach dem Start in Dänemark im Jahre 1985 mußten Unternehmensgründer Ib Nørholm und sein Partner René Jensen einige harte Jahre überwinden, in denen das Schicksal des jungen Handelsunternehmens auf des Messers Schneide stand. Erst Anfang der 90er Jahre legten bessere Unternehmensergebnisse den Grundstein zur Expansion, die bis heute zu 18 Japan Photo Fachgeschäften in Dänemark und 22 in Norwegen geführt hat. Im Jahre 1995 begann Japan Photo eine Kooperation mit der CeWe Color Gruppe. Seit Mai 1999 ist die Fachhandelskette eine 67-prozentige Tochtergesellschaft der CeWe Color AG & Co. oHG Nordcolor, die für die skandinavischen Aktivitäten der Gruppe zuständig ist. Dabei operiert Japan Photo nach wie vor als unabhängige Gesellschaft mit René Jensen

als Geschäftsführer. Die Stärken der Muttergesellschaft, zu der vornehmlich eine Kunden-Lieferanten-Beziehung besteht, kommen naturgemäß im Bildergeschäft zum Tragen.

René Jensen, Geschäftsführer von Japan Photo, will durch einen professionellen Internetauftritt einen hohen Marktanteil bei Online-Fotofinishing-Dienstleistungen gewährleisten.



Durchdachtes Konzept

Bereits der für Skandinavien durchaus ungewöhnliche Name Japan Photo ist Programm. „Fotoamateure assoziieren mit Japan ein Kamerasortiment von höchster Qualität“, erläutert René Jensen. „Dabei schreiben wir das Wort Photo, anders als im Dänischen oder Norwegischen, bewußt mit Ph, um eine gewisse Internationalität zu signalisieren. Der Kunde soll

Die 10er Karte für die Filmentwicklung, die die Kunden im voraus bezahlen, bestimmt auch das Design der Visitenkarte von René Jensen.





Dr. Jens Tiemann ist das für Skandinavien zuständige Vorstandsmitglied der CeWe Color Gruppe.

den Eindruck haben, daß wir direkt mit den Herstellern zusammenarbeiten.“ Unterstrichen wird dieses Konzept durch den aus der japanischen Flagge entliehenen roten Punkt und die japanischen Schriftzeichen im Firmenlogo.

Obwohl im Inneren vieler Japan Photo Geschäfte die Bildertheke und das Zusatzsortiment wie Rahmen und Alben einen dominierenden Raum einnehmen, ist das Hardware-Geschäft außerordentlich wichtig. Rund 40 Pro-

zentrieren können. Marketing, Buchhaltung, Einkauf und Logistik werden zu nahezu 100 Prozent von der Unternehmenszentrale der Japan Photo Holding in der Nähe von Oslo gesteuert. Regelmäßige Schulungen (für Verkaufspersonal dreimal im Jahr, für Filialleiter viermal) stellen sicher, daß die Mitarbeiter auch in Zeiten

an dem nicht nur die Digitalkamera, sondern auch die Internetseiten und die Online-Dienstleistungen des Unternehmens demonstriert werden können. Dabei zeigt schon das geringe Durchschnittsalter des Verkaufspersonals (25 Jahre in Dänemark und 28 Jahre in Norwegen), daß es sich hierbei um Menschen handelt, für die der Computer ein selbstverständlicher Bestandteil des Alltags ist. Der Erfolg gibt dieser Strategie Recht: Mit 2,7 Millionen NKR (ungefähr 350.000 Euro) liegt der Pro-Kopf-Umsatz bei Japan Photo überdurchschnittlich hoch.

Dabei ist er allein im vergangenen Jahr um acht Prozent gewachsen – zum Teil natürlich auch durch die teuren Digitalkameras.

Unterschiedliche Märkte

Zwar sind sich der dänische und der norwegische Foto- und Imagingmarkt in Größe und Struktur sehr ähnlich, es gibt aber auch unterschiedliche Verbrauchergewohnheiten, auf die sich Japan Photo mit differenzierten Marketingansätzen einstellt. So werden beispielsweise in Norwegen höhere



10er Karten für die Film-entwicklung gibt es in unterschiedlichen Versionen für 35 mm, APS und Diafilme.

des rasanten Wandels immer auf der Höhe der Technik sind. „Dabei kommt es nicht nur auf die Vermittlung von Produktwissen oder Verkaufsstrategien an“, erklärt René Jensen. „Wichtig ist, daß bei den Zusammenkünften ein Teamgeist entsteht, der durch gemeinsame Freizeitaktivitäten besonders gefördert wird. Im Grunde fühlen wir uns wie eine große Familie.“ Dabei sollen die Mitarbeiter nicht nur über profundes Fotowissen verfügen, sondern vor allem in der Digitaltechnik fit sein. Schließlich steht in jedem Japan Photo Shop auch ein Computer,

zent des Umsatzes werden mit Kameras erzielt. Durch die Steigerungsraten bei den vergleichsweise teuren Digitalkameras ist dieser Anteil im letzten Jahr überproportional gewachsen. Zubehör und Filme machen 15 Prozent des Umsatzes aus. Elf Prozent entfallen auf die Minilabs, die in jedem Japan Photo Shop betrieben werden. Auf Foto-finishing-Dienstleistungen entfällt ein gutes Drittel des Umsatzes.

Gut ausgebildetes, junges Personal

Es gehört zur Philosophie von Japan Photo, daß sich die Mitarbeiter der einzelnen Filialen voll auf den Verkauf



Corporate Identity ist wichtig. René Jensen (Mitte) ist ebenso wie das Verkaufspersonal der Filialen stets im Japan Photo Hemd anzutreffen.



Täglich wechselnde witzige TV-Spots mit einem japanisch aussehenden Protagonisten kurbelten zur Weihnachtszeit den Umsatz bei Japan Photo an.

Preise für Kameras leichter akzeptiert. „Norwegische Verbraucher stellen außerordentlich hohe Qualitätsansprüche“, betont René Jensen. „Darum sind ihnen ausgesprochene Billigangebote oft verdächtig und tragen nicht zum Image eines Handelsunternehmens bei.“ Japan Photo kann in Norwegen auf einen Marktanteil von nicht weniger als 25 Prozent im Spiegelreflexgeschäft verweisen. Dabei legte das Unternehmen allein im vergangenen Jahr um 30 Prozent zu, während der Spiegelreflexmarkt in Norwegen um zwölf Prozent zurückging. Zu einem positiven Image bei den Spiegelreflex-Amateuren trägt insbesondere auch die Verbindung zu CeWe Color bei. „Als Tochtergesellschaft des größten europäischen Fotofinishers sind wir zum Beispiel in der Lage, regelmäßig preisgünstige Posteraktionen durchzuführen“, erklärt René



Jensen. „An den großen Bildern sind naturgemäß Spiegelreflexfotografen besonders interessiert. Allein bei unserer letzten Aktion im Oktober vergangenen Jahres konnten wir 70.000 Poster an den Mann bringen – das ist ungefähr das übliche Gesamtvolumen des norwegischen Marktes.“ Das Geschäft mit hochwertigen Kame-

ras ist auch in Dänemark wichtig, obwohl Japan Photo hier nicht über einen so dominierenden Marktanteil verfügt wie in Norwegen. In den 18 dänischen Geschäften spielt dagegen das Bilder-geschäft eine besonders wichtige Rolle. Dabei spricht Japan Photo – wie in Norwegen auch – mit drei Bilderlinien die wichtigsten Marktsegmente an: Unter der Bezeichnung Standard gibt es die Entwicklung eines 24er Films mit Bildern im 10er Format bereits für etwa 7 Euro. Für 25 Prozent mehr bietet Japan Photo das Agfa Dimax Print, und für nochmals 20 Prozent mehr das 1-Stunden-Bild aus dem Minilab an.

Ein Index Bild gehört bei allen Bilderlinien zum Standard, und für APS gelten dieselben Preise wie für 35 mm Filme.

Fotofinishing im 10er Pack

Die oben genannten Preise gelten allerdings nicht für jeden Kunden. Die einzelne Filmentwicklung mit Bildern ist nämlich rund 30 Prozent teurer. Die günstigen

Preise gelten nur beim Erwerb einer 10er Karte, die in allen Japan Photo Geschäften Gültigkeit hat. Diese Karte wird im voraus bezahlt und verfügt über zehn Felder, die ähnlich wie früher eine Eisenbahn- oder Straßenbahnfahrkarte durch Knipsen entwertet werden. Zu diesem Zweck stehen in dänischen Japan Photo Geschäften sogar alte Entwertungsautomaten öffentlicher Verkehrsbetriebe.

„Dieses erfolgreiche Angebot bindet nicht nur die Kunden an unsere Geschäfte, sondern wird auch ihren Gewohnheiten gerecht“, erklärt René Jensen. „Bei Japan Photo geben seltener Gelegenheitsknipser ihren Film ab, die vielleicht einmal im Jahr zur Kamera greifen. Der durchschnittliche Kunde unserer Geschäfte verbraucht acht Filme im Jahr.“

Digitale Dienstleistungen

Natürlich bedeutet Fotofinishing für Japan Photo am Beginn



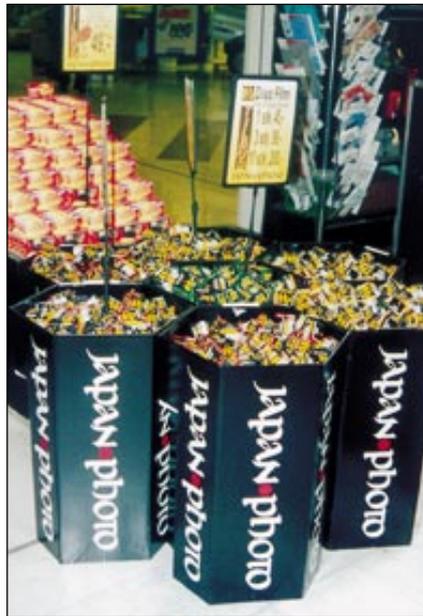
Der Japan Photo Shop im Kopenhagener Einkaufszentrum Fisketorvet signalisiert bereits von außen einen hohen Qualitätsanspruch.

des dritten Jahrtausends nicht nur das Entwickeln und Printen von Filmen. Die Nachfrage nach digitalen Dienstleistungen wächst stetig. Für Analogfotografen ist die preisgünstige Image CD von CeWe Color im Angebot. Bilder von Digitalkameras werden mit Hilfe des digitalen Phototerminals von CeWe Color, das in jeder Japan Photo Filiale steht, ins Großlabor übertragen. Über die Internetseite des Unternehmens (www.japanphoto.dk bzw. www.japanphoto.no) können die Bilddateien zudem über das Internet ins Labor geschickt werden. Abgeholt werden sie dann in der nächsten Japan Photo Filiale. Um diese neue Dienstleistung bekannt zu machen, erhalten die Kunden in den Geschäften Gutscheine über drei kostenlose 10 x 15 Abzüge im Online-Service.

Umfangreiche Marketingaktivitäten

Der Erfolg von Japan Photo beruht nicht nur auf einem durchdachten Geschäftskonzept und gut ausgebildetem Verkaufspersonal, sondern auch auf umfangreichen Marketingaktivitäten, die in der Unternehmenszentrale bei Oslo für alle Geschäfte entwickelt werden. Als einziges Handelsunternehmen in Dänemark und Norwegen verfügt Japan Photo zum Beispiel über eine ansprechende Broschüre, in der alle Fotofinishing-

Mit der Zusendung eines attraktiven vierfarbigen Weihnachtsprospektes machte Japan Photo im Dezember seine Kunden auf die Anzeigen- und TV-Aktion aufmerksam, in der nach Art eines Adventskalenders täglich wechselnde Angebote präsentiert wurden.



Der durchschnittliche Japan Photo Fotofinishing Kunde verbraucht acht Filme im Jahr. Da lohnt es sich, günstige Angebote unter eigener Marke zu präsentieren.

Dienstleistungen und ihre Preise erklärt werden. Zu den Saisonhöhepunkten wie Urlaubszeit oder Weihnachten erhalten die Kunden mit der Post regelmäßig vierfarbige Prospekte mit interessanten Angeboten. Zusätzlich sorgen Zeitungsanzeigen für Nachfrage, bei denen Kameras und Fotofinishing-Dienstleistungen gleichzeitig beworben werden. Zur Weihnachtssaison 2000 setzte Japan Photo zudem erstmals auf eine Kombination von Zeitungsanzeigen und TV-Werbung – und zwar mit einem sehr kreativen Konzept. Sowohl im Fernsehen als auch in den korrespondierenden Zeitungsanzeigen gab es ab 1. Dezember täglich einen neuen Auftritt. Dabei orientierte sich Japan Photo am Prinzip des Adventskalenders und öffnete jeden Tag die Tür zu einem neuen attraktiven Angebot. Die witzigen TV-Spots mit einem asiatisch aussehenden Protagonisten unterstrichen zudem das fernöstliche Image von Japan Photo. Nicht nur durch die Schaltkosten, sondern vor allem auch durch die Entwicklung der Werbekampagne mit 24 verschiedenen Motiven war diese Aktion selbst für ein Unternehmen, das jedes Jahr sechs Prozent des Umsatzes für Werbung ausgibt, außerordentlich aufwendig.

Aber es hat sich gelohnt: „Wir konnten im Dezember unseren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 70 Prozent steigern“, stellt René Jensen zufrieden fest.

Weitere Expansion geplant

Die Verantwortlichen bei Japan Photo werden sich in diesem Jahr nicht auf ihren Lorbeeren ausruhen. Die weitere Expansion muß allerdings den typischen Gegebenheiten der skandinavischen Länder Rechnung tragen. „Um Fachgeschäfte mit attraktivem Preis-/Leistungsverhältnis und gut ausgebildetem Personal rentabel betreiben zu können, braucht man ein überdurchschnittliches Umsatzvolumen pro Filiale“, erklärt René Jensen. „In Norwegen, einem großen Land mit relativ geringer Bevölkerungsdichte, haben wir eigentlich alle größeren Städte besetzt und daher kaum noch Potential.“

In Dänemark sieht es dagegen anders aus. Nach fünf neuen Geschäften in diesem Jahr will Japan Photo allein im Großraum Kopenhagen acht weitere Filialen eröffnen. Dabei hat man nicht nur den dänischen Markt im Visier. Seit Eröffnung der Öresund-Brücke, die Kopenhagen mit der schwedischen Großstadt Malmö verbindet, muß der „Großraum Kopenhagen“ als „Großraum Kopenhagen – Malmö“ neu definiert werden. Drei bis vier der neuen Geschäfte sollen darum auf

Die hochwertigen Agfa Dimax Prints bietet Japan Photo in Dänemark und Norwegen als einziges Unternehmen an.

schwedischem Territorium entstehen – damit errichtet Japan Photo einen Brückenkopf in einem kaufkraftstarken Markt, der etwa eineinhalb mal so groß ist wie der norwegische.

In meinem Leben habe ich immer wieder neu feststellen müssen: Alles kostet seinen Preis! Für viele Menschen in unserem Lande ist es völlig unverständlich, warum Bundesarbeitsminister Walter Riester, der gerade mit seinem neuen Rentenmodell

mehr als nur mit dem Löffel in die Suppe gehauen hat, plötzlich anfängt, ein so heißes Thema wie eine Novelle zum Betriebsverfassungsgesetz anzufassen. Wir können doch alles andere besser gebrauchen, als mit dieser Initiative den Arbeitsfrieden in unserem Lande zu stören. Aus meiner Perspektive muß Bundeskanzler Schröder jetzt den Gewerkschaftsleuten das zurückzahlen, was sie ihm bei der Bundestagswahl an Hilfen geboten haben. Wer sich schon darüber gewundert hat, daß Walter Riester überhaupt zum Minister ernannt worden ist, der muß wissen, daß er vorher der Stellvertreter des Vorsitzenden der IG-Metall Zwickel war, der mit der Aufnahme von Riester in die Regierung einen treuen Kumpanen etablieren konnte, der offensichtlich jetzt den Blanko-Scheck für die Wahlkampfhilfe einlösen will.

Schröder in der „Zwickel-Mühle“

haben werden. Ansonsten hat Herr Müller die Partie gegen Riester schlichtweg verloren. Am schlechtesten kommen bei dieser Hängepartie offensichtlich die mittelständischen Betriebe weg – also gerade jener Bereich, der nach amerikanischem Vorbild für

eine expandierende Wirtschaft besonders wichtig ist. Ein Unternehmer, der an einer Podiumsdiskussion teilnahm, die am 18.2. im Fernsehen übertragen wurde, wies bei der Debatte auf die ungünstige wirtschaftliche Entwicklung in unserem Lande hin. Er selbst habe in Zukunft bei 500 Mitarbeitern mit 700.000 Mark Mehrkosten zu rechnen, wenn die Gesetzeserweiterung von Walter Riester durchkäme. Damit wäre für diesen Unternehmer das, was er überhaupt an Gewinn erzielen könne, a priori verloren.

Wenn man bedenkt, daß 1998 nur vier Prozent aller Betriebe mit 5 bis 20 Mitarbeitern einen Betriebsrat hatten, bis zu 50 Mitarbeitern waren es allenfalls 30 Prozent, wird deutlich, weshalb der Ex-Gewerkschaftler und jetzige Arbeitsminister Walter Riester auf den Gedanken kommt, hier per Gesetz neue Mitglieder für die Gewerkschaften aufzutreiben zu wollen. Dabei stört ihn nicht, daß sich in vielen Betrieben bisher die Arbeitnehmer dafür entschieden haben, lieber selbst ihre Arbeitsbedingungen mit den Unternehmern auszuhandeln.

Als mittelständischer Unternehmer frage ich mich natürlich, wie unsere Regierung auf den Gedanken kommen kann, daß neue ausländische Unternehmen noch Lust verspüren können, sich mit ihren Betrieben in Deutschland anzusiedeln, wenn sie dies mit viel weniger Problemen im nahen Ausland tun können. Auf die massiven Entgegnungen von Professor Rodenstock bei der Fernsehdiskussion am 18.2. glaubte Herr Riester mit seinem Hinweis, daß ausländische Unternehmen im vorletzten Jahr beinahe 250 Mrd. Mark in Deutschland investiert hätten, einen Beweis dafür zu erbringen, daß diese Unternehmen gerne hier nach Deutschland kommen. Da er kein Unternehmer ist, weiß Herr Riester wahrscheinlich auch nicht, daß meines Wissens der größte Teil dieser Investitionen von bereits ansässigen Unternehmen aufgebracht wurde, um Arbeitsplätze einzusparen. Darum sehen unsere Arbeitslosenzahlen heute auch nicht viel besser aus als früher. Die Diskussionen an diesem 18.2. abends in der ARD haben mir gezeigt, daß es zwecklos ist, mit Leuten zu sprechen, die nicht unternehmerisch denken können. Wir werden in Kürze nur darüber Klage führen, daß solche „Riesters“ durch Herrn Schröder zuviel Macht in die Hand bekommen haben, was dazu führen wird, daß die Wirtschaft durch die Mitbestimmungsnovelle eine zusätzliche Kostenlawine von 2,7 Mrd. verkraften muß (laut FAZ vom 7.2.2001), wenn sie Gesetz werden sollte.

Nachdem der parteilose Wirtschaftsminister Müller, aus meiner Perspektive, so kläglich versagt hat, ist mir klar geworden, daß Bundeskanzler Schröder mit seinem Minister Riester in der Zwickel-Mühle sitzt, weshalb die FAZ so schön schrieb: „Der Kanzler wird es richten müssen. Er hat es schließlich auch angerichtet.“ Und auch ich meine, wie Herr Zwickel, „er wird zu Ende denken müssen!“

H. J. Blömer

quickpoint

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Ein Blick zurück in die wirtschaftspolitische Entwicklung unseres Landes hat gezeigt, daß wir ein Betriebsverfassungsgesetz haben, das sich grundsätzlich sehr gut bewährt hat und uns bisher weitgehend vor sogenannten „wilden“ Streiks bewahrte, wie wir sie in diesen Tagen im Ausland erleben konnten, wo z. B. plötzlich die gesamten Mitarbeiter der italienischen Eisenbahn für 24 Stunden die Arbeit niederlegten.

Die sozialen Veränderungen in unserem Lande in Verbindung mit der Globalisierung haben dazu geführt, daß bei den Gewerkschaften ein rasanter Mitgliederschwund hingenommen werden mußte. Deshalb kam es auch zu Konzepten wie „Verdi“, um die gewerkschaftliche Macht wieder zu bündeln, die man zur Gewinnung neuer Mitglieder und bei Bedarf zur Durchsetzung von Lohnerhöhungen usw. entsprechend einsetzen kann. Nun ist es aber bisher nur bei der Ouvertüre von „Verdi“ geblieben. Darum hält man Ausschau, wie die sogenannten „weißen Flecken“, wo es in unserem Lande keine Betriebsräte gibt, beseitigt werden können. Damit ist vor allem der Mittelstand gemeint, der jetzt durch gesetzliche Maßnahmen zur Gründung von Betriebsräten gebracht werden soll, die dann ihre Weisungen von Zwickel und Co. bekommen sollen.

Bei der Novelle zum Betriebsverfassungsgesetz war auch der Wirtschaftsminister Müller gefragt, der eigentlich Garant mit sein sollte für eine verträgliche soziale Marktwirtschaft mit besonderem Schutz des Mittelstandes. Wenn auch Müller angeblich 26 Kritikpunkte am Riester-Vorschlag vorzubringen hatte, konnte er eigentlich nur in einem wesentlichen Punkt etwas erreichen, nämlich daß die Betriebsräte bei den geplanten Investitionen eines Betriebes weiterhin kein Mitspracherecht



Mit verschiedenen Fotoworkshops spricht die Leica Akademie auch in diesem Jahr wieder Einsteiger und Fortgeschrittene an.

Programm der Leica Akademie für 2001

Die Leica Akademie hat ihr Programm für das Jahr 2001 vorgestellt. Die Auswahl an Fotoseminaren, -workshops und -reisen wendet sich gleichermaßen an Einsteiger wie an Fortgeschrittene. Thematisch decken die Angebote dabei mit Aufnahme und Wiedergabe, Farbe und Schwarzweiß, analog und digital das gesamte Spektrum aktueller fotografischer Möglichkeiten ab. Die verschiedenen Basis- und Fortgeschrittenenseminare werden ab einer Teilnahmegebühr von 820 DM angeboten. Die Leica Akademie Reisen des Jahres 2001, die ebenfalls ganz auf die Belange der Fotografie abgestimmt sind, führen in die Türkei, auf die Azoren, nach Finnland, Frankreich und Österreich. Sie kosten zwischen 2.200 DM und 4.250 DM. Die Teilnahme an den Veranstaltungen der Leica Akademie oder Leica Ausrüstung ist nicht vom Besitz einer Leica Kamera abhängig. Wer will, kann allerdings während der Veranstaltungen Leica Produkte ohne zusätzliche Kosten ausleihen und ausprobieren. Das Programm der Leica Akademie kann angefordert werden bei: Leica Akademie, Oskar-Barnack-Straße 11, 35606 Solms.

ZDF porträtiert Leica Fotografen

Das Zweite Deutsche Fernsehen zeigt im April im Rahmen der Sendereihe „37“ ein Porträt des Leica Fotografen Michael



Martin, der von der Leica Camera AG aufgrund seiner überragenden fotografischen Leistungen mit dem Prädikat Leicavision ausgezeichnet worden ist. Den Filmbeitrag wird Martin am Sendetag allerdings nicht sehen können, denn zu diesem Zeitpunkt ist der Fotograf in Begleitung seiner Partnerin, der Kamerafrau Elke Wallner, bereits wieder zu einer zwölfmonatigen Motorradreise zu Wüsten auf fünf Kontinenten unterwegs.

Leica Fotograf Michael Martin bereitet sich derzeit auf eine zwölfmonatige Fotoreise vor.

Zum sechsten Mal lädt Herten zum Fest der Bilder ins Revier

Die Internationalen Fototage Herten, geplant und durchgeführt vom BildForum unter Federführung von Agfa und der Stadt Herten, feiern in diesem Jahr ihr zehnjähriges Bestehen und erleben ihre sechste Auflage. Was als bestauntes Wagnis begann, ist heute ein fester Bestandteil der internationalen Festivalszene und ein weithin beachtetes Medienereignis.

So fand beispielsweise das Festival des Jahres 1999 als einzige deutsche Aktivität im Rahmen des weltumfassenden Festivalverbundes „festival of light“ statt. Dieser umfaßt 22 Fotofestivals weltweit und legt damit Zeugnis von der immer noch wachsenden Bedeutung der Fotografie im gesellschaftlichen und künstlerischen Kontext ab.

Flankierend zu den Internationalen Fototagen startet zeitgleich, ebenfalls initiiert vom BildForum, zum zweiten Mal der Monat der Fotografie im Ruhrgebiet. An diesem betei-

www.fotomarktplatz.de

gen sich wichtige Museen und kulturelle Einrichtungen der Region mit Fotoausstellungen. Alle Aktivitäten werden vom Wirtschaftsministerium des Landes Nordrhein-Westfalen als Projekt gefördert.

Traditionell wird innerhalb des Gesamtprogramms des Festivals, bestehend aus Ausstellungen, Workshops, Symposien, Vorträgen und Events, ein geografischer Themenschwerpunkt gebildet. Nach Südafrika, Rußland, China und Japan wird dies in diesem Jahr Europa sein. Kuratoren aus den Ländern Europas sind aufgefordert, unter dem Titel „Visions of Europe – young contemporary european photography“ aus ihrer persönlichen Sicht Positionen zur jungen Fotografie in ihrem Land zu formulieren. In diesem Zyklus soll auch eine Sammelausstellung junger deutscher Fotografie entstehen, die sich unter dem Titel „Denk ich an Deutschland in der Nacht...“ kritisch, aber auch liebevoll mit der deutschen Wirklichkeit auseinandersetzen wird.

Europa ist auch der schlichte Titel eines opulenten Bilderbogens über das Europa Karls des Fünften, den Carl de Keyzer in seiner unnachahmlich eindringlichen Bildsprache geschaffen hat. Unter gänzlich anderen Sichten und künstlerischen sowie kulturellen Aspekten beleuchtet „go Europe: the kaleidoscopic eye“ das europäische Grundthema: Fotografen aus 33 europäischen Ländern repräsentieren mit ihren Arbeiten das jeweilige Land.

Tradition sind auch die „Jahrhundertausstellungen“ in Herten, die diesmal der koreanischen Fotografie gelten. „100 Years of Korean Photography“ – Bilder aus dem Land der Morgenstille, unter diesem Titel präsentiert sich Korea, das Land, das zunehmend im Blickpunkt des politischen und künstlerischen Interesses steht.

Die Vorbereitungen für das Festival sind in vollem Gange, auf das endgültige Programm darf man gespannt sein.

Pleiten, Pech und Pannen: Die Branche unter Druck

Im Oktober 2000 hatte der überraschende Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens der Carl Braun Camera-Werke die Branche aufhorchen lassen. Bedauerlicherweise handelt es sich bei der Krise des traditionsreichen Nürnberger Herstellers nicht um eine Eintagsfliege. Denn während das Problem für die Nürnberger zum Positiven hin geregelt wurde (siehe S. 58 in dieser Ausgabe), erschütterten neue Katastrophenmeldungen die Branche. So stellte das gleichermaßen etablierte Hamburger Handelshaus Brinkmann ebenso den Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens wie die R. P. Beteiligungsgesellschaft, zu der unter anderem Nina's Bildermarkt und die allkauf-Franchise-Kette gehören. Außerdem gab die belgische Spector-Gruppe bekannt, daß sie ihr finanzielles Engagement bei Photo Porst beendet.



Die Ernst Brinkmann KG in Bochum ist eines der ältesten technischen Kaufhäuser der Brinkmann Gruppe.

Vollkommen ungewiß zeigte sich bei Redaktionsschluß die Zukunft der Brinkmann Häuser. „Eine Entscheidung darüber, was mit den einzelnen Häusern geschieht, wird nicht vor Mitte März fallen“, erklärte Robert Meyer, persönlich haftender Gesellschafter der Ernst Brinkmann KG, gegenüber *imaging+foto-contact*. Derzeit prüfen der Hamburger Rechtsanwalt Burckhardt Reimer als Insolvenzverwalter und eine Unternehmensberatung auf der Grundlage der im vorigen Jahr erwirtschafteten Zahlen verschiedene Sanierungskonzepte.

Das Handelshaus Brinkmann wurde im Jahr 1929 von dem damals 25-jährigen Ernst Brinkmann in

der Wilsdorfer Straße in Hamburg Harburg gegründet. Aus diesem 300 Quadratmeter großen Anfang entwickelte sich bis heute eine Unternehmensgruppe, die inklusive Schwester-/Tochterunternehmen und Filialen insgesamt über 40 technische Kaufhäuser und Fachmärkte in Deutschland, darunter Deutschlands größtes technisches Kaufhaus in der Spitalerstraße in Hamburg, sowie 15 H.O.T.-Filialen (House of Technics) in Finnland unterhält.

Brancheninsider halten die starke Expansion der Gruppe, die mit dem Aufstieg von Robert Meyer, dem Enkel des Firmengründers, auf den Chefsessel deutlich an Dynamik gewann, für eine der Hauptursachen für das derzeitige finanzielle Problem. Immerhin verdoppelte Meyer die Zahl der Filialen seit der Übernahme der Geschäftsführung im Jahr 1986. Unter seiner Regie wurden unter anderem 1987 das erste H.O.T. und nach dem Fall der Mauer verschiedene Niederlassungen in Ostdeutschland gegründet. Auch das Engagement in Finnland begann unter Meyers Führung.

Meyer selbst bestätigte gegenüber *imaging+foto-contact* zwar einen Zusammenhang zwischen dem rasanten Wachstum und den Zahlungsschwierigkeiten, sah darin aber lediglich einen untergeordneten Faktor. Für den Brinkmann-Chef sind vor allem der zunehmende Druck durch Wettbewerber, die relativ schlechten Verkaufsjahre 1999 und 2000 sowie die allgemeine Entwicklung des innerstädtischen Handels die ausschlaggebenden Gründe. „Es gab in den vergangenen Monaten Phasen, in denen innerhalb weniger Tage drei Wettbewerber in unmittelbarer Nähe zu unseren Häusern geöffnet haben“, berichtete Meyer. „Es ist klar, daß dann der Druck auf die Preise steigt.“ Demgegenüber stünde eine Vielzahl von Fix-

- Brinkmann stellt Insolvenzantrag
- Spector steigt bei Photo Porst aus
- Ungewisse Zukunft für allkauf

kosten, die sich nicht beeinflussen ließen. Meyer: „Man kann natürlich nur zwei Seiten Werbung schalten statt vier, aber damit spart man auf Dauer nicht die Beträge ein, die notwendig sind, um der neu entstandenen Wettbewerbssituation erfolgreich gegenüberzutreten zu können.“

Darüber hinaus hätten das Verkaufsjahr 1999 und vor allem das Weihnachtsgeschäft 2000 die Erwartungen nicht erfüllen können. „Tatsache ist, daß wir noch Waren am Lager haben, die eigentlich schon längst hätten verkauft sein sollen“, meinte Meyer. „Und die müssen bezahlt werden.“ In einer solchen Situation könne es zu Zahlungsschwierigkeiten kommen.

Dabei werde die Situation generell von einer sinkenden Kundenfrequenz in den Innenstädten verschlimmert. Meyer: „Verschiedene Untersuchungen zeigen, daß besonders in den Zentren immer weniger Kunden gezählt werden. Unter dieser Situation haben auch viele unserer Häuser zu leiden.“

Alles in allem sei die jetzige Situation vorhersehbar gewesen. Ebenso sei allen Beteiligten klar gewesen, daß eine Kapitalerhöhung notwendig gewesen sei, stellte Meyer fest. „Daß die Banken dieser Kapitalerhöhung plötzlich nicht mehr zugestimmt haben, hat uns sehr überrascht.“



Eine ungewisse Zukunft haben die allkauf-Filialen vor sich.

Zukunft der Marke „Allkauf Foto“ ist ungewiß

„Wir sind ein gesundes Unternehmen, aber wir haben kein Geld.“ Mit diesem Satz beschrieb Rainer Pollmeier, Geschäftsführer der RP Beratungs- und Beteiligungsgesellschaft, im Gespräch mit imaging+foto-contact die Misere, die ihn Anfang des Jahres veranlaßt hat, die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens für die zu seinem Unternehmen gehörenden Fotofilialisten Nina's Bildermarkt, Foto Sommer und allkauf zu beantragen. So verzeichnete das Unternehmen im Januar Außenstände in Millionenhöhe, „von denen wir nicht wissen, ob wir sie jemals sehen werden“, so Pollmeier. Verantwortlich für diese Situation ist nach Pollmeiers Worten die Tatsache, daß die seit Oktober 1998 mit der Übernahme der allkauf-Gruppe von der Metro geplante Umwandlung der Filialbetriebe in selbständige Franchiseunternehmen zu schleppend verlief. Ursprünglich war geplant, diese bis Dezember 2000 abgeschlossen zu haben. Dieses Ziel wurde jedoch nicht erreicht, so daß sich letztlich die zur Weiterführung des Geschäftsbetriebes notwendigen liquiden

ALL DIGITAL TECHNOLOGY

Perfekte Passbilder – jetzt auch mit digitaler Kamera und erweiterten Printerfunktionen

Bewährte Sofortbildqualität – 6 verschiedene Bildformate wählbar

Automatische Synchronisation – automatischer Weißabgleich

Rationelle Arbeitsweise – gleichzeitiges Fotografieren und Drucken

Für die Passbildfotografie konzipiert – garantiert 100%ige Kundenzufriedenheit

Einzigartig – umfassendes Produktprogramm inkl. Zubehör und Verkaufssupport

Leichte Installation, einfache Bedienung – profitieren Sie vom Know-how des Marktführers

NEU

Die volldigitale SPd360

Perfekte digitale Passfotos – auf Knopfdruck!

Die ultimative Lösung für die Passbildfotografie

„Polaroid“ und „Studio Polaroid“ sind Marken der Polaroid Corporation, Cambridge, Mass., U.S.A.

Bitte senden Sie mir umgehend Informationen über die neue Polaroid SPd360!

Herr/Frau _____

Firma _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Tel./Fax _____

Senden Sie den ausgefüllten Coupon an
Polaroid GmbH, 63015 Offenbach
 oder faxen Sie uns: **069/84 04-333** www.polaroid.de

IF/06/02/01

Mittel dem Ende zuneigten. „Uns fehlen schlicht und einfach ein Investor oder eine Bank, die bereit gewesen wären, die fehlenden Beträge aufzubringen“, sagte Pollmeier. So habe es zwar Zusagen über finanzielle Fördermittel der öffentlichen Hand gegeben, für die Übernahme der fehlenden 20 Prozent habe sich jedoch niemand gefunden.

Diese Situation gelte vor allem für das gesamte Unternehmen mit seinen Filialen, also den unselbständigen Geschäften. In vergleichbarer Form aber auch für die Interessenten, die sich mit dem Gedanken befaßt hätten, sich mit einem Franchiseunternehmen selbständig zu machen oder dies in der Vergangenheit getan hatten. „Bei allen allkauf Franchisepartnern, das sind derzeit rund 100, läuft das Geschäft überdurchschnittlich gut“, stellte Pollmeier fest. „Aber um sich selbständig zu machen, benötigen die Partner gewöhnlich einen Kredit. Und hier dauerte es in der Regel viele Wochen, bis alles in trockenen Tüchern war. Viel zu lange, und vor allem viel länger als wir erwartet haben.“ Die gesamte Situation würde sich nach Pollmeiers Meinung „sicherlich anders präsentieren, wenn die öffentlichen Mittel nicht durch das Nadelöhr privater Banken müßten, denen mittelstandsfreundliche Konzepte fremd sind“.

Ob und, wenn ja, wie es für die RP Beratungs- und Beteiligungsgesellschaft sowie Nina's Bildermarkt, Foto Sommer und die unselbständigen allkauf-Läden weitergeht, ist ungewiß. Zwar suchte Insolvenzverwalter Axel Mark, Rechtsanwalt aus Dortmund, bis kurz nach Redaktionsschluß noch nach einem passenden Sanierungskonzept, doch Rainer Pollmeier zeigte sich ob der Erfolgsaussichten wenig zuversichtlich. Sollte sich keine zufriedenstellende Lösung finden, würden insgesamt rund 300 Mitarbeiter ihren Arbeitsplatz verlieren.

Spector Gruppe beendet Engagement bei Photo Porst

Schlechte Nachrichten trafen Anfang Februar auch in der Schwabacher Zentrale von Photo Porst ein: Die Spector Photo Gruppe, Wetteren, Belgien, hatte bekanntgegeben, die Investitionen in

das Unternehmen Photo Porst zu stoppen. Das Schwabacher Fotohandelsunternehmen wird demzufolge mit sofortiger Wirkung nicht mehr in den Ergebnissen der Spector Photo Gruppe konsolidiert. Der belgische Foto-finishing- und Einzelhandelskonzern rechnet mit einer außerordentlichen Abschreibung in Höhe von 47 Millionen Euro durch das Ende des Porst Engagements.

In einer Presseerklärung aus dem

Kapitalspritzen der derzeitigen Gesellschafter rechnen.

Bis Redaktionsschluß ist es imaging+foto-contact nicht gelungen, direkt mit einem der drei Photo Porst Vorstände, Diederick Hendrick Vandekerckhove, Johann Peter Würmli und Christian Bährisch, in Kontakt zu treten. Zur Beschreibung der derzeitigen Situation und zu den Perspektiven des Unternehmens müssen wir uns daher auf eine Presseerklärung beschränken, die das



Das Tagesgeschäft der Photo Porst Filialen soll trotz der Beendigung des Spector Engagements unangetastet bleiben.

Hause Spector wurde betont, daß Photo Porst im Jahre 2000 einen substantiellen Verlust bei der Spector Photo Gruppe verursacht hat. Nach 58 Millionen DM Verlust im Jahre 1998 habe Photo Porst im Jahre 1999 den Break-Even erreicht, sei aber im vergangenen Jahr bei einem Umsatzzuwachs von nur zwei Prozent und zurückgehenden Margen wieder in die roten Zahlen geraten.

Die Spector Photo Gruppe setzte im vergangenen Jahr 775 Millionen Euro um (acht Prozent mehr als im Vorjahr) und erzielte einen operativen Cashflow von sechs Prozent. Ohne den Verlust bei Photo Porst, so wurde von den Belgiern betont, hätte die Cashflow-Marge neun Prozent betragen.

Das Ende des Porst-Engagements sei nach Angaben von Spector notwendig geworden, um die Aktivitäten der gesamten Gruppe nicht weiter zu gefährden. Spector habe Maßnahmen zur Verbesserung der finanziellen Struktur eingeleitet und könne mit weiteren

Schwabacher Unternehmen nach der Entscheidung der Spector Gruppe, das finanzielle Engagement bei Photo Porst einzustellen, herausgegeben hat. Darin heißt es: „Die eingeleiteten Umstrukturierungs-Maßnahmen bei Photo Porst, die seit Dezember 2000 mit der externen Unterstützung der Unternehmensberatung Roland Berger & Partner durchgeführt werden, zeigen bereits erste Erfolge. Diese werden nicht gefährdet durch die Bekanntgabe der Spector Gruppe, das finanzielle Engagement für die Photo Porst AG einzustellen.“

Das Tagesgeschäft bleibt von dieser Entscheidung des Gesellschafters unbeeinflusst. Photo Porst verfügt über ausreichende Kreditzusagen der Hausbanken, die eine kontinuierliche Fortführung des Unternehmens ermöglichen. Der seit Anfang diesen Jahres amtierende Vorstand ist von der Zukunft des Unternehmens überzeugt und wird den eingeschlagenen Weg konsequent fortsetzen.“ hepä



Qualifizieren Sie sich für weiterführende
Positionen im Fotohandel durch den

30. Hauptlehrgang

des Photo- und Medienforums Kiel. Diese 6-monatige Weiterbildung
zum/zur

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

findet als Vollzeitlehrgang von **7. Januar bis 28. Juni 2002**

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:

Photo+Medienforum Kiel

Feldstraße 9-11

24105 Kiel

Telefon 04 31 - 57 97 00

Telefax 04 31 - 56 25 68

E-Mail: mail@photomedienforum.de

Olympus Profi Workshop „Digitale Portraitfotografie“

Die Camedia Damen

Mit zwei Veranstaltungen zum Thema „Digitale Portraitfotografie“ setzte Olympus im Januar die Serie Workshops im Rahmen des „SPOT“-Händlerprogramms fort. Daniela und Nicole Urbschat, zwei der profiliertesten Vertreterinnen der Portraitfotografie in Deutschland, berichteten über ihre Erfahrungen mit der Olympus Camedia E-10.



Mit professionellem Leistungsprofil für digitale Portrait-Fotografie gut geeignet: die Olympus Camedia E-10



„Die Workshops sind im Rahmen des Olympus Partnerschaftsprogramms SPOT wichtige Elemente, um unsere Handelspartner zu motivieren, künftig noch erfolgreicher mit Olympus zusammenzuarbeiten“, betonte Martin Hubert, Bereichsleiter Consumer Products, in Berlin. „Das Thema Portraitfotografie ist die konsequente Fortführung des bisherigen Programms. Die ersten Workshops machten unsere Händler fit für den Euro, bei den zweiten ging es unter dem Thema „Digitalfotografie“ darum, mit Hardware Geld zu verdienen, und jetzt demonstrieren wir mit dem Schwerpunkt „Portrait“ Konzepte, mit Bildern Umsatz und Rendite zu steigern.“ Neben den Urbschat-Schwestern war die innovative Digi-

Martin Hubert, Bereichsleiter Consumer Products bei Olympus, konnte Nicole (links) und Daniela

Urbschat davon überzeugen, daß sie ihre Bildideen auch mit Digitaltechnik anspruchsvoll umsetzen können.

talkamera Camedia E-10 der Star der Veranstaltungen. Denn das Leistungsprofil dieses digitalen Spiegelreflex-Kamerasystems wird professionellen Anforderungen gerecht. Dies gewährleistet nicht nur der extrem hochauflösende 2/3-Zoll-Bildsensor mit vier Millionen echten Pixeln, sondern auch ein Objektiv, mit dem die Leistung des Chips wirklich ausgenutzt werden kann. Mit hochwertigen optischen Elementen wie einer ED-Linse und zwei Asphären hat Olympus eine hervorragende Qualität des 4-fach-Zoomobjektivs sichergestellt, dessen Brennweite dem Bereich 35–140 mm im Kleinbildformat entspricht. Dabei ermöglicht die große Anfangsöffnung von 2,0-2,4 professionelle Bildgestaltung, bei der dank Programm-Blenden- und Zeitautomatik sowie der Möglichkeit zu manueller Einstellung keine Belichtungs Kompromisse gemacht werden müssen. Professionell sind auch die Schnelligkeit des Gerätes (bis zu drei Bilder/Sekunde), die Abspeicherung von Bildern als unkomprimierte TIFF-Datei oder im RAW-

Modus, die Einsatzmöglichkeit von SmartMedia- und CF2-Karten als Speichermedium und die Energieversorgung mit einem Lithium-Polymer-Akku im optionalen Power Grip. Damit steht auch dem Einsatz außerhalb des Studios nichts im Wege. Dabei ermöglicht die minimale Auslöseverzögerung von 60 Millisekunden Echtzeitfotos auf Spiegelreflex-Niveau.

Studio Urbschat: Diva für einen Tag

Im Rahmen des Workshops konnten die Teilnehmer dieses Leistungsprofil der Camedia E-10 nicht nur unter Studiobedingungen mit gutaussehenden Modellen ausprobieren, sondern gleichzeitig einen Einblick in die Arbeitsweise der Portraitfotografinnen Daniela und Nicole Urbschat gewinnen. Ihren hohen Bekanntheitsgrad haben die beiden Berliner Schwestern nicht nur durch die von ihnen entwickelte Stilrichtung des „Imphotismus“ erlangt, einer künstlerischen Verfremdung von Bildern, die Bilder aus dem Studio Urbschat bereits in



▲ Ein typisches Beispiel für die Bilder, mit denen das Studio Urbschat erfolgreich ist.

Originelle Verfremdungen sind mit digital aufgenommenen Bildern vergleichsweise einfach zu realisieren.



▶
◀
Digitales Portrait, beim Workshop mit der Camedia E-10 aufgenommen.



Museen nach New York brachte, sondern auch durch ein ausgefeiltes Marketingkonzept für Portraitfotografie. Seit Jahren können die vorwiegend, aber nicht ausschließlich weiblichen Kunden des Studios das Gefühl erleben, ein Star zu sein und sozusagen zur „Diva für einen Tag“ werden. Neben den beiden Schwestern und vier angestellten Fotografinnen kümmert sich ein ganzes

Team von Assistentinnen darum, daß die Motive im wahrsten Sinne des Wortes ins beste Licht gerückt werden. Das Ergebnis sind Glamour-Fotos höchster Qualität, bei denen sich die Kunden auf dem Fotopapier als Hollywood-Star oder auch als Playboy-Modell wiederfinden. Dabei, so betonen die beiden Schwestern, komme es nicht allein auf das Bild an, sondern ebenso auf das Erlebnis, im Fotostudio im Mittelpunkt zu stehen und durch ein kompetentes Team Sicherheit für das Posieren als Modell zu erhalten. Die Kosten für eine solche Session (das gute alte Wort Sitzung paßt hier wirklich nicht hin) betragen ab DM 750,-, die obligatorische Make-up-Vorbereitung

im Wert von DM 150,- und mehr nicht eingeschlossen. Nach oben hin sind eigentlich kaum Grenzen gesetzt: Die Bilder können nicht nur in allen denkbaren Formaten, sondern auch als komplettes Album, als Kalender oder auf unterschiedlichen Materialien bestellt werden. Dabei entsteht der größte Teil der Abzüge im eigenen Labor. Damit der Kundenstrom nicht abreißt, sorgen preiswerte Aktionen unter bestimmten Themen (z. B. Göre der Stadt, Teenie der Stadt etc.) für Überwindung der Schwellenangst, denn hier gibt es die Aufnahmen inklusive eines 9 x 13 Bilde kostenlos, Packages ab DM 45,-. Haben die Kunden einmal Studioluft gewittert, steht weiteren Sessions bestenfalls die Größe des Geldbeutels im Wege – allerdings bietet das Studio Urbschat nicht

Es muß nicht immer Glamour sein: Digitale Paßfotos mit der Camedia E-10

Nicht nur bei der hochwertigen Portraitfotografie, sondern auch im Brot- und Buttergeschäft mit Paßbildern wurde die Camedia E-10 auf dem Berliner Workshop demonstriert. Allein die Größe dieses Marktes legt es nahe, sich über mehr Wertschöpfung in diesem Bereich Gedanken zu machen: 25 Millionen Paßbild-Sets werden in Deutschland pro Jahr verkauft. Der durchschnittliche Bundesbürger läßt sich alle 3,5 Jahre für offizielle Dokumente fotografieren.

Für den Einsatz einer Digitalkamera sprechen zum einen die Kosten: Einem Materialaufwand von etwa DM 1,50 steht ein möglicher Verkaufspreis von DM 15,- bis DM 25,- gegenüber. Hinzu kommt, daß kein Ausschuß entsteht, denn die Kunden können am Bildschirm das beste Bild ohne vorhergehenden Materialeinsatz aussuchen. Die Möglichkeit der digitalen Retusche zur Beseitigung kleiner Hautunreinheiten erhöht die Zufriedenheit mit dem Ergebnis.

Zudem bieten die digitalen Bilder, die ja in hoher Auflösung vorliegen, große Möglichkeiten zum Hochverkauf, z. B. als Schnellportrait für die Brieftasche oder den Bilderrahmen. Wer will, kann sie zudem auf Diskette mit nach Hause nehmen und seiner Liebsten per E-Mail schicken – natürlich gegen Aufpreis.

Olympus bietet für den Paßbildbereich verschiedene Komplettkonfigurationen an, vom mobilen StudioCar mit Kamera, TV-Gerät und P-330 NE Drucker bis zum komplett ausgestatteten Ministudio mit Beleuchtung, Rechner für die Bildbearbeitung, verschiedenen Druckern und auf Wunsch multimedialer Anbindung zu E-Mail oder Internet. Damit



Olympus bietet verschiedene Varianten von digitalen Paßbild-Studios an.

können zwei Quadratmeter im Geschäft zu einem kompakten und ertragreichen Profitcenter werden.

Kai Baumann, Schulungsleiter bei Olympus, posierte für digitale Paßbilder made by Camedia E-10.



nur Teilzahlungsmöglichkeiten, sondern auch preiswerte „Assistententage“, bei denen das Portraiterlebnis bereits ab DM 400,- zu haben ist – und als angenehmer Nebeneffekt die fortgeschrittenen Azubis eigene Erfahrungen „am lebenden Objekt“ sammeln können. Ganz nebenbei haben die Urbschat-Schwester außer dem Fotostudio noch einen zweiten Geschäftszweig entwickelt: Die fürs Make-up eingesetzten Kosmetikprodukte können unter dem Namen „Urbschat Fotogen“ auch käuflich erworben werden.

Marketing mit Pixeln

Bis zum Herbst des vergangenen Jahres waren die Urbschat-Schwester davon überzeugt, daß sich das hohe Qualitätsniveau ihrer Bilder nur mit analogen Verfahren realisieren lasse. Es bedurfte einiger Überzeugungsarbeit durch Martin Hubert, um das Berliner Duo zu einem Versuch mit der Olympus Camedia E-10 zu bewegen. Der Einsatz unter Praxisbedingungen hat die beiden Fotografinnen allerdings schnell über-

zeugt – und zwar nicht nur wegen der unbestreitbar professionellen Qualität der Bilder. Allein der preiswerte digitale Ausdruck (bis zum Format A4 mit dem Olympus P-400 Drucker) sparte innerhalb eines Jahres dem Studio Urbschat rund 100.000 DM. Die Daten von Bildern für größere Formate wandern zur Zeit noch über das Netz zu einem Dienstleister, wo sie auf Fotopapier belichtet werden. Demnächst soll ein bellise Inkjet-Großformatdrucker von Gretag Imaging, der in Berlin bereits im Einsatz zu sehen war, für die Produktion im eigenen Hause sorgen.

Neben der perfekten Technik und der Kostenersparnis hat allerdings die Möglichkeit, Digitalfotografie als Marketinginstrument einzusetzen, die Urbschat-Schwester besonders überzeugt. Die Kundinnen können die Bilder unmittelbar nach der Fotosession begutachten und sozusagen noch im Hochgefühl des Diva-Erlebnisses aussuchen. Das macht sich in einer deutlichen Steigerung des durchschnittlichen Auftragswertes bemerkbar. Zudem können

digitale Retuschen nicht nur kleine Hautunregelmäßigkeiten beseitigen, sondern auch extra berechnet werden. Und mit Hilfe eines Datenprojektors wird eindrucksvoll demonstriert, wie die Bilder in großen Formaten wirken. Zu diesem Zweck können sie sogar in Rahmen hineinprojiziert werden, um das Endergebnis möglichst realistisch zu simulieren.

Erlebnisreicher Workshop

Die beeindruckende Arbeitsweise von Nicole und Daniela Urbschat, die bei den Workshops in Berlin live erlebt werden konnte, inspirierte die Teilnehmer zu eindrucksvollen eigenen Arbeiten, für die gutaussehende Modelle posierten. Dabei handelte es sich wohlgerne nicht um Profis, sondern um Kundinnen des Studios, die offensichtlich von einer Art Suchtvirus befallen waren, der vom Namen Urbschat ausgeht. Glaubt man den beiden erfolgreichen Schwestern, kommt diese Krankheit in Berlin inzwischen häufiger vor.

Adobe Photoshop Elements – Lösung für Amateur-Fotografen

Adobe Systems präsentiert mit Adobe Photoshop Elements eine preisgünstige Bildbearbeitungssoftware für Amateur-Fotografen sowie Hobby- und Business-Anwender. Mit der einfach zu bedienenden Software lassen sich Bilder, die mit Digitalkameras und Scannern erfaßt wurden, in Profi-Manier retuschieren und selbst Web-Grafiken entwerfen. Beim Einstieg in die grundlegenden Bildbearbeitungstechniken hilft die „Hinweise“-Palette: Sie enthält Illustrationen und Tips zu den Werkzeugen und Paletten aus Adobe Photoshop Elements. Die „Rezepte“-Palette unterstützt den Anwender interaktiv bei der Durchführung von komplexen Bearbeitungstechniken. Auf der Web-Site von Adobe können weitere sogenannte Rezepte heruntergeladen werden, die dann automatisch in die Software integriert werden. Mit der „Adobe-Photomerge“-Technologie läßt sich aus mehreren Bildern ein stufenloses Panoramafoto erstellen. Das Programm paßt dazu sowohl die Bildgrößen als auch den Blickwinkel auf das Motiv an und verschmelzt mehrere Aufnahmen zu einem Bild. Der „Filter-Browser“ bietet einen kompletten Überblick über die mehr als 95 Filter aus Adobe Photoshot Elements. In Miniaturansichten wird das Resultat eines Effektes auf einer Grafik angezeigt, so daß der Anwender den passenden Filter herausfinden kann.

Die deutschsprachige Version von Adobe Photoshop Elements erscheint im zweiten Quartal dieses Jahres. Das Programm ist verfügbar für die Betriebssysteme Windows 98, Windows 98 Version 2, Windows 2000, Windows NT 4.0 und Windows Millenium Edition sowie für Macintosh OS 8.6, 9.0, 9.0.4 und 9.1. Für die ersten drei Monate nach der Einführung kann die Software zum Sonderpreis von 215,- DM angeboten werden. Im Anschluß gilt die unverbindliche Preisempfehlung von 280,- DM.

„Digital-Photo-Service-Paket“ von Sony

Mit dem „Digital-Photo-Service-Paket“ von Sony können Fotohändler ihren Kunden das komplette Spektrum an Digitalfoto-Dienstleistungen anbieten. Das Paket enthält einen PC, inklusive CD-Brenner, und einen Monitor von Sony sowie das bereits installierte DPS-Fotosoftware-Paket von Axiom Connection Ltd. Die Software, die im „DPS-Gate“-Einstiegspaket enthalten ist, ermöglicht die Erstellung von Indexausdrucken und die Speicherung der Fotos des Kunden auf CD. Die erweiterte „DPS“-Version bietet die Möglichkeit, Bilder ins Internet zu stellen, sie per E-Mail zu versenden oder mit Hilfe eines angeschlossenen Flachbettscanners Repros zu erstellen. Ein Wechsel von „DPS-Gate“ zu „DPS“ ist mit einem Software-Upgrade möglich. Der Computer verfügt über einen PC-Card-Steckplatz für Sony Memory Sticks und andere in Digitalkameras gebräuchliche Speichermedien. Außerdem im Lieferumfang enthalten sind der Filmscanner Sony UY-S90 und der Indexdrucker UP-DP10. Optional kön-

nen weitere Elemente wie beispielsweise der Farbsublimationsdrucker UP-D70A gewählt werden.

Minit Colors mit erster Filiale in Hamburg

In der Alsterpassage am Jungfernstieg in Hamburg hat Minit Colors auf knapp 50 Quadratmetern eine neue Filiale eröffnet. Minit Colors ist eine Vertriebslinie der Minit Service GmbH. Bekannt wurde Minit durch „Mister Minit“, den Schuhreparatur- und Schlüssel-Schnelldienst. Minit Colors ist das jüngste Service-Kind, gedacht für frequentierte Standorte in Deutschlands Großstädten. Innerhalb von einer Stunde – auf Wunsch auch ab 30 Minuten – entwickelt Minit Colors Fotos in Premiumqualität. Zudem kann der Kunde seine Fotos auch in Form von Grußkarten, Kalendern und CD-Hüllen anfertigen lassen. Minit Colors nutzt die Agfa-Minilab Technik. Neben der neuen Filiale ist Minit Colors in Bielefeld, Düsseldorf, Köln, Mülheim, München und Oberhausen vertreten. Nach Ostern ist eine weitere Geschäftseröffnung in Hamburg geplant.

SAMSUNG

Digimax 210 SE

Jetzt lieferbar!



NEU

2,1 Megapixel für gestochen scharfe Fotos

Digimax 35 MP3

Drei in einem!

Digitalkamera



Webcam



MP3-Player



Tel.: 0 61 96-66 53 01 · Fax: 0 61 96-66 53 33
E-Mail: info@samsung-camera.com

www.samsungcameras.de

Digitale Spiegelreflexkameras für Profifotografen

Nikon D1X und D1H



Bereits das im September 1999 vorgestellte digitale Spiegelreflexkameramodell D1 von Nikon fand bei den Profifotografen aufgrund seines ausgewogenen Preis-/Leistungsverhältnisses viele Freunde. Jetzt präsentiert Nikon gleich zwei Nachfolgemodelle, bei deren Konzeption Wünsche und Bedürfnisse von Verbrauchern berücksichtigt wurden: Der Fotograf hat nun die Auswahl zwischen der hohen Bildauflösung, die die D1X bietet, und der schnellen Reaktionsbereitschaft der D1H.

Die D1X ist mit einem 5,47-Megapixel-Sensor ausgestattet, der Aufnahmen in einer Größe von 3.008 x 1.960 Pixeln (je nach Bedarf steht auch eine niedrigere Auflösung von 2.000 x 1.312 Pixeln zur Verfügung) erzeugt. Die Kamera verfügt über verbesserte Farbmanagementfähigkeiten, so daß sie auch für Color-Anwendungen, an die höhere Ansprüche gestellt werden, geeignet ist. Durch die neue Software Nikon Capture werden Farbtiefen bis 16 Bit unterstützt. Die

Farbqualität kann sowohl für Feinkorrekturen bei der Aufnahme im Studio als auch bei der späteren Nachbearbeitung der gespeicherten RAW-Daten ausgenutzt und beibehalten werden.

Bilder mit Speed

Zu den herausragenden Features der D1H zählt ihre Serienbildfunktion, mit der sich bis zu 40 Aufnahmen in Serie bei einer Geschwindigkeit von fünf Bildern pro Sekunde aufnehmen lassen. Darüber hinaus bietet sie eine schnelle Datenverarbeitung, kurze Speicherzeiten beim Schreiben auf die CompactFlash-Karte und eine schnelle Datenübertragung zum Computer, die vor allem der höheren Transferrate der integrierten IEEE-1394-/Firewire-Schnittstelle zu verdanken ist.

Gemeinsame Features

Beide Kameras arbeiten mit einer neuentwickelten digitalen 3D-Matrixmessung (3D-Farbmatrixmessung, TTL-Weißabgleich und Tonwertkorrektur), die für eine präzise Belichtungssteuerung, eine adaptive Weißabgleichsautomatik und eine optimale Farbtreue sorgt.

Der Empfindlichkeitsbereich entspricht 125 bis 800 ISO für die D1X und 200 bis 1.600 ISO für die D1H. Für unterschiedliche Farbmanagement-Workflows (optimiert für den sRGB-Farbraum und den Adobe-RGB-Farbraum) stehen zwei Farbmodi zur Auswahl.

Die hohe Verarbeitungsgeschwindigkeit der Kameras zeigt sich auch an den extrem kurzen Verschlusszeiten von 1/16.000 Sekunde und einer Blitz-

synchronisation von bis zu 1/500 Sekunde. Darüber hinaus ist ihre Auslöseverzögerung genauso kurz wie beim Vorgängermodell D1, ebenso die schnelle Betriebsbereitschaft der Kameras nach dem Einschalten.

Bei der Konzeption der neuen digitalen Spiegelreflexkameramodelle wurde auf optimale Bedienerfreundlichkeit geachtet. Ein neu entwickelter TFT-LCD-Farbmonitor mit 130.000 Bildpunkten und weißer Hintergrundbeleuchtung sorgt für eine präzise Motivkontrolle. Das Menü des Farbmonitors zeigt 35 vorkonfigurierte Systemfunktionen an, und die Menüsprache läßt die Auswahl zwischen Deutsch, Englisch, Französisch und Japanisch. Eine schnelle Bildwiedergabe und die Rückkehr zur Aufnahmebetriebsart ist über eine Ein-Tasten-Bedienung möglich. Bildvergrößerungen und Bildindex sind mit neun oder vier Segmenten darstellbar. Der LCD-Monitor bietet eine hundertprozentige Übereinstimmung des Bildes. Zur Abspeicherung der Bilder unterstützen die Kameras CompactFlash-Speicherkarten (Typ I und II) sowie den Microdrive von IBM.

Durch die verlustfreie Komprimierung der Raw-Daten wird eine gleichbleibende Bildqualität gewährleistet, die CompactFlash-Karte besser ausgenutzt und der Datentransfer beschleunigt. Der Termin der Markteinführung und die Preise der Digitalkameras werden zu einem späteren Zeitpunkt bekanntgegeben.

höl



Michael Stepien (l.), Leiter des Geschäftsbereichs Consumer Products, Nikon GmbH, präsentierte sich am Nikon-Stand auf der PMA mit einem der neuen digitalen Spiegelreflexmodelle. Geschäftsführer Hayato Kamijo zeigte das neue „Klassiker-Modell“, die manuelle SLR-Kamera FM3A.

Gastmarke Sanyo bei Hama

Nach den etablierten, wiederaufladbaren Nickel-Metallhydrid-Batterien hat Zubehörexperte Hama nun auch leistungsfähigere Lithium-Batterien des Herstellers Sanyo im Programm. Besonders Fotografen werden die Vorteile der neuen „Advanced Lithium“ zu schätzen wissen, die es in den Typen CR-123A, CR2/3V, 2CR5/6V, CR-P2/6V, CR-1/3N/3V und 2CR-1/3N/6V gibt. Die „Advanced Lithium“ von Sanyo besitzen neben der besseren Leistung auch höhere Belastbarkeit und Haltbarkeit. Blitzschnell stellen die Energiezellen ihre Power zur Verfügung und kommen dabei lange nicht außer Atem. Die geringe Selbstentladung bei den Sanyo-Markenbatterien verstärkt die Zuverlässigkeit noch zusätzlich. Weiteres Plus: Die neuen Batterien sind leichter als vergleichbare Typen, und auch bei niedrigen Außentemperaturen steht noch Energie zur Verfügung. Der emp-

fohlene Verkaufspreis liegt je nach Modell zwischen 8 und 20 DM.

SmartMedia mit 128 MB

Seit Ende Januar liefert Delkin Devices SmartMedia-Karten mit einer Kapazität von 128 MB aus. Inzwischen verwenden 48 Prozent der zur Zeit aktuellen Digitalkamera-Modelle für die Bildspeicherung dieses Medium. Zählten bislang 64 MB-SmartMedia-Karten zum Standard, erweitert das neue Speichermedium die Anwendungsmöglichkeiten von professionellen Digitalkameras wie beispielsweise Fujifilm S1 Pro oder der Olympus 4-Megapixel-Kamera E-10 enorm. So lassen sich beispielsweise mit der S1 Pro, die Auflösungen von 3040 x 2016 Pixeln bietet, 264 Bilder im Basic JPEG Mode, 110 im normalen JPEG-Mode und sechs Aufnahmen im unkomprimierten TIFF-Format speichern. Noch für dieses Jahr plant das Unternehmen die Einführung einer 1 Gigabyte-SmartMedia-Karte.

Technologie für die Optimierung des Fotodrucks

Mit einer neuen Technologie für die Optimierung des Fotodrucks baut Epson seine Position im Bereich der digitalen Fotografie weiter aus. Das neue Print Image Matching (PIM) eröffnet unabhängig von Marke und Modell den Nutzern von Digitalkameras einen komfortablen Weg, um Fotos auf einem Epson Stylus Fotodrucker in hervorragender Qualität auszugeben. Mit der neuen Technologie will Epson dem auftretenden Problem, daß trotz des Einsatzes leistungsfähiger Digitalkameras und Drucker die Bilderergebnisse vielfach nicht zufriedenstellend sind, entgegenwirken. Den Grund hierfür sieht das Unternehmen darin, daß die von der Kamera erfaßten Daten nicht eins zu eins an den Drucker übertragen werden, sondern einen Umweg über die Farbsysteme des PCs nehmen. Da diese einen wesentlich kleineren Farbraum aufwiesen als Drucker- und Digitalkamerasysteme, käme es zu entsprechenden Daten- und Qualitätseinbußen. Das von der Seiko Epson Corporation in Zusammenarbeit mit führenden Digitalkameraherstellern entwickelte Print Image Matching wird in zukünftige Epson Modelle (Drucker und Digitalkameras) integriert werden. Die neue PIM-Technologie gewährleistet die optimale und direkte Interaktion von Kamera und Drucker, vorausgesetzt beide Geräte unterstützen diese Technologie. Ihre Vorteile liegen in der vollständigen Übertragung des Kamerafarbraums zum Drucker sowie in bildkontrast und -helligkeitstimmigen Ausdrucken mit natürlich wirkenden Farben. Kameraherstellern ist es inzwischen möglich, auf den jeweiligen Kameratyp abgestimmte Parameter festzulegen, um die Bildqualität für einen Print Image Matching unterstützenden Epson Stylus Photo Drucker zu optimieren. Mit PIM lassen sich über 20 verschiedene Parameter wie Farbraum, Graustufen, Kontrast, Schärfe, Helligkeit, Sättigung, Rauschkorrektur, Farbbalance usw. individuell kontrollieren. Aus Anwendersicht gestaltet sich die Nutzung des Print Image Matching denkbar einfach. Mit der Festlegung des Bildtyps, wie beispielsweise Automatisch, Portrait, Landschaft etc. nimmt die Kamera das Bild auf und fügt automatisch die optimalen Bildeinstellungen hinzu. Diese zusätzlichen Druckparameter werden als Teil des Exif-Headers in die Standard JPEG-Datei geschrieben und von einem Drucker mit PIM-Support ausgelesen, der die zusätzlichen Informationen für die Perfektionierung des Ausdruckes nutzt.

SAMSUNG

Compact Flash Karten



Karten von 8 MB bis 128 MB Speicherkapazität.



Certificate No. FM 26868
ISO 9001 Acquisition

Smart Media Karten

Karten von 8 MB bis 64 MB Speicherkapazität.



Certificate No. FM 26868
ISO 9001 Acquisition



FOTO VERBUND
HANDELSGESELLSCHAFT MBH
Marie-Curie-Straße 8
D-59192 Bergkamen
Telefon: 0 23 89 / 9800-20
Telefax: 0 23 89 / 9800-68
E-Mail: verkauf@fotoverbund.de

www.samsungcameras.de

Die neue Casio-Digitalkamera QV-3500EX:

Einfach Digital mit Bestshot-Funktion



Casio präsentiert mit dem neuen Digitalkamera-Modell QV-3500EX das Nachfolgemodell der vielfach ausgezeichneten QV-3000EX/Tr.

Sie bietet durch eine Vielzahl neuer Features wie Bestshot, deutschsprachige Menüführung und TIFF-Format noch mehr Bedienkomfort und durch einen Objektivadapter die Einsatz-Möglichkeit von Filtern und Konvertern. Der neu zum Marketingleiter der MIP- (Mobile Information Products) Division bei Casio berufene Michael Langbehn stellte bei seinem Besuch der *imaging+foto-contact*-Redaktion das neue Flaggschiff vor.

Die elegant in mattschwarzgestylte 3,34-Megapixeldigitalkamera ist mit der Funktion Bestshot ausgestattet, die mit nur einem Tastendruck eine Vielzahl von voreingestellten Programmautomatiken zur Verfügung stellt. Insgesamt 28 Einstellungen für typische und häufig wiederkehrende Aufnahmesituationen wie Portrait, Tieraufnahmen oder Abendstimmung sorgen dafür, daß auch ungeübte Anwender zu hochwertigen Bilderergebnissen gelangen können. Zusätzlich wird zur Kamera eine CD ausgeliefert mit 36 weiteren Bonus-Programmen, so daß auch speziellere Aufnahmesituationen wie Sportveranstaltung, Aquarium oder Feuerwerk dem Anwender zur Verfügung stehen. Darüber hinaus bietet die CD einen freien Programmspeicher in dem eigene Einstellungen gespeichert werden können. „Die Bestshot-Funktion ist ein Feature der neuen Kamera, das wir auch bei unseren Marketing-Aktivitäten besonders hervorheben werden, da durch diese Funktion selbst ungeübte Anwender zu hervorragenden Bilderergebnissen kommen können“, betonte Langbehn. Neben der Bestshot-Funktion erleich-

tert eine Reihe von flexiblen automatischen Funktionen (Einzelbild, Serienbild, Filmmodus, Panoramaaufnahme, Landschaftsaufnahme, Portrait, Nachtaufnahme, Makrofoto und Timeraufnahme) die Kamerabedienung.



Michael Langbehn wurde im Rahmen der Neustrukturierungen Casios zur Erschließung der osteuropäischen Märkte zum neuen Marketingleiter der MIP-Division berufen. Mit seinem schlagkräftigen Team steuert er die Bereiche PR, Werbung, Produktmarketing, Verkaufsförderung und Eventmarketing.

Neben dem bisher angewendeten JPEG-Format ist mit der QV-3500EX auch die Möglichkeit gegeben, die Fotos im unkomprimierten TIFF-Format (Tagged Image File Format) zu speichern. Für mehr kreativen Spielraum sorgt das Objektiv-Filter-Gewinde (für 58 mm Module) am Zoomobjektiv. Es bietet die Möglichkeit, über einen optional erhältlichen Aufsatz verschiedene Filter und Konverter für den Tele- bis hin zum Makrobereich einzusetzen.

Zoom-Objektiv

Die Digitalkamera ist mit einem einfachen optischen Zoomobjektiv von Canon ausgestattet, das Lichtstärken zwischen $F=2.0$ und 2.5 und Brennweiten von $f=7$ mm bis 21 mm ermöglicht. Bei 35 mm-Kameras würde das einer Brennweite von 33 bis 100 mm entsprechen. Die Blende ist automatisch und manuell in sechs Stufen (2, 2.3, 2.8, 4, 5.6 und 8) einstellbar. Die Entfernung reicht im Normalbereich von 30 cm bis unendlich, im Makromodus sogar runter bis zu 6 cm. Der integrierte 4-Funktionen-Blitz der Kamera besitzt eine Reichweite, die zwischen 0,5 und 4 m liegt und hat eine Funktion zur Reduzierung des Rote-Augen-Effekts. Die Belichtungszeit läßt sich durch den CCD- und den mechanischen Verschluss zwischen 60 und 1/1000 Sekunde variieren. Zusätzlich steht ein Bulb-Verschluss zur Verfügung.

Für die Belichtungsmessung stehen die drei Methoden Multibelichtung (z. B.

Landschaftsaufnahmen), Spotbelichtung (für Portraits) und Zentrumswertbestimmung (bei unterschiedlichen Lichtverhältnissen in einem Motiv) zur Auswahl.

Für die Motivkontrolle steht neben dem optischen Sucher mit Dioptrinanpassung ein farbiges 1,8" HAST-Flüssigkeitskristalldisplay mit 122.100 Pixeln zur Verfügung. Es ist in einer speziellen TFT-Technik, dem Hyper Amorphous Silicon Verfahren, gefertigt. Diese Technologie sorgt unter anderem durch eine spezielle Entspiegelung für ein helles und kontrastreiches Bild. Darüber hinaus verfügt die QV-3500EX über einen zwischen PAL und NTSC umschaltbaren Videoausgang, so daß die Aufnahmen auch auf dem Fernseher betrachtet werden können.

Photo Loader

Zum Lieferumfang gehört auch die Software Photo Loader. Sie erkennt automatisch die per USB-Kabel angeschlossene QV-3500EX, transferiert die Bilder und speichert sie – sortiert nach Datum – in Verzeichnissen. Von dort aus sind sie dann per Index oder als Einzelbilder über einen Webbrowser aufzurufen. Die ebenfalls im Lieferumfang enthaltene Software PhotoFit 99 SE von Silverlab unterstützt die Anwender bei der Bildbearbeitung und der Vorbereitung für den Ausdruck, indem sie die Bilder bis zu „über sieben Millionen Pixel fein“ ausgibt.

Speicherprobleme sind beim Einsatz der QV-3500EX trotz Aufnahmen in der EXGA-Auflösung von 2048 x 1536 Pixeln von vornherein ausgeschlossen, da sie zusammen im Bundle mit dem IBM 340 MB Microdrive ausgeliefert wird. „Wir zählen inzwischen bei IBM zu den größten Abnehmern des Microdrive-Speichermediums. Probleme bei der Verwendung des Microdrives wie sie im Zusammenhang mit Kameras anderer Hersteller aufgetreten sein sollen, sind bei unseren Kameras trotz umfangreicher Tests noch nie vorgekommen“, so Langbehn. Darüber hinaus bietet sie aber auch Steckplätze für CompactFlash-Karten vom Typ I und II. Für niedrig aufgelöste Fotos ist neben dem Microdrive auch eine 8 MB-CompactFlash-Karte beigelegt. Die QV-3500EX wird ab April dieses Jahres lieferbar sein und kostet 1.898 DM. höl

Casio startet in Osteuropa durch



Ricky L. Stewart

Casio hat die jungen, aufstrebenden Märkte in Osteuropa fest im Blick: Die Deutschland-Niederlassung des japanischen Elektronikkonzerns trägt nun auch die Verantwortung für die Erschließung der osteuropäischen Märkte im Bereich Mobile Information Products (MIP).

Günter Grefen, General Division Manager von MIP, hat Matthias Schumacher (36) zum Sales Manager East Europe berufen.

Gleichzeitig wurde Ricky L. Stewart (41) zum Senior Sales Manager für Deutschland und Österreich befördert. Die Verantwortung für den Vertrieb in diesen Ländern hatte sich der langjährige Casio-Manager bis Ende 2000 mit Matthias Schumacher geteilt. Mit dem Neuzuschnitt der Verantwortlichkeiten und neuen Vertriebsmitarbeitern will Casio nun auch in Osteuropa durchstarten, ohne dabei die strategischen Märkte in Deutschland und Österreich aus den Augen zu verlieren. Mit dieser Aufwertung würdigt die Konzernzentrale in Tokio die überdurchschnittliche Performance der deutschen Niederlassung.

Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

J. H. Annacker GmbH

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

Batavia

Multimedia AG

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

Bremaphot

Biedebach & Co. (GmbH & Co.)

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

Dominik Dinkel KG

80336 München • Landwehrstr. 6

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

Hansephot GmbH

18184 Neuendorf • Mecklenburger Str. 5

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

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 Fachberater für den Einkauf in 2001

Nützliches Werkzeug für den mobilen Einsatz



RDC-i 700 – Multimedia-Tool

Ricoh hat mit der RDC-i700 eine Digitalkamera vorgestellt, deren multimediale Fähigkeiten weit über die reine Bildaufnahme hinausgehen. Neben der Bilderfassung unterstützt sie mit verschiedenen Features die Internet-Kommunikation und liefert zahlreiche Funktionen für das Datenmanagement. Als Begleitung auf Geschäftsreisen unterstützt sie den Anwender bei der Optimierung und Beschleunigung von Arbeitsprozessen. imaging+foto-contact hat das MultiMedia-Talent einmal näher betrachtet.

In bezug auf die Bilderfassungsfähigkeiten der RDC-i700 läßt diese kaum Anwenderwünsche offen. Sie ist mit einem leistungsstarken 3,4-Megapixel-CCD ausgestattet, der die Aufnahmen je nach Wunsch im JPEG-Format oder unkomprimierten TIF-Format speichern kann. Das 3fach optische Zoomobjektiv bietet eine Brennweite von 35 bis 105 mm, rechnet man sie ins Kleinbildformat um. Damit stehen dem Anwender ausreichend Möglichkeiten zur Verfügung, um das Motiv im gewünschten Blickwinkel festzuhalten. Makroaufnahmen erlaubt die Kamera im normalen Aufnahmemodus bereits ab einem Abstand von nur einem Zentimeter, so daß auch das Festhalten von feinsten Details und sogar von Schriftstücken möglich ist. Geschäftsreisende, die Dokumente erfassen möchten, kön-

nen den Textmodus (schwarzweiß binäre Bilderfassung) nutzen und sich zu Hause in aller Ruhe selbst kleingedruckte Details der erfaßten Dokumente ansehen.

Monitor

Unterwegs ist das mit 3,5“ für eine Digitalkamera ungewöhnlich große TFT-LCD nicht nur ein Instrument für die Bildkontrolle, sondern wird mit Hilfe des mitgelieferten Griffels zur Basis für alle weiteren Aktionen, die mit der Kamera durchführbar sind. Am Display können den aufgenommenen Fotos entweder als Anhang oder direkt ins Bild mit Hilfe des Stiftes handgeschriebene Notizen

zugefügt werden. Wer es übersichtlicher möchte, verwendet für die Eingabe eine virtuelle Tastatur.

Eine weitere Möglichkeit, um zu einer Aufnahme Anmerkungen festzuhalten, bietet die Funktion zur Aufzeichnung von Sprachnotizen. Mit ihr lassen sich Standbilder mit Ton unterlegen. Anwender, denen diese Eindrücke noch nicht lebendig genug sind, haben die Möglichkeit, ihren Motiven in Filmsequenzen (AVI-Format) eine realistische Dimension zu verleihen.

Die RDC-i700 wird mit zwei (inklusive einer Ersatzbatterie) wiederaufladbaren Lithium-Ionen-Akkus und dem dazu passenden Ladegerät ausgeliefert, so daß trotz des großen Monitors, der hochauflösten Standbilder und der Movies immer genügend Energiereserven zur Verfügung stehen. Optional ist darüber hinaus auch ein Netzgerät erhältlich, mit dem die Kamera betrieben werden kann.

Direktübertragung zum PC

Für die direkte Übertragung der Bilder zum PC oder Mac läßt sich die Kamera nach der Installation der passenden Software via USB-Kabel mit dem Arbeitsplatz verbinden. Nach nur wenigen Schritten (ausführliche Anleitungen sowohl für PC- und Mac-Nutzer liegen der Kamera bei) werden die Bilddaten zum Computer übertragen und können von dort aus wie andere Bilddaten des Anwenders (beispielsweise durch Weiterverarbeitung in Photoshop) gehandhabt werden.



Links im PC-Schacht der RDC-i700 steckt eine Mobiltelefonkarte von Nokia, die den Versand von Bilddaten ermöglicht. Händler, die auch Telekommunikationsprodukte im Sortiment haben, können sie als Zubehör zur Kamera verkaufen.



Detailreiche Aufnahmen erlaubt die mit einem 3,3-Megapixel ausgestattete Kamera.

Internetkommunikation

Für den mobilen Versand von Aufnahmen oder Textdaten bietet die Kamera verschiedene Möglichkeiten. Sie ver-



Die sofortige Bildkontrolle des gewählten Motivs ermöglicht der große Monitor der RDC-i700.

fügt über einen PC-Kartenschacht, der mit Hilfe von Kommunikationskarten (Mobiltelefon, LAN, Modem, ATA) für die Datenübertragung genutzt wird. Ricoh führt im Prospektmaterial eine

Reihe geeigneter Produkte, die mit der Kamera verwendbar sind, auf. Ideal für unterwegs, wenn kein Telefonanschluß in der Nähe ist, ist beispielsweise die Cardphone 2.0 von Nokia. In diese wird einfach die SIM-Code-Karte des Handys integriert, bevor sie in den PC-Schacht der Kamera übertragen wird.

Um die unterschiedlichen Kommunikations- und Internet-Funktionen der Kamera nutzen zu können, müssen zunächst verschiedene Einstellungen vorgenommen werden. Die einmalige Programmierung der Kamera mit den benötigten Daten, beispielsweise für den E-Mail-Versand ist etwas zeitaufwendig, aber in jedem Fall lohnend, wenn man bedenkt, wie unkompliziert und schnell danach der Datenversand zum Computer, ins Internet oder zu einer in der Kamera gespeicherten E-Mail-Adresse erfolgen kann. Die benötigten Informationen wie Telefonnummer, PPP-Konto oder POP-Kennwort erhält man über seinen Internet-Provider bzw. den Systemadministrator. Sind diese ausführlich in der Bedienungsanleitung beschrieben Einstellungen erfolgt, kann es losgehen.

Die Kamera ist mit einer Quick Send-Funktion ausgestattet, mit der die Bil-

der mit zwei Stifteingaben am Monitor direkt zu einer vom Anwender bei der Einrichtung der RDC-i700 festgelegten E-Mail-Adresse (wer viel unterwegs ist kann beispielsweise die eigene E-Mail-Adresse am Arbeitsplatz in der Firma wählen) verschickt werden können. Für die herkömmliche E-Mail-Übertragung kann der Anwender bis zu 50 E-Mail-Adressen in der Kamera speichern. Um die Übertragung zu beschleunigen, stehen fünf Formate (Originalgröße, 1/2, 1/3, 1/6, 1/12) zur Anpassung der Datengröße zur Verfügung.

FTP-Ladefunktion

Die RDC-i700 bietet die Möglichkeit, daß der Anwender seine Bilder auch auf eine Internetseite übertragen kann. Dafür stellt die Kamera Routinen für das Einfügen der Bilder in HTML-Dokumente ebenso zur Verfügung, wie für das Übertragen der Daten in Webseiten per FTP. Nachdem der Anwender über das Menü den Ordner ausgewählt



Kein Bestechungsgeld, sondern ein in halber Auflösung von Ricoh an unsere Redaktion verschicktes Bild über die E-Mail-Funktion der Kamera.

hat, in dem sich die von ihm benötigten Aufnahmen befinden, drückt er die Job-Navi-Taste der Kamera, wählt den

Unterscheiden Sie sich von Anderen – Photopacker F5

Welt **neu** heit



- Innovative und pfiffige Präsentation der Bilder
- Automatisches Eintaschen der Bilder in Folie
- Werben Sie mit individuell erstelltem Cover
- Multifomat! Für Formate 9 x 13, 10 x 15, 13 x 18 und APS



DOHM GmbH · Blumenstraße 31 · D-72127 Mähringen · Tel. 07071/91 29-0 · Fax 07071/91 29-31 · Internet: www.dohm.de · e-mail: info@dohm.de

Menüunterpunkt „HTML File Creation“ und anschließend die HTML-Vorlage (z. B. „Geschäftliches“ oder „Privates“), in die die Bilder eingebettet werden sollen. Anschließend können die Bilder herausgesucht werden, die auf der Webseite erscheinen sollen. Nach der Bestätigung erstellt die Kamera dann automatisch eine HTML-Datei. Anschließend wird im Kommunikationsmenü „FTP Upload“ ausgewählt, der Name der Verbindung, unter der die Telefonnummer bei der Einrichtung der Kamera gespeichert wurde, aufgerufen, die hochzuladende Datei ausgewählt und verschickt. Die RDC-i700 stellt die Verbindung zum Internet her und überträgt die Daten auf die entsprechende Internetseite.

Mit der zuvor mit den nötigen Providern Daten gespeisten Kamera kann auch mittels der vorinstallierten Browsersoftware im Internet gesurft werden, beispielsweise um die zuvor ins Netz geschickten Daten direkt zu überprüfen. Diese Methode, ins Netz zu gehen, empfiehlt sich aber nur, wenn keine anderen Möglichkeiten vorhanden sind, da der datenintensive Aufbau von Webseiten oder das Umblättern innerhalb des Webauftritts mit Hilfe der Kamera einige Zeit in Anspruch nimmt.



Mit Hilfe des mitgelieferten Griffels lassen sich aufgenommene Dateien gleich am Kameramonitor weiterbearbeiten, in die entsprechenden Ordner ablegen oder für eine der verschiedenen zur Verfügung stehenden Versandformen vorbereiten.

Wenn der Büro-PC des Anwenders mit einem Modem verbunden ist, kann dieses von der RDC-i 700 angewählt werden, so daß die Bilddaten direkt über die Telefonleitung übertragen werden können, was schneller geht als über das Internet.

Wenn es nur um den Inhalt der aufgenommenen Bilder und nicht um eine hohe Bildqualität geht, können im

Textmodus aufgenommene Bilder auch direkt an ein Faxgerät geschickt werden.

Datenverwaltung

Auch zum Thema Datenverwaltung hat das MultiMedia-Talent von Ricoh einiges zu bieten. Für berufliche Anwender, die häufig gleiche Bildfolgen, zum Beispiel bei der Schadensaufnahme von Versicherungsfällen, aufnehmen müssen, bietet die Kamera den virtuellen Assistenten JOB Navi. Die in den Lieferumfang der Kamera integrierte Software-CD enthält Muster-Dokumentvorlagen für Microsoft Excel oder Word, mit deren Hilfe eine automatische Aufnahmeliste (Image Capture Guide List) erstellt werden kann. Dafür wird zunächst mit Hilfe der Software-Vorlagen am PC eine Liste mit der Reihenfolge der benötigten Bilder erstellt und diese auf CompactFlash- bzw. PC-Karte abgespeichert. Anschließend wird die Speicherkarte mit der Guide-List in die Kamera eingesetzt, die J(Job Navi)-Taste aktiviert und die benötigten Bilder in der Reihenfolge der Liste aufgenommen. Nach dem Übertragen

der Bilder an den PC werden sie automatisch in das Originaldokument der Vorlagen integriert.

Mit Hilfe des Job NAVI-Modus können auch Multimediapräsentationen erstellt und wiedergegeben werden. Durch die zahlreichen Möglichkeiten, die die Kamera bietet, können die hierfür verwendeten Bilder in Form von Standbildern, als kleine Videosequenzen oder mit Sprachnotizen eingefügt werden. Der Anwender kann darüber hinaus die Reihenfolge und die

Wiedergabezeit festlegen. Die Wiedergabe der Präsentation kann entweder direkt am Monitor der Kamera erfolgen oder auch an einem Fernsehbildschirm, an den zuvor die Kamera angeschlossen wurde.

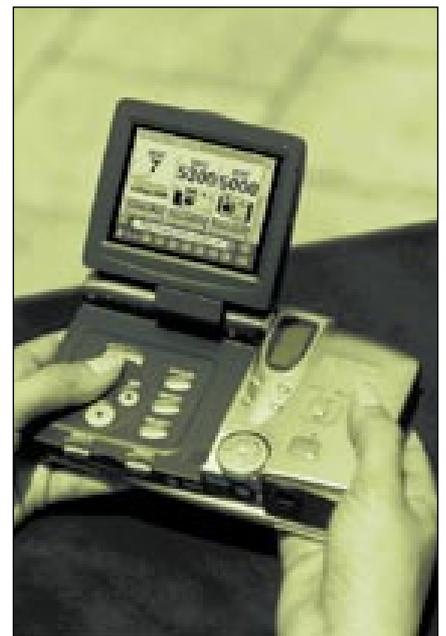
Damit sich aufgenommene Bilddateien schnell und problemlos wiederfinden lassen, können in der Kamera eigene Ordner angelegt werden, so daß jedes



Aufnahmen, die selbst vor Rost- bzw. Farbflecken am Bürolocher nicht halt machen, liefert die detailgetreue Kamera, die sich im normalen Aufnahmemodus für Nahaufnahmen ab einer Mindestentfernung von einem Zentimeter eignet.

Bild automatisch in den vom Anwender bestimmten Ordner abgelegt werden kann. Um die Bedienung der Kamera zu vereinfachen, kann sie auch direkt über den Webbrowser des PCs aufgerufen werden, so daß der größere PC-Bildschirm und die Tastatur die Veränderung der Kameraeinstellungen erleichtern.

Abschließend läßt sich sagen, daß Anwender, die sich ein bißchen Zeit nehmen, um die umfangreichen An-



Ins Netz hochgeladene Aufnahmen können direkt von der Kamera aus kontrolliert werden.

wendungsmöglichkeiten, die in der RDC-i700 stecken, kennenzulernen, mit ihr ein leistungsstarkes Tool besitzen, das viele berufliche Anwendungen erleichtert und beschleunigt. Die Kamera ist bereits lieferbar und kostet 2.999 DM (UVP). höl

Die 2Cam von Conceptoronic

Die neue 2Cam von Conceptoronic kann für das Knipsen von digitalen Fotos, das Drehen von Videoclips und als Webcam eingesetzt werden. Als Digitalkamera speichert sie bis zu 128 hochauflösende Fotos (350.000 Pixel) bzw. 199 Fotos in geringer Auflösung. Der sogenannte „Burst-Modus“ ermöglicht, in einer Sekunde fünf Fotos in Folge aufzunehmen. Als Digital- oder Webcam genutzt, kann die 2Cam bis zu zweiminütige Videoclips aufzeichnen. Zum Lieferumfang der Kamera gehört ein einfach zu installierendes Softwarepaket für das Bearbeiten der aufgenommenen Bilder und Videos. Die Funktionen der Videowave-Software schließen auch das Bearbeiten und Herstellen von MPEG1-, MPEG2-, ASF- und MG3-Files mit ein. Die PhotoSuite-Software ermöglicht eine leichte Bearbeitung der Fotos: Farben lassen sich verändern, rote Augen auf Fotos korrigieren oder Fotomontagen gestalten. Weitere Softwaremodule, wie Netmeeting, Camarades Video und MediaShow erlauben es, Videokonferenzen abzuhalten, Clips zu bearbeiten und Präsentationen im Web zu plazieren. Ein weiteres Tool wird mit der Security Card geliefert. Mit dieser Software kann die 2Cam in eine Überwachungskamera verwandelt werden. Sobald der Sucher eine Bewegung erfaßt, schießt die Kamera sofort ein Bild. Die Fotos werden automatisch gespeichert. Der komplette Lieferumfang enthält neben der 2Cam vier AAA 1,5 V Batterien, einen Standfuß, ein USB-Anschlußkabel, einen Trageriemen sowie das Softwarepaket auf CD mit Treibern für Windows 98/2000/ME. Die unverbindliche Preisempfehlung für die 2Cam beträgt 324,88 DM.



empfängt echte 16-Bit Rot-, Grün- und Blaudaten, wodurch dieses Verfahren sich besonders für Studioarbeiten eignet und keine Gefahr von Moiré besteht. Dieses System vermeidet auch Bildfehler, die bei der Verwendung eines Filterrades auftreten können. Die dritte Option des Kamerarückteils ist der Micro-Step-Modus, der 144 MB große Digitaldateien für anspruchsvolle, hochwertige Arbeiten erstellt und auch das feinste Detail im Bild erfaßt. Ein besonderes Feature für das FlexFrame 3020 ist ein separater tragbarer Controller. Er ist über eine zehn Meter FireWire-Verbindung an die Kamera angeschlossen. Der Controller kann bis zu 64 MB Grobbilddaten speichern, die vom Kamera-Back-System aufgenommen wurden. Im Lieferpaket des Kamera-Back-Systems FlexFrame sind der tragbare Controller, eine Batterie sowie ein SCSI-FireWire Converter enthalten. Das Kamerarückteil läßt sich mit leicht zu wechselnden Adaptern an die meisten gängigen Kameragehäuse anschließen, wie zum Beispiel Hasselblad, Mamiya RZ67 und Mamiya 645 Pro, Fuji GX 680 sowie Rollei 600X. FlexFrame 3020 kann auch mit Schienenkameras wie Sinar, Rollei und Linhof eingesetzt werden. Spezielle Adapter für eine gute Position bei der Aufnahme von Hoch- und Querformatbildern stehen für Hasselblad CW, Mamiya RZ67 und Fuji GX680 Modelle sowie Schienenkameras zur Verfügung.

Neues Kamerarückteil von Imacon

Das neue Kamerarückteil von Imacon mit dem Namen FlexFrame 3020 eignet sich insbesondere für Profifotografen. Mit der Integration von drei verschiedenen Betriebsmodi bietet das Gerät Multifunktionalität. Der Einzelaufnahmemodus eignet sich für die Aufnahme bewegter Motive. Der 2.000 x 3.000, 6-Millionen-Pixel Philips-Chip im Kamera-Back-System ist durch einen farbigen Bayer Mosaikfilter abgedeckt, so daß jeder Pixel rot, grün oder blau sieht. Da jeder Pixel nur eine Farbe liest, wird mit Software-Interpolation ein volles RGB-Bild in einer Datei von 36 MB erstellt. Mehrfachaufnahmen sind die zweite Option von FlexFrame 3020. Dieser Modus ist möglich, weil der Chip des Kamera-Back-Systems in winzigen



Schritten zwischen den Rot-, Grün-, und Blaubelichtungen bewegt werden kann. Das heißt, jede Pixelposition

Toshiba mit neuer Digitalkamera-Range

Mit Neuheiten im Produktbereich Digital Still Cameras hat sich Toshiba auf der Photo Marketing Association in Florida präsentiert. Unter dem Motto „Digital fotografieren – kinderleicht mit Toshicam“ erfolgt im April die Markteinführung des Modells PDR-M61, einer Digitalkamera für Einsteiger. Die Kamera verfügt über einen 2,3-Megapixel-CCD-Sensor und ermöglicht eine Auflösung von 1816 x 1208 Pixeln. Ein weiteres neues Modell ist die PDR-M65. Die Kamera ist mit einem 3,3-Megapixel-Bildsensor, Dreifach-Zoom sowie einem umschaltbaren PAL/NTSC Videoausgang ausgestattet. Mit der PDR-M65 sind Aufnahmen mit maximal 2048 x 1536 Pixeln möglich. Die Toshicam PDR-M65 wird ab März lieferbar sein. UVP: 1599,- DM.

Digitalkameras im Design von F. A. Porsche

Super CCD im rasanten Outfit

Fujifilm zeigte auf der PMA-Messe in Orlando die ersten Vertreter einer neuen Serie von Digitalkameras, deren Design von F. A. Porsche entwickelt wurde. Hinter der edlen Verpackung der FinePix 6800 Zoom steckt ein neuentwickelter Super CCD-Sensor mit 3,3 Millionen Bildpunkten. Bei der FinePix 4800 Zoom sorgt der 2,4 Millionen Super Pixel CCD, der bereits in der FinePix 4900 zum Einsatz kommt, für qualitativ hochwertige Bildergebnisse. Abgerundet wird das vorgestellte Portfolio durch eine 2,1 Megapixel-Digitalkamera für Einsteiger.

Abgesehen von ihren hohen Auflösungsleistungen bieten beide Kamera-Neuvorstellungen zahlreiche Funktionen, durch die sie sich sowohl für den privaten als auch den beruflichen Einsatz anbieten: Hierzu gehören eine

Video-Aufzeichnungs-Funktion, Sprachnotizen, die zum Bild gespeichert werden können, sowie der Einsatz der Kamera als Diktiergerät.

Der neuentwickelte Super CCD-Sensor der FinePix 6800 Zoom verfügt über 3,3 Millionen Bildpunkte, die Ausgabe-Dateien in einer Größe von 6 Millionen Bildpunkten erzeugen können. Dieser Wert entspricht einer Auflösung von 2832 x 2128 Pixeln. Im Zusammenhang mit dem ebenfalls neu entwickelten Image Prozessor wird so eine hohe Bildqualität gewährleistet.

Die FinePix 4800 Zoom ist mit einem 2,4 Millionen Pixel Super CCD-Sensor ausgestattet, der Dateien in einer Größe von 2400 x 1800 Bildpunkten erzeugt. Beide Kameras speichern ihre Daten im JPEG-Format und verfügen jeweils über drei unterschiedliche Komprimierungsstufen.

Fotografische Features

Die neuen Digitalkamera-Modelle bieten dem Anwender zahlreiche fotogra-

fische Features. Sie sind mit einem 3fachen (2,8) EBC Fujinon Zoom-Objektiv ausgestattet, das entsprechend dem Kleinbildformat eine Brennweite von 36 bis 108 mm liefert. Der Bereich für Makroaufnahmen beginnt ab einer Entfernung von 20 cm. Ergänzt wird der Zoombereich durch eine regel-



bare Digitalzoomfunktion (4,4fach für die FinePix 6800, 3,75fach für die FinePix 4800 Zoom).

Für Belichtungseinstellungen bei typischen Aufnahmesituationen stehen die fünf Belichtungsmodi Automatik, Portrait, Landschaftsaufnahme, Nachtaufnahme und Manuell zur Verfügung. Drei Belichtungsmeßmethoden, mittelebetont, spot und matrix, können gewählt werden, darüber hinaus steht eine 64-Zonen-TTL-Belichtungsmessung zur Verfügung. Der Weißabgleich kann entweder manuell oder über eine der sechs Weißabgleichsmodi für spezielle Umgebungsbedingungen wie z. B. Schatten, Kunstlicht oder schönes Wetter gewählt werden.

Bei der FinePix 6800 Zoom stehen die drei ISO-Lichtempfindlichkeiten 100, 200 und 400 zur Verfügung, bei der FinePix 4800 die Werte 125, 200 und 400.

Die neuen Digitalkameramodelle sind bereits zwei Sekunden nach dem Einschalten einsatzbereit. Dank des Super CCDs kann die FinePix 6800 bis zu fünf Bilder pro Sekunde und die FinePix 4800 drei Bilder im Abstand von 0,2 Sekunden (jeweils in maximaler Auflösung) erstellen.

Video-Mode

Videoaufnahmen können mit beiden Kameras im AVI Modus von 320 x 240



Helmut Rupsch, Geschäftsführer Deutschland der Fuji Photo Film Europe GmbH, zeigte sich auf der PMA in Orlando zufrieden mit der Resonanz auf das dort vorgestellte neue Digitalkameraportfolio seines Unternehmens.



Die Modelle FinePix 6800 Zoom und 4800 Zoom werden zusammen mit einer praktischen Docking Station ausgeliefert.

Pixeln mit Ton aufgezeichnet werden. Die maximale Aufzeichnungszeit beträgt 160 Sekunden bei der Fine Pix 6800 und 80 Sekunden bei der FinePix 4800. Zu jedem Bild können Sprachnotizen in einer Länge von bis zu 30 Sekunden aufgenommen werden.

Mit Hilfe der Tonaufzeichnungsfunktion können die Kameras wie ein Diktiergerät eingesetzt werden. Die FinePix 6800 kann bis zu einer Stunde, die FinePix 4800 bis zu einer halben Stunde Länge Aufzeichnungen durchführen.



Die FinePix 4800 Zoom wurde wie auch die 6800 Zoom im Design von F. A. Porsche, dem Entwickler des legendären Sportwagens Porsche 911, entwickelt.

Die beiden Digitalkameras werden serienmäßig mit einer Docking Station ausgeliefert, die gleich mehrere Funktionen hat. So dient sie als Ladestation, als Schnittstelle zum PC und kann in Kombination mit den Kameras als Web Cam für das Videoconferencing eingesetzt werden.

Für eine einfache und schnelle Übertragung der Bilddaten sorgt eine USB-Schnittstelle.

Qualität für Einsteiger

Ebenfalls in Orlando vorgestellt wurde das neue Einsteigermodell FinePix 2300. Sie basiert auf dem Vorgängermodell FinePix 1300 und ist mit einem



Die FinePix 2300 basiert auf dem erfolgreichen Vorgängermodell FinePix 1300, wurde aber mit einem leistungsfähigeren 2,1 Megapixel-CCD ausgestattet.

2,1 Megapixel-Sensor ausgestattet, der Bilder in einer Auflösung von 1600 x 1200 Pixeln aufzeichnet. Damit eignet sich die Kamera hervorragend für Fotoabzüge in einer Größe von 10 x 15 cm, Aufnahmen für das Internet und natürlich für E-Mail-Bildgrüße. Das Wählrad auf der Kamerarückseite ermöglicht auch ungeübten Anwendern das einfache Umstellen vom Aufnahme- zum Wiedergabemodus. Hierüber lassen sich auch weitere Funktionen ansteuern. Ein 2,5faches Digitalzoom kann im Modus von 680 x 480 Pixeln genutzt werden. Alle genannten Spezifikationen der drei beschriebenen Kameras beziehen sich auf die Modelle für den amerikanischen Markt. Die Produkteinführung in Deutschland ist noch für dieses Frühjahr vorgesehen. Preise und genaue Spezifikationen für den deutschen Markt stehen noch nicht fest.



PROFESSIONAL

CLASSIC FINE ART

CONSUMER

FOR YOUR BEST IMAGE

DAS VOLLE PROGRAMM: LEXAR -Technologie, die sich durchsetzt. MEMOREX - Solider Markenspeicher. APACER - Große Qualität - Kleiner Preis.



SPEICHERKARTEN

Weltneuheit: SANYO iDshot mit Firewire. Die Speichersensation: iDPHOTO - 1.000 Images für unter DM 100,- ! NEWS-INFO ANFORDERN!



DIGITALKAMERAS

Speicherkarten per Knopfdruck entleeren: DIGITAL WALLET Die mobile 6 GB Festplatte im Taschenbuchformat. SPEICHERPLATZ SATT!



MANAGEMENT

FERRANIA - Für exzellente Ergebnisse. Das komplette Programm. Blatt- und Rollenware. PROFI-QUALITÄT ZU SUPER PREISEN!



INK-JET PAPER

JOB0 Labortechnik GmbH + Co.KG
51627 Gummersbach • Postfach 210155
Tel. +49 (0)2261 / 545-0 • Fax 545-46
e-Mail: info@jobo.com
http://www.jobo.com

PROFESSIONAL ANALOG DIGITAL SOLUTIONS FOR YOUR BEST IMAGE



Ixus digital und analog, PowerShots und Fotodrucker

PMA-Neuheiten von Canon



wählrad auf der Oberseite der Kamera schließt eben mit dem Gehäuse ab, zusammen mit dem Zoomwippschalter können so die wichtigsten Funktionen mit einer Hand bedient werden. Die Digital Ixus 300 arbeitet mit einem 2,1 Millionen Pixel-CCD und einer internen Datenverarbeitung mit 30 Bit. Die Serienbildfunktion der Kamera bietet mit 2,5 Bildern pro Sekunde eine hohe Bildfrequenz, mit der dynamische Fotoserien aufgenommen werden können. Kreatives Fotografieren ermöglicht die

Auf der diesjährigen PMA in Orlando zeigte Canon eine Reihe von neuen Produkten für den Consumer-Bereich. Neben neuen digitalen Modellen aus der Ixus- und PowerShot-Serie des Unternehmens wurden der Ultrakompaktdrucker CP-10, der direkt von den digitalen Modellen aus gesteuert werden kann, und eine weitere APS-Kamera der Ixus-Reihe, die Ixus Z65, vorgestellt.

Die laut Pressemeldung weltweit kleinste Digitalkamera mit optischem 3fach-Zoom (Stand: Februar 2001) stellte Canon mit dem Nachfolgemodell der Digital Ixus, der Digital Ixus 300, vor. Das hochwertige Zoomobjektiv der mit den

Maßen 94,8 x 62,5 x 29,9 mm äußerst kompakten Kamera bietet im Vergleich zum Kleinbildformat eine Brennweite



Dr. Roderich Stomm, President von Canon Euro-Photo und Canon Deutschland (l.), und Harald Horn, Director Sales, präsentierten auf der PMA eine Vielzahl neuer Produkte.

von 35 bis 105 mm. Das aufwendig aufgebaute Objektiv (7 Linsen in 5 Gruppen) zieht sich beim Ausschalten vollständig ins Gehäuse der Kamera zurück, so daß sie mit einem Gewicht von nur 240 Gramm und einer Tiefe von 30 mm bequem in einer Jackentasche zu transportieren ist. Zusätzlich zum optischen Zoomobjektiv verfügt sie über ein 2,5faches Digitalzoom, das erstmalig stufenlos in das Bild hineinzoomt. Das Funktions-

Kamera durch vielfältige manuelle Einstellmöglichkeiten, ihren integrierten Blitz mit Langzeitsynchronisation und den Panorama-Assistenten. Leicht bedienbar – auch für Neulinge in der Digitalfotografie – wird sie durch intelligente Automatik-Funktionen. Abgerundet wird der Fotospaß durch die im Lieferumfang enthaltende Foto-Software. Für Freunde geheimnisvoller Unterwasserwelten wird es als Zubehör ein Unterwassergehäuse geben, das auch tieferen Tauchgängen bis zu 30 Metern standhält.

Die Digital Ixus 300 verwendet neuartige



Im gewohnt eleganten Styling präsentiert sich auch das neue digitale Ixus-Modell, die Digital Ixus 300.



Digitalen Fotospaß auch für Anfänger ermöglichen die beiden neuen PowerShot-Modelle A10 und A20. Die A20 bietet eine Auflösung von 2,1 Millionen, die A10 von 1,3 Millionen Pixeln.

RGB-Primärfarbenfilter auf dem CCD-Sensor, die eine bessere Farbwiedergabe als die üblicherweise verwendeten Komplementärfilter gewährleisten.

Videoaufzeichnung

Multimedial wird die Kamera durch ein Extra-Feature, mit dem sie Videosequenzen (einschließlich Ton) bis zu einer Länge von 30 Sekunden aufzeichnen kann. Die Mini-Videos mit 640 x 480, 320 x 240 oder 180 x 120 Pixeln bei 20 Bildern pro Sekunde werden als AVI-Datei gespeichert und können mit der Apple Software Quicktime, die zum Lieferumfang gehört, auf dem PC bzw. Mac abgespielt werden. Die Digital Ixus 300 wird ab April lieferbar sein, der Preis steht noch nicht fest.

PowerShot

Ebenfalls Zuwachs erhalten hat die Canon PowerShot-Familie, die sich um die Digitalkameras A10 und A20 erweitert. Mit beiden Modellen möchte das Unternehmen Anwendern einen günstigen Einstieg in die Welt der Digitalfotografie eröffnen. Die A10 ist mit einem 1,3 Megapixel-CCD, die A20 mit einem 2,1 Megapixel-CCD-Sensor ausgestattet. Beide Kameras sind mit einem leistungsfähigen, optischen Dreifach-Zoom versehen, das verglichen mit dem Kleinbildformat einen Brennweitenbereich von 35 - 105 mm bietet. Neben dem optischen Zoom steht dem Fotografen auch ein Digitalzoom zur Verfügung: bei der A10 maximal 2fach, bei der A20 2,5fach.

Die Belichtungsmessung der Kameras erfolgt mittentbetont, wobei die 3-Punkt AiAF-Automatik dafür sorgt, daß der bildwichtige Bereich, auf den scharfgestellt wird, richtig belichtet wird. Auch bei diesen Modellen sind die CCD-Sensoren mit RGB-Primärfarbenfiltern

beschichtet, die für eine bessere Farbwiedergabe verantwortlich sind.

Anwender der PowerShot-Modelle haben die Wahl der manuellen Einflußnahme auf das Bildergebnis, bei der zum Beispiel auch Belichtungskorrekturen möglich sind, oder können sich auf den vollautomatischen Betriebsmodus verlassen.

Für eine schnelle Übertragung der Bilddaten zum Computer sorgt eine USB-Schnittstelle. Für eine noch genauere Motivkontrolle steht dem Anwender am LCD-Monitor eine Lupenfunktion (2,5fach) zur Verfügung.

Zum Lieferumfang der beiden PowerShot-Modelle gehören jeweils eine 8 MB Speicherkarte und ein USB-Kabel. Die A20 wird darüber hinaus mit einem Videokabel ausgeliefert. Die den Kameras beiliegende Solutions CD (für Macintosh und Windows) enthält die Treiber für Windows- und Mac-Plattformen sowie ein umfangreiches Softwarepaket, zu dem die Panorama-Software PhotoStitch, das Bildverwaltungsprogramm Zoombrowser EX (Mac: Image Browser) und das kreative Bildbearbeitungsprogramm Canon Photo Record zählen. Mit dem Programm Remote Capture lassen sich die Kameras zusätzlich vom PC aus steuern.

Das PowerShot-Modell A10 wird ab Juni, die PowerShot A20 ab Mai ausgeliefert.

Fotodruck ohne PC

Mit dem neuen Ultrakompaktdrucker Canon CP-10 haben Anwender die Möglichkeit, direkt von den Digitalkameras Digital Ixus 300, PowerShot A10 und A20 aus Fotos auszudrucken. Dabei druckt der Thermosubli-

mationsdrucker mit 300 dpi und 16,7 Millionen Farben ohne den Umweg über den PC. Für die Ausgabe kann entweder ein Scheckkartenformat (86 x 54 mm) oder der Ausdruck selbstklebender Fotosticker mit acht Minifotos gewählt werden. Die Anwendung des Druckers ist denkbar einfach und sehr bedienerfreundlich: Kamera und Drucker werden per Kabel miteinander verbunden, der Anwender wählt die Fotos am Display der Kamera aus und schickt sie mit wenigen Tastendruck zum Printer. Die Ausgabezeit beträgt dabei für Fotos mit Rand 56 für Bilder ohne Rand 59 Sekunden. Zum Schutz vor Fingerabdrücken und mechanischen Beschädigungen wird das Foto dabei mit einer zusätzlichen Schutzschicht überzogen. Abgerundete Ecken sorgen dafür, daß es keine „Eselohren“ gibt. Die Kosten für einen Ausdruck liegen unter einer Mark. Aufgrund seiner geringen Größe (108 x 125 x 47 mm) und einem Gewicht von nur 510 Gramm eignet sich der CP-10 auch für den mobilen Einsatz.

Der Drucker ist kompatibel zum Digital Print Order Format (DPOF). Mit diesem können auch Druckaufträge mit mehreren Bildern über die Kamera vorbereitet werden. Die Bildauswahl, die Anzahl der Prints und die Datenübertragung zum Drucker lassen sich so auf einfache Weise festlegen.

Anwender, die von älteren PowerShot-Digitalkameramodellen ausdrucken möchten, können die Bilddaten auf einer CompactFlash-Karte abspeichern, diese in eine der drei neuen Modelle plazieren und haben dann ebenfalls die Möglichkeit, sofort zu drucken.

An einer Software und Kabelverbindung für das Drucken vom PC aus wird der-



Ixus Z65 heißt das neueste APS-Kameramodell aus dem Hause Canon. Auch für diese nur 180 Gramm leichte und 95 x 64 x 34,5 mm kleine Kamera gilt: „Einstecken und gut aussehen“.

zeit gearbeitet, das hierfür benötigte Zubehör soll noch in diesem Jahr erhältlich sein.

Im Lieferumfang des CP-10 sind Drucker, Netzteil, Verbindungskabel, Papierkassette, Farbband und Papier für erste Probedrucke enthalten. Ab Juli ist die optionale Lieferung eines Autobatterie-Adapters für den Einsatz des Druckers unterwegs geplant. Er wird ab Anfang Juni erhältlich sein. Der Preis steht derzeit noch nicht fest.

Neues APS-Modell

Mit der APS-Kamera Ixus Z65 stellt Canon ein weiteres Modell der erfolgreichen Ixus-Riege vor. Die wie ihre Schwestermodelle im metallischen Design gestaltete Kamera verfügt über ein 2,7fach Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 24 bis 65 mm (Kleinbild: 30–81 mm), das mit einem Edelstahl-Objektivring abgeschlossen wird. Auf der Rückseite der Kamera angebrachte Funktionstasten ermöglichen eine einfache Bedienung und sind für den Anwender optimal zu erreichen.

Manuelle Blitzfunktionen, die abgesehen von den Automatikprogrammen auch individuell eingestellt werden können, lassen sich mit der Ixus Z65



Ixus X-1 und Prima Super 135N in neuen Sets

Zwei neue Sets, das Ixus X-1 Extreme-Set und das Prima Super 135N Star-Award-Set, hat Canon für das Jahr 2001 zusammengestellt. Das Star-Award-Set besteht aus der Prima Super 135 N, Tasche, Film und Batterien und kostet 549

DM (UVP). Das Extreme-Set rund um die APS-Kamera Ixus X-1 wird zu einem Preis von 369 DM (UVP) angeboten. Es beinhaltet neben Unterwasserkamera, Tasche und Batterien auch einen Safety-Strap, der die X-1 auch in extremen Situationen einsatzfähig macht. Der Safety-Strap läßt sich sowohl als Gürtel als auch diagonal über den Oberkörper tragen und ist dank seines Klettverschlusses stufenlos verstellbar. Eine an den Neoprengurt angebrachte Tasche bietet Platz für Kamera, Handy oder andere Utensilien. Alternativ kann die X-1 an einem Karabinerhaken befestigt und sicher transportiert werden. Der Safety-Strap gibt dem Fotografen die Möglichkeit, seine X-1 stets nah am Körper zu tragen – ob beim Tauchen, Bungeejumpen, Skifahren oder im alltäglichen Gebrauch. Das um die Super 135N gepackte Set macht die Kamera sofort startklar. Der erste Film und eine Batterie liegen bei. Zum Schutz der Kamera gegen Verschmutzungen und zum leichteren Transport liegt eine schwarze Nylontasche mit einem Klettverschluß, die über eine Lasche am Gürtel befestigt werden kann, dem Set bei. Beide Sets sind bereits seit Februar 2001 lieferbar.

speichern und sind so bei der nächsten Aufnahme abrufbar. Sämtliche Einstellungen lassen sich auf dem großen über-

sichtlichen LC-Display ablesen und per Knopfdruck verändern. Für einen guten Bildausschnitt sorgt der helle und große Zoomsucher der Kamera. Sie wiegt nur 180 Gramm und bietet die Abmessungen 95 x 64 x 34,5 mm, so daß sie als ständiger Begleiter in jede Tasche paßt.

Canon Extender 1,4x II und EF 2x II

Canon hat die Extender EF 1,4x II und EF 2x II neu in das Objektivprogramm aufgenommen. Sie verlängern die Brennweiten von EF-Objektiven um den Faktor 1,4 beziehungsweise verdoppeln sie. Wer als Sport-, Natur- oder Action-Fotograf nicht ständig lange und längste Teleobjektive braucht, aber dennoch auf die Möglichkeiten dieser Brennweitenregionen nicht verzichten möchte und darüber hinaus über jedes gesparte Gramm Gewicht froh ist, für den sind Extender ein ideales Zubehör. Diese optischen Systeme, zwischen Objektiv und Kamerabody montiert, vergrößern die Nenn-Brennweite des Objektivs um den Faktor 1,4 oder 2,0. Gegenüber den Vor-



gängern, die ab sofort nicht mehr lieferbar sind, weisen die neuen Extender nochmals verbesserte Eigenschaften auf. Der EF 2x II wurde von den Canon Ingenieuren komplett neu konstruiert, und bei dem EF 1,4x II konnte durch eine Verringerung interner Reflexionen die Abbildungsleistung ebenfalls weiter optimiert werden. Zusammen mit der Profi-SLR-Kamera EOS-1V sowie den IS Superteleobjektiven bilden die spritzwasserresistenten EF Extender ein geschlossenes staub- und wassergeschütztes Aufnahmesystem. Die neuen Extender sind seit diesem Monat lieferbar und kosten jeweils 999 DM (UVP).

Ixus-Feature

Neben diesen Features verfügt die Z65 wie auch die anderen Modelle der Ixus-Range, über fünf Blitzbetriebsarten (inklusive der Einstellungen zur Verringerung roter Augen), Selbstauslöser, Speicherung von Datum und Uhrzeit, Rückseitendruck, wählbar aus fünf verschiedenen Titeln in sechs Sprachen, und einen Echtzeitauslöser mit einer Verzögerung von maximal 0,03 Sekunden. Durch ein besonderes APS-Feature der Kamera ist es dem Anwender möglich, bereits beim Fotografieren die Anzahl der Abzüge und auch Aufnahmen, die von der Entwicklung ausgeschlossen werden sollen, festzulegen. Darüber hinaus verfügt die Kamera über die typischen APS-Merkmale, wie die Wahl der Bildformate (Classic, HDTV, 16:9, Panorama-Format) und die IX-Datenaufzeichnung. Die Kamera ist ab diesem Monat lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 399 DM. höl

Hier können Sie Ihr Abo PoS-MAIL bestellen!

Digitale Technologien schaffen neue Märkte.

Internetfähige Fernsehgeräte, Digital-TV, neue Standards wie DVD, Mini Disk oder MP3 eröffnen neue Unterhaltungswelten. Digitalkameras setzen sie ins Bild, die Telekommunikation macht sie mobil.

Mit PoS-MAIL wissen Sie jeden Monat über die neuen Consumer Electronics Bescheid.

Der High-Tech-Fachhandel verkauft Innovationen. Ihre Kunden brauchen Beratung über die neuen Technologien. Sie müssen sich auskennen: in Consumer Electronics, Audio und Video, Foto, Computer und Peripherie, Telekommunikation, Infotainment und Dienstleistungen.

Mit PoS-MAIL wissen Sie Bescheid. Jeden Monat neu.

• aktuell • praxisnah • verständlich

Abonnieren Sie PoS-MAIL jetzt!

Bitte senden an:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Vertrieb PoS-MAIL
Postfach 1229,
D-40832 Ratingen
Oder per Fax:
0 21 02 / 20 27 90

Memo: Ich habe PoS-MAIL am abonniert. Die Zeitschrift kommt jeden Monat pünktlich per Post ins Haus. Die Zustellung ist im Preis enthalten. Innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der ersten Ausgabe kann ich das Abonnement mit einer kurzen Mitteilung an den C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Vertriebsabteilung PoS-MAIL, Postf. 12 29, D-40832 Ratingen, widerrufen.

Abonnement • Fax 0 21 02 / 20 27 90

Bestellen Sie jetzt kostenlos die aktuelle CeBIT2001-Ausgabe!

Coupon

Ja, senden Sie mir ab sofort ein Jahresabonnement der Zeitschrift PoS-MAIL gegen Rechnung zum Preis von 117,35 DM/60,-€ (Ausland 156,47 DM/80,- €). Ich erhalte 12 Ausgaben pro Jahr jeweils monatlich per Post direkt ins Haus. Die Zustellung ist im Preis enthalten. Lieferung und Rechnung an folgende Anschrift:

Ja, senden Sie mir die kostenlose CeBIT-Ausgabe zum Kennenlernen!

Name/Vorname _____

Straße/Haus-Nr. _____

PLZ/Wohnort _____

Bei Bestellungen aus der Europäischen Union geben Sie bitte unbedingt Ihre UST-ID-Nr. (VAT) an:

Das Abonnement kann ich nach Ablauf eines Jahres kündigen. Es verlängert sich um ein weiteres Jahr, falls ich es nicht 6 Wochen vor Ablauf schriftlich kündige.

Datum _____

Unterschrift _____

Ich kann diese Vereinbarung innerhalb von zwei Wochen widerrufen bei:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Vertriebsabteilung PoS-MAIL, Postfach 12 29, D-40832 Ratingen, Telefon (0 21 02) 20 27-0. Die rechtzeitige Absendung des Widerrufs genügt. Mit meiner zweiten Unterschrift bestätige ich, daß ich dies zur Kenntnis genommen habe.

Datum _____

Unterschrift _____

Bitte zutreffende Branche ankreuzen:

Einzelhandel:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Consumer Electronics-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Telekom-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> PC + Peripherie-Fachhandel | <input type="checkbox"/> Foto-Fachhandel |
| <input type="checkbox"/> Kaufhaus | <input type="checkbox"/> Versender |
| <input type="checkbox"/> Großfläche | <input type="checkbox"/> E-Commerce |
| <input type="checkbox"/> Fachmarkt | |

Dienstleister:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Netzbetreiber | <input type="checkbox"/> TK-Provider |
| <input type="checkbox"/> Distributor | <input type="checkbox"/> Foto- und Imaging Service |

Lieferanten:

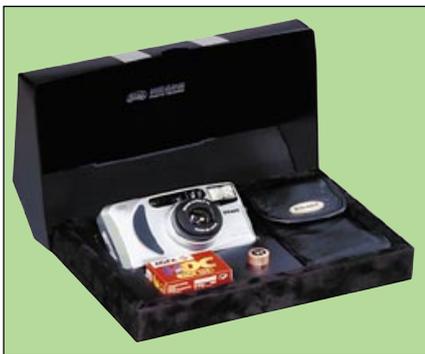
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hersteller | <input type="checkbox"/> Distributor/Großhandel |
| <input type="checkbox"/> Kooperationen | |
| <input type="checkbox"/> sonstige (Schulen, Verbände etc.) | |

Exklusive Produkte für Fachhändler/neue Preisliste

Bis Redaktionsschluß gab es noch eine kleine Hürde, doch Insolvenzverwalter Dr. Werner Pöhlmann zeigte sich im Gespräch mit *imaging+foto-contact* zuversichtlich, daß auch diese noch genommen würde. Soll heißen: Der traditionsreiche Nürnberger Hersteller Carl Braun Camera-Werk, der im Oktober 2000 Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt hatte, macht weiter.

Braun macht weiter

Ermöglicht wurde die (jetzt hoffentlich) dauerhafte Fortführung des Unternehmens durch die Einbeziehung neuer Investoren, die erheblich zur Sanierung und Umstrukturierung beitragen. Außerdem hatte Ende Januar die Gläubigerversammlung der Veräußerung des Unternehmens zugestimmt und so den Weg für den Fortbestand der Carl Braun Camera-Werke geebnet.



Die Kleinbild-Kompaktkamera Braun trend zoom 1400 gibt es exklusiv für Fachhandelspartner in einer attraktiven Geschenkbox.



Auf der photokina im vorigen Jahr hatte Joachim Seiffert, bei Braun für Werbung und Presse zuständig, *imaging+foto-contact* die Neuheiten seines Unternehmens vorgestellt.

Das aktuelle Produktsortiment präsentiert sich in gewohnter Breite. Wichtige Bestandteile darin sind Kameras. Zu dieser Produktkategorie zählt zum einen die Spiegelreflexkamera Braun SR 2000, die im Kreativ-Set mit zwei Zoomobjektiven (28–70 mm und



Braun multiscope compact vereint Diabetrachter, Taschenleuchte und Lupe.

70–210 mm), Computerblitz und Braun Universaltasche zur Verfügung steht. Zum anderen bietet Braun die Kleinbild-Kompaktkameras Braun trend zoom 1250 und Braun trend zoom 1400 in Geschenkboxen, die exklusiv für die Partner im Fotohandel entwickelt wurden. Weitere 35 mm- und APS-Kameraneuheiten runden diesen Produktbereich ab.

Überarbeitet hat Braun auch das Angebot an Projektoren. Hier gibt es sowohl bei Dia- (mit und ohne Bildschirm) als auch bei den Papierbild- und Overheadprojektoren interessante Neuheiten.

Mit dem Multiscope compact bietet Braun ein Geräteset, das Diabetrachter (für Dias bis 5 x 5 cm), Taschenleuchte (3W, 4.000K) und 2,5fach-Lupe vereint. Vollkommen neu im Sortiment sind die Taschen der Intercept Protector Serie. Sie sind mit einem speziellen, von Lucent Technologies ursprünglich für die Weltraumforschung entwickelten Corrosion Intercept-Material ausgestattet, das zuverlässig Korrosion an Metallteilen und elektronischen Komponenten verhindert. Die Serie besteht aus insgesamt sieben Modellen. Und schließlich hat Braun eine neue Händlerpreisliste vorgestellt, die bereits ab 1. Januar gültig ist und verschiedene Preisänderungen gegenüber der Händlerpreisliste 2000 aufweist.



Die Taschen der Intercept Protector Serie verhindern durch den Einsatz eines speziellen Materials die Korrosion von Metallteilen und elektronischen Komponenten.

Neue Voigtländer-Optiken für die Bessa L und Leica

Voigtländer hat in der Classic-Collection zwei neue Objektive für die Sucherkamera Voigtländer Bessa L vorgestellt: Das Ultron 1,9/28 mm bietet einen Bildwinkel von 75° und eine kürzeste Einstellentfernung von 70 Zentimetern. Es wiegt 265 Gramm und hat die Abmessungen 63,1 x 55 mm (L x Ø). Das Objektiv wird über ein Schraubgewinde M 39 an der Bessa L plaziert, paßt mit dem M-Bajonett-Adapter aber auch an Kameras der Leica M Baureihe. Das Apo Lanthar 3,5/90 mm bietet einen Bildwinkel von 27° und läßt sich ab einer Motiventfernung von 1,2 Metern einsetzen. Dieses Objektiv wiegt 260 Gramm, hat die Abmessungen 90 x 51

mm (L x Ø) und wird ebenfalls über ein Schraubgewinde M 39 mit der Kamera verbunden. Als Zubehör liefert Voigtländer einen 90 mm Albada Sucher mit acht Linsen. Er wiegt 60 Gramm und bietet Parallaxenausgleich.

Friwo Compit stellt Akkus mit 1.800 mAh vor

Friwo Compit hat eine neue Generation wiederaufladbarer Mignon-Akkus in Nickel-Metallhydrid-Technologie (NiMH) vorgestellt: Der NiMH Mignon Accu, der bereits in Versionen mit 1.400 mAh und 1.600 mAh auf den Markt gekommen ist, steht ab sofort auch mit einer Leistung von 1.800 mAh zur Verfügung. Er kostet etwa zehn DM pro Stück.

Nikon nimmt manuelle SLR-Kamera ins Programm

Als Nachfolgemodell der FM2 hat Nikon jetzt die neue manuelle Kleinbild-Spiegelreflexkamera FM3A ins Programm genommen. Sie übernimmt die meisten Features der FM2. Dazu zählen das Metallgehäuse und die klassische mittenbetonte Messung. Ein Hybridverschluss gestattet die Benutzung der FM3A mit sämtli-

manuelle Belichtungskorrektur im Bereich plus/minus zwei Lichtwerte möglich. Außerdem kann der Benutzer per Tastendruck die Leistung des Nikon Systemblitzgerätes geringfügig verringern. Mit dem Motorantrieb MD-12 ermöglicht die neue Kamera Reihenaufnahmen mit einer Frequenz von bis zu 3,2 Bildern pro Sekunde.

Die FM3A bietet vollen Zugang zum Nikon System. Damit stehen unter anderem das Programm an professionellen



chen Verschlusszeiten selbst ohne Batterien. In Zeitautomatik wird die Verschlusszeit dagegen elektronisch gebildet. Weitere Merkmale sind Blitzinnenmessung, automatische Einstellung der Filmempfindlichkeit nach DX-Code und drei neue, besonders helle Einstellscheiben für die präzise Scharfstellung auch bei schwachem Umgebungslicht. Die kürzeste Verschlusszeit beträgt 1/4.000 Sekunde, die kürzeste Blitzsynchronzeit 1/250 Sekunde. Mit der FM3A ist die

AF-S-Nikkoren sowie weitere Nikkore und weiteres Zubehör zum Einsatz mit der Kameraneuheit bereit. Nikon liefert die FM3A mit schwarzem oder silberfarbenem Gehäuse. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten ca. 1.750 DM für die schwarze und ca. 1.650 DM für die verchromte Version.

Exxter Office: Trendtasche für junge Geschäftsleute

Exxter Office heißt eine neue Trendtasche, die Hama speziell für junge Geschäftsleute konzipiert hat. Der modische Büro-Rucksack eignet sich vor allem für den Transport eines Notebooks samt Zubehör und wichtigen Dokumenten. Er läßt sich auf der Schulter, am Tragegriff oder auf dem Rücken tragen. Werden die Rückengurte nicht benötigt, so können sie in



einem Extrafach verstaut werden. Haltegriff und Schultergurt sind gepolstert. Exxter Office bietet neben dem Hauptfach zahlreiche Nebenfächer. Der Rucksack hat die Abmessungen 32 x 11 x 33 cm. Er wiegt 1.135 Gramm.

Jobo bietet jetzt auch Produkte für Schwarzweiß

Jobo hat seine Chemistry Line um sechs neue Film- und Papierentwickler für die Schwarzweiß-Verarbeitung erweitert. Die vier neuen Jobo Dynamic Filmentwickler sorgen für hervorragende Schärfe und feines Korn. Sie eignen sich auch für Dokumenten- und Infrarotfilme. Kontraste können durch die Verarbeitungstemperatur und die gewählte Verdünnung gezielt gesteuert werden. Die neuen Jobo Print Art Papierentwickler erzeugen durch den besonderen Litheffekt künstlerische Schwarzweiß-Vergrößerungen mit fein differenzierten Halbtönen in Schatten- und Lichterpartien sowie steilen Tönen bei mittleren Dichten.

Neue Design-Accessoires für den Schreibtisch

Erno hat dem Wunsch des Handels nach größeren Formaten Rechnung getragen und das vorhandene Programm um Rahmen mit Fotoformaten bis 40 x 50 cm erweitert. Damit stehen dem Handel zum Frühjahrs-geschäft auch großformatige Rahmen in elf markanten Serien zur Verfügung, in denen es bislang nur Stellrahmen bis zum Format 15 x 20 cm gab. Ausgebaut wurde auch das Sortiment an Design-Accessoires für den Schreibtisch.



Schwarz), Viken (gerade Leisten kombiniert mit kissenförmigen Leisten, Farbe: Kirsch/Schwarz), Vinga (gerade Leisten kombiniert mit Leisten mit zwei abgerundeten Ecken, Farbe: Amber/Schwarz) und Visby (gerade Leisten kombiniert mit geschwungenen Leisten, Farbe: Grün/Schwarz) erweitert. Die Modelle Kiruna (gerade Leisten mit schmalen Innen-

leisten, Farben: Amber/Schwarz oder Blau/Schwarz), Neva (gerade Leisten, Farbe: Kirsch oder Schwarz) und

Die Rahmenserien (v. l.) Heden, Vara und Vinga gibt es bei Erno jetzt auch in größeren Formaten.



Erno bringt Holzrahmen in Großformaten

Um die Großformate erweitert wurden die bekannten Serien Heden, Kiruna, Kosta, Neva, Vara, Veda, Vigge, Viken, Vinga und Visby. Vollkommen neu in dieser Linie ist die Serie Bolstad. Sie bietet ein klassisches Design in der Farbe Rosenholz mit Goldleisten innen und außen. Hier stehen vier Modelle in den Formaten 20 x 28 cm, 28 x 35 cm, 30 x 40 cm und 40 x 50 cm zur Verfügung.

Um genau diese Größen wurden auch die Serien Heden (gerade Leisten, Grundfarbe: Blau), Vara (geschwungene Leisten, Farbe: Blau/Schwarz), Veda (kissenförmige Leisten, Farbe: Kirsch), Vigge (gerade Leisten kombiniert mit kissenförmigen Leisten, Farbe Blau/

Kosta (gerade Leisten mit abgeschragten Ecken, Farben: Kirsch und Blau) stehen dagegen „nur“ in drei neuen Formaten zur Verfügung, und zwar 20 x 28 cm, 28 x 35 cm und 30 x 40 cm.

Neuheiten meldete Erno darüber hinaus auch bei Metall-Fotorahmen, Design-Holz-Fotorahmen und Trend-Fotorahmen. Weiter im Programm bleibt der Schlüsselanhänger Erno „Key-Ball“ aus Acryl, der sich nach Angaben des Herstellers in den vergangenen Monaten zu einem Verkaufsschlager entwickelt hat. Key-Ball ist eine kleine Kugel, die geöffnet und mit zwei Fotos oder anderen Bildern bestückt werden kann. Abgerundet werden Ernos Frühjahrs-Neuheiten durch weitere Kompakt-Sets innerhalb der Serie von Schreibtisch-Accessoires. Inzwischen umfaßt das Programm 16 verschiedene Serien, die sich alle durch exklusives Design und die Verwendung hochwertiger Materialien auszeichnen. Neben üblichen Accessoires wie Stifthalter, Quarzuhr, Zettelbox, Büroklammerspender, Visitenkartenhalter, Kalender, Brieföffner, Kugelschreiber etc. enthalten einige Serien auch exklusive Untersetzer und Schlüsselanhänger. Sämtliche Schreibtisch-Accessoires können als Einzelartikel oder als Komplett-Set angeboten werden.

Und obwohl alle Serien Frauennamen tragen, von A wie Alice bis T wie Tracy, eignen sich die Artikel nicht nur als Geschenke für Männer.



Der Stifthalter (oben) und die Zettelbox (rechts) gehören zum Programm Louisa.

Canon lädt zum Workshop im Teufelsmoor

Das Teufelsmoor ist Ziel eines Workshops, zu dem Canon Euro-Photo für den 13. bis 15. Juli einlädt. Unter Leitung von Rüdiger Lubricht, Fotodesigner aus Worpswede, und Canon Seminarleiter Jürgen Denter erfahren und erlaufen (Gummistiefel sind besser geeignet als Turnschuhe) die Teilnehmer die wild-romantische Moorlandschaft mit verlassenem Torfstichen, Loren und Gleisen. Fotografische Kontrapunkte im Sinne des Workshop-

mottos „People, Wäsche und Moor“ werden mit Hilfe von zwei Models gesetzt. „Basislager“ des Workshops ist das Lubrichtsche Fotostudio in Worpswede-Hüttenbusch. Fotografisch-technische Themen sind die E-TTL-Blitztechnik, die ImageStabilizer-Objektive an der EOS 1V, EOS 3 und EOS 30 sowie das Aufnahmematerial Polapan und Polagraph. Die Teilnahmegebühr beträgt 500 DM (plus Mehrwertsteuer; die Übernachtung müssen die Teilnehmer selbst organisieren). Infos und Anmeldung bei: Canon Euro-Photo, Siemensring 90-92, 47877 Willich, Telefon

02154/495-317 (Frau M. Ostermeier), Fax 02154/495-399.

Canon zeigt Neuheiten auf Tour durch Deutschland

Die aktuellen Neuheiten aus den digitalen und analogen Welten stehen im Mittelpunkt der Canon Road Show Spring 2001, die am 12. März im Swissotel Düsseldorf/Neuss beginnt. Als PMA-Nach- und CeBIT-Vorschau zeigt die Tour die gesamte Breite des Canon Sortiments, von analogen und digitalen Kameras für Consumer und Profis bis zu Scannern und Druckern für die verschiedensten Anwendungsbereiche. Auch Wissenswertes über Fachhandelskonzepte wird es zu erfahren geben. Die Canon Road Show Spring 2001 macht an folgenden Punkten Halt:

- 12. März: Düsseldorf/Neuss, Swissotel Düsseldorf/Neuss, Rheinallee 1, 41460 Neuss

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>

- 13. März: Berlin, Maritim proArte Hotel Berlin, Friedrichstraße 151, 10117 Berlin
- 14. März: Hamburg, Hotel Inter-Continental, Fontenay 10, 20354 Hamburg
- 19. März: München, Arabella Sheraton Hotel Bogenhausen, Arabellastraße 5, 81925 München
- 20. März: Stuttgart, Copthorne Hotel International, Plieninger Straße 100, 70561 Stuttgart
- 21. März: Frankfurt, Frankfurt Marriott Hotel, Hamburger Allee 2-10, 60486 Frankfurt am Main.

SAT 1 dreht Infofilm in Münchner Reger Studios

Das Münchner Fotofachlabor Reger Studios war Drehort für einen Filmbeitrag zum „Berufsbild Fotograf“, den SAT 1 für das „Bayern Journal“ produzierte. Ziel des Films war es, interessierten Jugendlichen einen aktuellen Einblick in die Tätigkeiten zu geben und über das Berufsbild Fotograf zu informieren. Unterstützt wurde der Beitrag von Michael Biedermann, Landesinnungsmeister der Bayerischen Berufsfotografen, der die Reger Studios als „Vorzeigebetrieb“ empfohlen hatte.



Die Mitglieder der Jury des 34. Internationalen Kodak Fotokalenderpreises 2001 hatte insgesamt 700 Werke zu begutachten (vorne, v. l.): Gerald Blauermel, Hagen Klie, Peter Schwend, Manfred Zollner, Karl-Heinz Tobias, Josef Pokorny; (hinten, v. l.) Norbert Waning, Hans-Eberhard Hess, Thomas Gerwers, Michael Koetzle und Klaus Tiedge.

Zehn Kalender erhalten den Kodak Fotokalenderpreis

Zehn Kalender sind beim 34. Wettbewerb um den „Internationalen Kodak Fotokalenderpreis“ ausgezeichnet worden: Format, Druckqualität, Typografie, vor allem aber die Qualität der Aufnahmen des großen lateinamerikanischen Fotografen Martin Chambi bestachen bei einem aus Brasilien eingereichten Wandkalender. Ebenfalls klassischer Schwarzweiß-Fotografie verpflichtet waren die Kalender „Brückenschlag“ (deutsche bauzeitung; Fotografie: Wilfried Dechau) und „Fashion – Nadja Auermann“ (te Neues Verlag; Peter Lindbergh/Jean-Baptiste Mondino). Für die Jury überzeugend hatte Conny Winter in seinem Kalender „Data Morgana“ (Bertsch KG) die Welt der neuen Medien bildhaft umgesetzt. Foto-Design auf höchstem Niveau entdeckten die Juroren bei dem von Dietmar Henneke betreuten Mercedes-Benz-Kalender „A History of Passion“ (Daimler Chrysler). Ebenso ausgezeichnet wurden der Panoramakalender „Bridge 2001“ (Edition Panorama; Karl Lang), „MeerZeit“ (Leibfarth und Schwarz; Hartmut Seehuber), „In Afrika“ (Druckerei und Verlag Röhm GmbH; Hans Roth) und der „Paper represents paper, everywhere, everyday“ (Zander Feinpapiere AG; Vivian Sassen/Martine Stig). Der Wettbewerb wird seit 1968 jährlich von Kodak in Zusammenarbeit mit dem Graphischen Club Stuttgart und dem Verband Druck und Medien ausgeschrieben. Insgesamt wurden der Jury 700 internationale Kalender zur Bewertung vorgelegt.



Ulrich Vielmuth

Die DVD will die Videokassette ablösen

Eines ist sicher: DVD-Recorder werden in absehbarer Zeit den uns mittlerweile so vertrauten, guten alten Videorecorder ablösen.

Bereits vor ungefähr fünf Jahren kursierten Meldungen durch die Presse, daß die digitale wiederbeschreibbare Videodisc langfristig die populäre VHS-Kassette und damit den Videorecorder ablösen soll. Inzwischen gibt es schon einige DVD-Recorder, entweder als Prototypen oder – wie in Japan – schon als fertige Modelle.

Emtec, Nachfolgelabel der BASF Magnetics, beobachtet als Vermarktungsspezialist für multimediale Produkte sehr genau die Entwicklung des neuen Videosystems, um entsprechend die Weichen zu stellen.

In „Emtec dialogue“ beschreibt der Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Emtec, Rainer Pape, das derzeitige Szenario aus der Sicht des Speichermedienproduzenten.

„Seit den ersten Meldungen über die DVD (Digital Versatile Disc) sind rund fünf Jahre vergangen und die Situation auf dem Videomarkt hat sich so gut wie nicht verändert. Der Anteil der Videorecorder ist weiter gestiegen und Marktforscher sprechen von etwa 800 Millionen Recordern und Abspielgeräten weltweit. Schätzungsweise wurden bis heute ungefähr 20 Milliarden VHS-Kassetten verkauft. Allein im vergangenen Jahr sind in den USA 22 Millionen VHS-Videorecorder und eine Milliarde bespielte Film-Videokassetten abgesetzt worden. In Deutschland wurden 1999 rund 3,1 Millionen Videorecorder und ungefähr 40 Millionen Film-Videokassetten verkauft.

Doch mittlerweile sind bei uns etwa eine halbe Million DVD-Player in den Haushalten vorhanden. Mit Tendenz nach oben – besonders in Japan und den USA. Laut einer Studie der Baskerville Communications, London, werden 2003 die Umsätze für DVDs erstmals die von VHS-Kassetten übersteigen. Bereits 2010 rechnet das britische Unternehmen mit einem DVD-Umsatz von nahezu 65 Milliarden Dollar, während der VHS-Anteil sich bei 2,5 Milliarden bewegen wird.

In Japan konnte der Teilmarkt für DVD in 1999 (für 2000 liegen noch keine zuverlässigen Zahlen vor) mit einem Rekordergebnis aufwarten. Wie die Japan Video Software Association schreibt, steigerten die DVD-Anbieter ihre Erlöse um rund 400 Prozent. Es wurden mehr als neun Millionen Videoscheiben an den Handel ausgeliefert, im Vorjahr (1998) waren es erst 2,1 Millionen.

Bandvorteile

Doch der Vorteil des Bandes gegenüber der Disc besteht zum Beispiel darin, daß die Speicherfläche einer Videokassette ein mehrfaches Volumen gegenüber einer Disc bietet, da das Band durch seine Aufwicklung entsprechend viel Fläche auf kleinstem Raum bietet. Die Disc dagegen stößt sehr schnell an das

Ende ihrer Möglichkeiten, da die Speicherkapazität – auch bei „Double Layer Disc“ – durch die Fläche klar vorgegeben ist und die Signalstruktur, bedingt durch die Laser-Lichtwellenlänge, nicht verkleinert werden kann. Auf der anderen Seite bieten die optischen Systeme, speziell für PC-Anwendungen, durch ihre kurzen Zugriffszeiten ein optimales Speichermedium.“

Philips hat nun einen DVD-Recorder präsentiert, übrigens den ersten europäischen, der die wiederbeschreibbare DVD-RW (Rewritable) als Format benutzt. Experten sind der Meinung, daß DVD-Recorder wie der von Philips in nicht allzu langer Zeit den guten alten VHS-Videorecorder ablösen werden.

Der japanische Hersteller Pioneer hat mittlerweile schon den Nachfolger des ersten DVD-RW-Recorders in Japan vorgestellt. Wann wird er endlich bei uns zu sehen sein? Die kommende CeBIT ab 22. März in Hannover wird sicherlich in dieser Hinsicht einige Antworten geben können. Man darf gespannt sein!

Rainer Pape: „Die dazugehörige Disc als Aufnahmemedium wird (in Japan) für umgerechnet rund 55 Mark angeboten und bietet im Standard-Aufnahmemodus etwa zwei Stunden Film – bei verringerter Qualität bis zu sechs Stunden. Auch beim Pioneer-DVD-Recorder DVR 1000 hat das Thema Kopierschutz die digitale Technik gestoppt. Der Recorder nimmt das Videosignal analog auf und wandelt es in einen Datenstrom nach dem Kompressionsstandard MPEG2 um. Die Wiedergabe ist ebenfalls analog. Derzeit gibt es in Japan drei DVD-Formate: DVD-RW, das von Pioneer verwendet wird, DVD-RAM wird von Panasonic favorisiert und Sony und Philips arbeiten mit DVD+RW. Diese Standards sind allerdings nicht untereinander kompatibel, was sicher noch zu Irritationen führen wird. Es werden noch viele heftige Diskussionen unter den Experten geführt, bis sich das richtige oder die richtigen Medien etabliert haben.“

DVD-Camcorder

Die bandlose Camcorderzukunft kommt mit stetigen Schritten immer näher. Hitachi stellt nun mit seinem DVD-Camcorder in der PAL-Version auf dem deutschen Markt eine kleine Sensation vor. Der DZ-MV 100E zeichnet Bild und Ton auf eine acht Zentimeter kleine DVD-RAM (Random Access Memory) auf, die beidseitig beschreibbar ist, mit einer Kapazität von 1,46 GB pro Seite. Auch läßt sich ein erster Grobschnitt schon im Camcorder durchführen. Dies und ein bißchen mehr zum UVP von 4.999,- Mark. Hitachi ganz stolz: „Dank unseres DVD-Camcorders kann auch der Amateurfilmer die hervorragende Klang- und Bildqualität der DVD für seine Aufnahmen nutzen.“

Im nächsten Heft zur Markteinführung ausführliche Informationen.

Bausparkasse schreibt Fotowettbewerb aus

Die Deutsche Bausparkasse Badenia AG hat in Zusammenarbeit mit dem DVF Deutscher Verband für Fotografie einen bundesweiten Fotowettbewerb zum Thema „Lebensträume werden wahr“ ausgeschrieben. Interessenten sind aufgefordert, sich mit Bildern realisierter oder geplanter Lebensträume aus den Bereichen „Wohnen & Leben“ zu beteiligen. Die Teilnehmer können ihrer Phantasie freien Lauf lassen und ihre Träume nach eigenen Vorstellungen fotografisch in Szene setzen. Für die Sieger stehen Preise im Gesamtwert von 20.000 DM zur Verfügung. Die Preisverleihung ist anlässlich der 69. Deutschen Fotomeisterschaft für den 22. September geplant. Einsendeschluß ist der 30. Juni. Weitere Informationen bei der Deutsche Bausparkasse Badenia AG, Stichwort: Fotowettbewerb Wohnen & Leben, Badeniaplatz 1, 76114 Karlsruhe.

Eurocard zertifiziert sichere Online-Shops

Als erste Kreditkartenorganisation bietet Eurocard in Deutschland ab sofort ein Internet-Gütezeichen an, mit dem sichere Online-Shops gekennzeichnet werden. Es wurde von Euro Kartensysteme in Kooperation mit dem Euro Handelsinstitut (EHI) initiiert. Euro Kartensysteme ist ein Dienstleistungsunternehmen, das in Deutschland für das Marken- und Lizenzmanagement der Eurocard verantwortlich ist. Künftig dürfen all diejenigen Internet-Händler, die Eurocard als Online-Zahlungsmittel akzeptieren und zusätzlich die strengen Aufnahmekriterien für das EHI-Gütezeichen „Geprüfter Online-Shop“ erfüllen, ihre Homepage mit dem neuen Logo „Eurocard Safe & Easy“ versehen. Sie sollen sich damit gegenüber den Verbrauchern als Online-Händler qualifizieren, die seriös, vertrauenswürdig und zuverlässig sind. Die umfangreichen Prüfkriterien zur Zertifizierung umfassen unter anderem Themen wie allgemeine Geschäftsbedingungen, Mindestanforderungen an und Einhaltung von Datenschutz und -sicherheit sowie verbindliche Liefer-/Auftragsbestätigungen und Preisangaben. Beantragung und Verleihung des

Gütezeichens erfolgen ausschließlich über das EHI. Händler, die sich für eine Zertifizierung interessieren, wenden sich an: EuroHandelsinstitut, Harald Jansen (Projektleiter „Geprüfter Online-Shop“), Spichernstraße 55, 50672 Köln, Telefon 0221/57993-63.

Gretag Imaging ist nach Wiesbaden umgezogen

Das gesamte Beratungs-, Innendienst-, Service- und Verkaufsteam der Gretag Imaging Deutschland GmbH ist umgezogen und ab sofort unter folgender Adresse erreichbar: Gretag Imaging Deutschland GmbH, Kreuzberger Ring 46a, 65205 Wiesbaden, Telefon 0611/7168-0, Telefax 0611/7168-12. Der Standortwechsel und die interne Neustrukturierung wurden nach Aussage von Geschäftsführer Rainer Bauer im

Rahmen der notwendigen Reorganisation durchgeführt, mit der das Unternehmen seine bisherigen Positionen in den Marktsegmenten Finishing, Fachlabore und Minilab/PoS weiter ausbauen wolle. Neu strukturiert und erweitert wurde neben dem Innendienst auch der gesamte Servicebereich. Dieser wird von Rolf Müller geleitet. Mit insgesamt 20 Mitarbeitern im Innen- und Außendienst sei eine schnelle Reaktion des Teams vor Ort und bei telefonischen Anfragen sichergestellt, hieß es in einer Pressemitteilung. Dazu seien auch die Hotlinezeiten erweitert: Seit Februar steht die Service-Hotline zusätzlich freitags von acht bis 17 Uhr und samstags von neun bis 13 Uhr zur Verfügung. Die neuen Telefonnummern lauten: Minilab/PoS 0611/7168-15, Finishing, Fachlabore 0611/7168-14/16.

Tetental strukturierte den Minilab-Vertrieb neu

Die Tetental Vertriebsgesellschaft, Nordstedt, hat ihren Minilab-Vertrieb, der seit zwei Jahren auch für den Vertrieb von Konica Minilabsystemen verantwortlich ist, zu Beginn des Jahres personell deutlich verstärkt und



Patrick Perret

neu strukturiert. Die Verkaufsleitung und zusätzlich ein eigenes Verkaufsgebiet übernahm Patrick Perret (29), der seit 1993 für das Unternehmen arbeitet und seit 1995 mit dem Thema Minilab betraut ist. Den Westen und die neuen Bundesländer betreut Carsten Sturhahn. Der gelernte Maschinenbauingenieur (36) gehört seit 1996 zum Tetental Team. Die Aufgabe des Gebietsverkaufsleiters Süddeutschland übernahm Anfang des Jahres Holger Löhner (32).

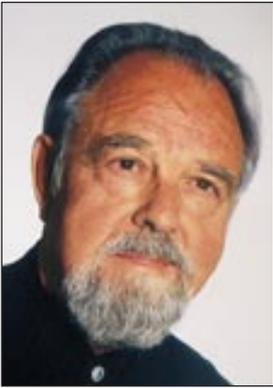
Techlab GmbH verstärkt ihren Außendienst

Anfang Januar hat Frank Spielmann (33) bei der Techlab GmbH die Gebietsverkaufsleitung Nordrhein-Westfalen und das Rhein/Main Gebiet übernommen. Nach seiner Ausbildung zum Fotokaufmann besuchte



Frank Spielmann

er die Fachschule des Deutschen Photohandels (jetzt: Photo+Medienforum Kiel). Außendienst Erfahrung sammelte Spielmann während seiner sechsjährigen Tätigkeit für einen deutschen Hersteller von Fotochemie. Danach absolvierte er eine Weiterbildung zum Qualitätsmanager (DGQ) und Marketingkaufmann (IHK). Der neue Techlab-Außendienstmitarbeiter ist unter der Mobiltelefonnummer 0174-2970267 zu erreichen.



Horst Dieter Lehmann

Vorfrühling

Vorfrühling kann mit Vorfreude verbunden sein – auch auf die hoffentlich steigenden Umsätze in der Sommerzeit. Sehen wir also mit Optimismus und Vertrauen in die Zukunft, obwohl – und da kommen gleich wieder die leichten Zweifel – einige Zeichen auf Sturm stehen. Was nicht heißen

soll, daß die Kunden unseren Laden stürmen und wir kaum mit dem Andrang fertig werden können. Aber da wäre zuerst einmal das neue „Feilsch- und Kungel-Gesetz“, das Käufern und Verkäufern einen Hauch von unendlicher Freiheit gibt. Aber was will man bei einem Preis von neun Pfennig pro Bild noch nachlassen?! Wieviel Spielraum bleibt uns beim Verkauf einer Kamera, wenn wir nicht draufzahlen wollen?

Auf dieses Problem haben wir schon im vergangenen Jahr unter der Überschrift „Orientalischer Markt“ aufmerksam gemacht. Wir haben ja nun einmal viele ausländische Kunden, bei denen in der Heimat das Handeln üblich ist. Zudem fahren nicht wenige Bundesbürger in ferne Länder, wo dieses ebenso zum guten Ton gehört und die diese Sitte nach hier übertragen möchten.

Nun, jetzt ist es bald verbrieftes Recht. Offen bleibt dabei die Frage, ob die Verkäufer hierzulande so viel Zeit und Geduld haben, sich auf diese Praktiken einzulassen?

Die Monate Januar und Februar sind die „Hochzeit“ der Hochzeitsmessen, die in den letzten Jahren sehr aktuell waren, deren Blütezeit aber wohl überschritten ist. Der Trend geht ja auch dahin, daß durchschnittlich immer später geheiratet, wenn überhaupt noch, und immer schneller geschieden wird. Da fragt sich schon tatsächlich mancher, ob sich die Verhelichung mit großem Trara und Hochzeitsfotografen überhaupt lohnt. Es reichen dann vielleicht ja auch die Schnappschüsse der Freunde und Verwandten.

Recherchen ergaben, daß nicht jeder Kollege eine eher negative Bilanz ziehen kann. Das ermutigt und erfreut, doch leider sieht die große Tendenz vorwiegend weniger heiter aus.

Gerade zu dieser Jahreszeit sollte man aber hoffnungsfroh in die Zukunft blicken. Vergessen wir einmal die eher weniger rosigen Prognosen zum Jahresende für das vor uns liegende Jahr, gerade was die kleinen und mittleren Händler und Handwerker betrifft. Das fällt natürlich nicht leicht, wenn man sich die leerstehenden und vor dem Aus stehenden Geschäfte in Groß-, Mittel- und Kleinstädten ansieht. Auch in unserer Branche findet so mancher Generationswechsel nicht mehr statt, der früher fast selbstverständlich war. Betriebe mit über 100jähriger Tradition und mehr, nicht selten in einer Familie, werden an fremde Kollegen übergeben oder von einem Filialisten und Discounter übernommen.

Nun wird allerdings immer noch fleißig fotografiert. Wenn sich der kleine Händler einmal „unauffällig“ in einer Drogerie umsieht und dabei ein Auge auf die aufgereihten Amateur-

taschen wirft, ist er für den Rest des Tages bedient! Mehr muß nicht gesagt werden.

Dort gibt es dann auch, um die Fotofreude noch zu steigern, Bilder für 49 Pfennig. Aber keineswegs im Format 9 x 13, nein, es handelt sich um Poster im Format von 20 x 30.

Weil wir aber gerade von Formaten sprechen und uns über Wunder nicht mehr wundern, scheint heute ein 20 x 30 Poster auch nicht mehr zu den respektablen Größen zu gehören. Dieses Gefühl bekommt man, wenn der Blick in den Eingang und Innenraum des einen oder anderen Fotogeschäftes fällt, in dem sich die Großformatrahmen preiswerter Art stapeln und mitunter die Sicht auf alles andere versperren.

Sind es nun Sichtblenden, Lückenfüller, Notlösungen, oder aber ist die Nachfrage nach Bildern ab 50 x 75 cm tatsächlich so groß?

Die Aktionszeit für Aktaufnahmen scheint ebenfalls der Renner in manch einem Portraitstudio zu sein, wie uns auch das Fernsehen immer wieder vorführt. Und dies besonders im „künstlerischen“ Schwarzweißambiente. Oder ist es oft die „letzte Rettung“ vor schwindender Nachfrage im Portraitbereich?

Wir berichteten bereits darüber, daß die meisten Kollegen über mangelnde Portrait-Aufträge im Weihnachtsgeschäft nicht klagen konnten.

Interessant ist es für den Beobachter der Foto-Szene, wenn er sein Augenmerk auf die Hintergründe richtet, die bei vielen Akteuren im Vordergrund stehen. Sie sind wieder bunter geworden. Vielleicht weil auch der Portraitist nicht übersehen kann, daß die Schul- und vor allem die Kindergartenfotografen mit knalligen, wildbemalten Hintergründen aufwarten, die Wald, Wiesen, Wasser und andere Naturschönheiten in recht freier Wiedergabe offerieren.

Krasser Kitsch meiner Ansicht nach – aber den Kunden gefällt, und die Mütter kaufen, bevor sie zum nicht ganz so preiswerten „Künstler“ und Fachmann laufen.

Dieser erinnert sich mit leiser Wehmut an die Bilder um die vorletzte Jahrhundertwende, wie man jetzt schon sagen muß. Über hundert Jahre sind die Bilder oft „jung“, denn sie haben noch nichts an ihrer Kraft verloren. Das wird man von unseren heutigen Werken wohl kaum in hundert Jahren sagen können. So waren die damals obligatorischen Hintergründe in zarten Grau- und Brauntönen von zurückhaltender Schlichtheit, die sich den Personen unterordnete. Die zu dieser Zeit von vielen, guten Portraitisten gestalteten Aufnahmen, vor allem aber die Gruppenaufnahmen, dürften in vielerlei Hinsicht heute selten erreicht werden. Es war eben die Blütezeit der Portraitkunst, die obendrein reiche Früchte trug, wie man an den recht wohlhabenden Fotografen dieser Zeit sehen konnte.

Doch die Zeiten haben sich geändert. Welche Früchte wir ernten können, liegt nicht immer nur an uns selbst, aber wir freuen uns auf alle Fälle auf eine schöne Zeit!

JETZT BESTELLEN!

Die Auflage ist erfahrungsgemäß schnell vergriffen.



Große Werbeaktion zur Foto-Sommersaison: Foto-Sommer 2001

Nutzen Sie die kostenlose
Informations- und Werbebroschüre
für Ihren Verkauf!

Informieren Sie Ihre Kunden
über aktuelle Kameras,
Filme und Zubehör!

Das attraktive Werbemittel
für den Fotohandel – kostenlos!



Sichern Sie sich jetzt Ihre
Exemplare der Broschüre

Foto-Sommer 2001

Senden oder faxen Sie den
Bestellcoupon bitte an:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Foto-Sommer 2001

Postfach 1229

40832 Ratingen

Fax: 0 21 02 - 20 27 90

Bitte liefern Sie mir kostenlos frei Haus Exemplare (Verpackungseinheit 500 Stck.) der Broschüre:

Foto-Sommer 2001

Ab 1.000 Exemplaren besteht die Möglichkeit des individuellen Firmeneindruckes.
Die Gebühr beträgt 99,90 DM für die ersten 1.000 Exemplare und jeweils 59,50 DM
für weitere 1.000 Exemplare (zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer).

Auf Wunsch kann zu Broschüren mit individuellem Firmeneindruck kostenlos eine
individuelle Preisliste geliefert werden.

Wir wünschen einen Firmeneindruck.

Wir wünschen eine eigene Preisliste.

Absender/Firma:

Name des Sachbearbeiters:

Postfach/Straße: PLZ/Ort:

Datum: Unterschrift:

Für Rückfragen: Tel. Nr.:

Zur Bearbeitung Ihres Auftrags werden Ihre Daten elektronisch gespeichert. Bitte kreuzen Sie dieses Feld nur an,
wenn Sie nicht mit der Weitergabe Ihrer Adresse an die Fotoindustrie oder den Fotogroßhandel einverstanden sind.

Versilberte Namen

Pleite. Alles wird zu Geld gemacht. Wirklich alles? Nach § 36 Abs. 2 Nr. 1 InsO gehören sogar die „Geschäftsbücher“ des Schuldners zur Insolvenzmasse. Das heißt nach Auffassung des OLG Saarbrücken: Auch „Abonnentenverzeichnisse, Kundenlisten und Kundenbücher“ kommen in den Topf. Der Insolvenzverwalter darf sie selbständig verwerten (Urteil vom 8.11.2000 – 1 U 513/99).

Falsche Fuffziger

Trotz aller Liberalisierungstendenzen bleibt die Irreführung von Verbrauchern unzulässig. Das gilt zum Beispiel weiterhin für die Angabe der Preisempfehlung des Herstellers. Bringt ein Händler sie in seiner Werbeanzeige mit 699 statt 599 zu hoch raus, führt das den Leser in die Irre. Es rettet den Händler auch nicht, wenn der Fehler aus dem Kleingedruckten „Unser Preis“ 444 Mark, Preisdifferenz 155,-“ erkennbar wird (BGH – Urteil vom 24.5.2000 – I ZR 222/97).

Gute Ernte

Nach § 625 BGB gilt ein sonst befristetes Arbeitsverhältnis als auf unbestimmte Zeit verlängert, wenn der Arbeitnehmer es nach Zeitablauf mit Wissen des Arbeitgebers unwidersprochen fortsetzt. Nach § 1 Abs. 3 BeschFG durften Arbeitsverhältnisse ohne Sachgrund nicht befristet werden, wenn bereits ein unbefristeter Arbeitsvertrag da war (Anschlußverbot). So ein unbefristeter Arbeitsvertrag konnte auch das über § 625 BGB fingierte „Arbeitsverhältnis ... auf unbestimmte Zeit“ sein (BAG – Urteil vom 26.7.2000 – 7 AZR 256/99).

Schlechter Wechsel

Wer bei der Verlängerung eines befristeten Arbeitsvertrages nicht mit dem Anschlußverbot in § 1 Abs. 1 Satz 2 BeschFG (jetzt: §14 Abs. 2 TzBfG) in Konflikt kommen will, muß diese Verlängerung vor Ablauf des zu verlängernden Zeitvertrages vereinbaren. Dabei darf auch der Vertragsinhalt nicht geändert werden (z. B. von Vollzeit auf Teilzeit), weil sonst rechtlich ein neuer befristeter Arbeitsvertrag entsteht. Und dieser Neuvertrag wiederum verstößt dann gegen die Regelung in § 1 Abs. 3

Im Focus: Wenn die Arbeit mal wieder zu viel wird ...

Konsumenten orientiert: Davon lebt der Handel. Wir haben unterschiedliche Kunden mit unterschiedlichen Wünschen. Man ist bemüht, es allen recht zu machen. Klappt nicht immer, aber wir arbeiten dran. Und jetzt überholt uns der Bundestag im Arbeitsrecht mit dem „Gesetz über Teilzeitarbeit und befristete Arbeitsverträge“ vom 21.12.2000, BGB1. I S. 1966 ff.

Mitarbeiter hofiert: Wer dieses Gesetz wollte? Glaubt man den Arbeitgeberverbänden: niemand. Nun wird die Politik nicht nur von dieser Seite bestimmt. Also muß der Wunsch woanders her kommen. Dreimal darf geraten werden. Kleine Hilfe: Das gesuchte Wort fängt mit „G“ an und hört mit „ewerkschaften“ auf. Wird denn jetzt mit dem gesetzlich verbrieften Recht auf Teilzeit alles besser? Nun, die ersten Erfahrungen konnte man bereits sammeln ...

Arbeitgeber frustriert: Eigentlich schließt man einen Arbeitsvertrag ja über ein gewisses Zeitvolumen. Man braucht den Mitarbeiter eben für die vertraglich festgelegte Dauer und nicht weniger. „Vertragsfreiheit“ und „Vertrags Erfüllung“ waren bisher immer zwei tragende Prinzipien unserer Rechtsordnung. Bis, ja, bis es dieses „TzBfG“ gab. Ab 1. Januar 2001 kann ein Arbeitnehmer, dessen Arbeitsverhältnis länger als sechs Monate bestanden hat, nämlich verlangen, daß seine vertraglich vereinbarte Arbeitszeit verringert wird (§ 8 Abs. 1 TzBfG).

Personalplanung verwirrt: Wenn der Mitarbeiter mit seinem Verlangen durchkommt, hat der Chef ein Problem. Er muß nämlich sehen, wie er den Rest der Zeit auffüllt. Will der Mitarbeiter seine Arbeitszeit beispielsweise von 37,5 auf 20 Wochenstunden reduzieren, müssen die 17,5 „Minusstunden“ ja irgendwie aufgefüllt werden. Und wie tut man das? Für die 17-Komma-5 muß man erst mal jemanden finden. Also machen die Kollegen Überstunden? Oder man sucht im Laden jemanden, der seine Arbeitszeit auf 17,5 Stunden reduzieren möchte und schaltet danach eine Stellenanzeige für eine Vollzeitkraft. Bloß: Nach weiteren sechs ...

Zeitempfinden geliert: ... Monaten darf der neue Mitarbeiter dann auch eine Reduzierung seiner Arbeitszeit verlangen. Wie das jetzt wohl weitergeht? Zehn Arbeitnehmer mit je zwei Stunden verkürzter Arbeitszeit sind auch wieder 20 Stunden ... Gut. Es wird nicht alles so heiß gegessen, wie es gekocht wird. Der Arbeitgeber kann sich gegen derlei „Kundenorientierung“ ja auch zur Wehr setzen. Entwarnung gibts bei allen Kleinbetrieben: „Für den Anspruch auf Verringerung der Arbeitszeit gilt die Voraussetzung, daß der Arbeitgeber, unabhängig von der Anzahl der Personen in der Berufsausbildung, in der Regel mehr als 15 Arbeitnehmer beschäftigt (§ 8 Abs. 7 TzBfG).“ Ein lebendiges Beispiel aktiver Mittelstandsförderung.

Weg verbarrikadiert? Aber mal ehrlich. Sooo easy ist das mit der Wunsch-Arbeitszeit ja nun doch wieder nicht. Zuerst muß der Arbeitnehmer sein Begehren auf Stundenreduzierung drei Monate vor ihrem Beginn geltend machen (§ 8 Abs. 2 TzBfG). Danach hat er seine Wünsche mit dem Arbeitgeber und dem Ziel einvernehmlicher Regelung zu besprechen (§ 8 Abs. 3 TzBfG). Dann kommt's: „Der Arbeitgeber hat der Verringerung der Arbeitszeit zuzustimmen und ihre Verteilung entsprechend den Wünschen des Arbeitnehmers festzulegen, soweit betriebliche Gründe nicht entgegenstehen (§ 8 Abs. 4 Satz 1 TzBfG).“ Betriebliche Gründe sind insbesondere Störungen der Betriebsabläufe, Beeinträchtigung der Arbeitsorganisation oder unverhältnismäßige Kosten (§ 8 Abs. 4 Satz 2 TzBfG).“ Also, wenn's die nicht gibt ...

Satz 1 2. Alternative BeschFG (BAG – Urteil vom 26.7.2000 – 7 AZR 51/99).

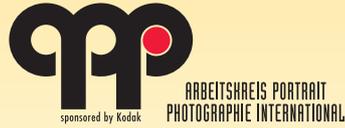
Unterzogenes Konto

Flexible Arbeitszeitmodelle verlangen flexible Regelungen. So können beispielsweise Plus- und Minusstunden auf ein Arbeitszeitkonto gebucht werden. Problematisch wird die Sache immer bei Negativsalden. Hat der Arbeitnehmer es allerdings selbst in der Hand, seine Arbeitszeit zu bestimmen, stellt sich ein negativer Kontostand für ihn als ein entsprechender Vergütungsvorschuß des Arbeitgebers dar. Wenn dieser Negativsaldo dann auch noch beim Ausscheiden des Mitarbeiters besteht, hat er ihn wie einen Vorschuß finanziell auszugleichen (BAG – Urteil vom 13.12.2000 – 5 AZR 334/99).

Schnelle Mark

Ein gekündigter Arbeitnehmer muß sich auf das Arbeitsentgelt, das ihm der Arbeitgeber nach der Entlassung noch schuldet, wenn er den Kündigungsrechtsstreit gewonnen hat, u. a. den Verdienst anrechnen lassen, den er „hätte verdienen können, wenn er es nicht böswillig unterlassen hätte, eine ihm zumutbare Arbeit anzunehmen (§ 11 Nr. 2 KSchG).“ Der Arbeitnehmer ist in dieser Hinsicht aber nicht verpflichtet, sich beim Arbeitsamt arbeitslos zu melden und dort Arbeitslosengeld zu „verdienen“. Dazu zwingt ihn nicht einmal die Anrechnungsvorschrift des § 11 Nr. 2 KSchG (BAG – Urteil vom 16.5.2000 – 9 AZR 203/99).

Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff



Inhalt:

Editorial
Seite 2

Termine
Seite 3

Impressum
Seite 3

Bärenstarkes aus Eisenach:
Marathon der Fotografen
Seite 5

Literatur:
Das Lied von der Erde
Seite 6

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

sind wir Fotografen eigentlich glücklich?

Eine Suggestiv-Frage, auf die jeder Fotograf in der Welt sicherlich eine andere Antwort geben wird. Ich versuche es trotzdem: Glücklich bin ich nur dann, wenn ich einen Kundenwunsch in die Tat umgesetzt – sprich: eine zunächst nur vage Idee einer Produkt-Darstellung mit einem vorzeigbaren, werbewirksamen Foto verwirklicht habe. Erstaunlicherweise gelingt mir das nur, weil ich in meinem Studio den Platz dafür habe, die richtigen Kameras (bestückt mit dem gerade benötigten Objektiv) besitze und in der Lage bin, die unausgesprochenen Wünsche des Kunden richtig zu deuten. Dummerweise benötigt man für ein gutes Foto immer nur einen Body, nur ein Objektiv und eine bestimmte Menge an geeignetem Licht. Leider kommt es ja nur auf die gestellte Aufgabe an. Ob man nun die 13/18 mit dem 300er und einen Light-Flooter mit Spot nimmt oder eben zur Consumer-Kamera für eine Internet-Bebilderung greift. Vom Profi erwartet man, daß er jeder Aufgabe gewachsen ist! Daher besitzt er eine KB-Ausrüstung von 14 mm bis zum lichtstarken 300er, eine 6x6- oder 6x7-Ausrüstung von 40 bis 200 mm und natürlich Großformatige von 45 bis 300 mm.

Halt! Ich darf die digitale Schiene nicht vergessen: von One-Shot bis Scan-Rückteil – und das alles natürlich mit extra Kameras und Objektiven. Selbstverständlich auch mit flickerfreiem HMT-Licht, denn auch die modernsten

Blitze lassen ja noch keine „fetten“ Datenmengen zu.

Nicht zu vergessen sind auch die unterschiedlichen Wünsche der abzuliefernden Medien. Als Dia geht es per eigener E-6-Entwicklung schnell, aber die Entsorgungskosten für die Chemie treiben den Beteiligten alle Haare zu Berge.

Es soll eine CD-ROM sein? Kein Thema, denn ein Profi verfügt selbstverständlich über schnelle Brenner – und das auf Mac- (für Agenturen und Druckereien) und auf Windows-Plattformen für den Rest der Welt.

Hand aufs Herz: Wann haben Sie sich zum letzten Mal gefragt, ob Sie noch alle „Tassen im Schrank haben“?

Wir hantieren als Profi-Systeme übergreifend und glauben, daß wir nur dann gut sein können, wenn wir für alle Fälle der fotografischen Anforderungen unserer Kunden gerüstet

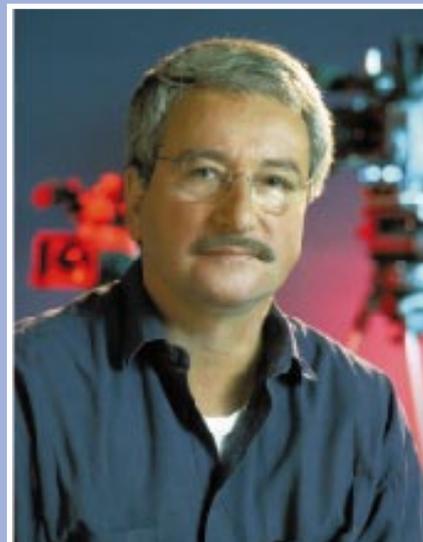
Gebrauchtes Fotostudio

1 Säulenstativ mit 2 Kugel-Kugelhöfen, VB 599,- DM
1 Mamiya RB 67 + 3,8/127 mm Objektiv, VB 1.499,- DM
1 Polaroid Miniportrait + 2 Magazine, VB 999,- DM
1 ALPS Thermo-Drucker A4/600 dpi, VB 699,- DM

Foto Klug, Zülpicher Str. 278, 50937 Köln (Sültz),
Tel./Fax 0221/449659

wären. Sollen wir Apotheker spielen und aus tausend Schubladen das geeignete Mittelchen herausholen?

Wir kommen nicht umhin, uns zu entscheiden. Will ich für alle alles bieten? Will ich für wenige Hochwertiges bieten? Der KB-, 6x6-, 9x12-, 13x18-Fotograf mit eigenem Labor ist heute eine „eierlegende Wollmilch-Sau“, die man auch noch flugfähig gemacht hat. Rechnen wird sich der traditionell und zukunftsorientierte Handwerksbetrieb für Fotografen nicht mehr!



Natürlich bin ich unglücklich darüber, daß bei einer Entscheidung für die eine oder andere Technik unmittelbar danach wertvolle Teile meiner Studio- und Laborausstattung im Wert auf Null gesetzt werden.

Wer wirft schon ohne Tränen in den Augen eine E-6 Hänge-Entwicklungs-maschine auf den Müll? Auch der gern gehörte Satz: „Die hat ja inzwischen ihr Geld verdient“ tröstet nur recht wenig. Und wenn es ja nur die Inline E-6 wäre... – bei der Umstellung kann auch der teure Dia-Belichter gleich mit entsorgt werden! Darüber ist niemand glücklich!

Aber vielleicht haben wir ja dann alle einmal viel mehr Platz, wenn wir uns entschieden haben, nur noch kundenorientiert zu arbeiten.

Viele Jahre lang wurden Fotografenmeister benötigt, die ihr Können in exzellenten Fotos per Dia oder Papierbild beweisen mußten. Heute brauchen wir meisterliche Kenner des Kundenbedarfs, die den Kundenwunsch schnell und professionell umsetzen.

Und genau das müssen wir halt alle noch ein wenig mit der „richtigen Technik“ üben – und die kommt locker auch ohne die traditionellen, bisher erlernten Inhalte aus.

Und darüber, daß ich nun jeden Tag etwas Neues lernen darf, darüber bin ich nun doch wieder recht glücklich.

Herzlichst Ihr/Euer

Tom Pochert

Tom Pochert.

Fujifilm mit neuer Homepage für Professionals



Profifotografen haben jetzt bei Fujifilm eine eigene Plattform. Unter www.fujifilmpro.de zeigt das innovative Unternehmen alles Wissenswerte rund um die professionelle Fotografie. In den Rubriken News, Sponsoring und Messen sind die aktuellen Kommunikationsmaßnahmen dargestellt, und im Servicecenter dreht sich alles um das Thema Kundendienst. Anklicken lohnt sich.

APPI-Termine für jung und alt

Kaum hat sich der neue APPI Juniorenkoordinator Michael Jongebloed vorgestellt, steigen schon die ersten Workshops für den APPI Nachwuchs. Die Seminarreihe startet mit einem Portrait-Shooting, das am 8. April im Fotostudio Mijo, Geilenkirchen, stattfindet.

Seminarinhalte: • Visagistik leicht gemacht • einfaches Hairstyling in 15 Minuten • Einführung in die Light-painting-Fotografie • Umrechnung der Filmmaterialien zum Pushen • Crossen einmal anders • verrückte Effekte.

Die Dozenten: • Katja Weller, professionelle Visagistin • Dieter Lieben, selbständiger Hairstylist • Michael Jongebloed, Spezialist für Peoplefotografie. Das Seminar dauert von 9.30 Uhr bis ca. 17.30 Uhr und kostet 95 Mark bzw. 130 Mark für Nichtmitglieder. Infos und Anmeldungen (bis 24. März) unter: 02451/5155.

Ein weiteres Seminar vom APPI Nordrhein-Westfalen findet am 11. März statt. Veranstaltungsort ist ebenfalls das Fotostudio Mijo in Geilenkirchen bei Aachen. Hier referieren Michael Jongebloed und Manfred Kohl über moderne Hochzeitsfotografie und erfolgreiches Hochzeitsmarketing. Dieser Workshop richtet sich an alle APPI-Mitglieder – ob jung oder alt.

Das Seminar kostet 120,- DM (APPI-Mitglieder und Fotografen, die am gleichen Tag dem APPI beitreten), 75,- DM (Junioren), 250,- (Nichtmitglieder). Anmeldungen und Infos bei Manfred Kohl, Telefon 02351/42300.

Workshops an der aph

Die Akademie für Photographie in Hamburg bietet in diesem Jahr wieder eine interessante Seminarreihe mit bekannten Fotografen an.

Hier die Termine:

- Photoshop für Anfänger / DM 498,-
Thomas Kierst / 6. bis 8. April
 - Portfolio im Internet / DM 498,-
Lutz Fischmann / 27. bis 29. April
 - Das Exposé / DM 198,-
Hans Peter Koch / 12. Mai
 - Die Reportage / DM 498,-
Rolf Nobel / 18. bis 20. Mai
 - Photoshop für Fortgeschrittene
Thomas Kierst / 1. bis 3. Juni
DM 498,-
 - Modelfotografie / DM 498,-
Günter Beer / 8. bis 10. Juni
 - Die Reportage / DM 498,-
Peter Dammann / 22. bis 24. Juni
 - Basiswissen für den Mac / DM 198,-
Lutz Fischmann / 30. Juni
 - People-Photography / DM 498,-
Det Kempke / 24. bis 26. August
 - Digitale Fotografie / DM 498,-
Rolf Hartenfels und Thomas Kierst
14. bis 16. September
 - Die Farb-Reportage / DM 1.198,-
Alex Webb / 29. Sept. bis 6. Okt.
 - Farbvergrößern / DM 498,-
Jochen Buschmann / 12. bis 14. Okt.
 - Die S/W-Reportage / DM 1.198,-
Kent Klich / 20. bis 26. Oktober
 - Marketing für Fotografen / DM 498,-
versch. Referenten / 2. bis 4. Nov.
 - Die Reportage / DM 498,-
Rolf Bauerdick / 16. bis 18. November
 - Berufseinsteiger-Seminar / DM 198,-
versch. Referenten / 1. Dezember.
- Infos unter Telefon 040 / 35744616.

Die neue
Stilfondo
Kollektion ist da!







Stilfondo bietet in der neuen Kollektion viele zwei- und dreidimensionale Hintergründe für stimmungsvolle Aufnahmen zu allen Anlässen:

- Industrie- und Werbeaufnahmen
- Schul- und Kindergartenfotografie
- Kommunion
- Konfirmation
- Hochzeit
- Portrait...

...für jedes Studio passende Größen und Formate...

...dazu eine große Auswahl in flexiblen Stoffen und Accessoires.

Kataloge · Informationen · Preise:

ERICH LEISER
Fachgroßhandlung · Fotovertretung CDH
Ohmstraße 41 · D-35329 Gemünden/Felda
Fax (0 66 34) 84 90 · Telefon (0 66 34) 6 51

Impressum:

profi-contact

Offizielles Organ deutscher
Berufsfotografen-Verbände

appi: Hohenfeldstraße 26, 49809 Lingen,
Telefon 0591/9131-200, Telefax 0591/9131-202

CV: Frankenwerft 35, 50667 Köln,
Telefon 0221/2070-466, Telefax 0221/2070-445
Internet: <http://www.cvphoto.de>

aph: Holstenwall 12, 20355 Hamburg,
Telefon 040/357446-0, Telefax: 040/357446-50
Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen

Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon 0 21 02/20 27-0, Telefax 0 21 02/20 27-90

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

Verlagsleitung: H. J. Blömer, Eleonore Blömer.

Redaktion: Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich),
Jürgen Günther, Theo Six, Dipl. Journ. Herbert Päge,
Jutta Ramlow, Dipl. rer. pol. Karla Schulze.

Ständige redaktionelle Mitarbeit: Bundes-
innungsmeister Tom Pochert, DGPh; Rolf Hartenfels.

Grafik und Herstellung: Detlef Gruss; Anzeigen:
Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich); Ralf Gruna.
Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 28. Vertrieb: Karin
Engemann. profi-contact erscheint im imaging+foto-
contact, der größten Fachzeitschrift der Fotobranche,
zum 1. des Monats, außer am 1. Januar. Namentlich
gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die
Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte
Manuskripte und Bilder wird keine Haftung über-
nommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und
Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

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

Bärenstarke Erlebnisse in Eisenach

Marathon der Fotografen

Nach vier erfolgreichen Veranstaltungen haben sich die Bärenstarken Fototage inzwischen als feste Institution etabliert. Keine andere Fortbildung für den fotografischen Nachwuchs stößt auf eine höhere Akzeptanz, sei es bei den Teilnehmern oder den Ausbildungsbetrieben. Und kaum eine andere Veranstaltung wurde so großzügig von der Industrie gesponsert. Bei den diesjährigen IV. Bärenstarken Fototagen haben die Veranstalter sogar noch einmal kräftig nachgelegt und das Spektakel um einen ganzen Tag verlängert.

Es war wieder ein Mega-Event, das sich vom 17. bis 19. Februar in Eisenach abspielte. 240 hochmotivierte Nachwuchsfotografen, Sponsoren, Gäste und Veranstalter okkupierten nicht nur das Hotel Thüringer Hof, sondern auch eine Reihe anderer Locations in Eisenach, und die Stadt im Schatten der Wartburg war ganz in den Händen von 164 „schießwütigen“ Nachwuchs-Fotografen. In diesem Jahr begannen die „Bärenstarken“ bereits am Samstag, so daß den

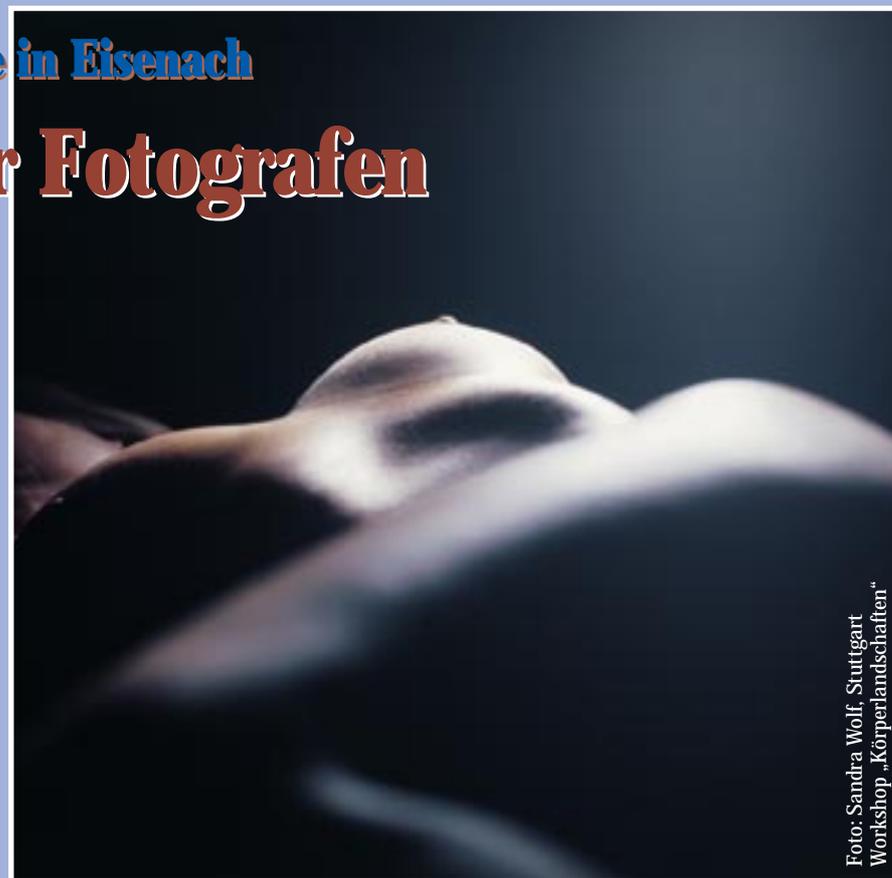


Foto: Sandra Wolf, Stuttgart
Workshop „Körperlandschaften“

Teilnehmern ein ganzer Tag mehr zur Verfügung stand als in den Jahren zuvor. Das Programm war wieder dicht gedrängt mit insgesamt 13 Workshops: Körperlandschaften (Sandra Wolf), Bodypainting in Airbrush (Thomas Kierst), Großbild-Erotik (Olf Appold), Moderne People-Fotografie (Franz Helmreich), Digitale Fotografie (James Dummler), Life-Style (Annett Scholz), Porträts vom Feinsten (Manfred Riege), Stills (Dieter Kahl), Akt und Porträt (Gerhard Vorm-

wald), Bierfotografie (Rolf Otzipka), Fotos machen – so einfach geht's (Paul Leclaire), Heiße Stills und heiße People mit heißem Licht (Georg Valerius) und Porträts mit Ambiente (Friedrun Reinhold).

Einblicke in die Seminare und erste Ergebnisse zeigen, mit welchem Eifer die Teilnehmer bei der Sache waren. Die besten Bilder der Teilnehmer aus den einzelnen Workshops zeigen wir in der nächsten Ausgabe.

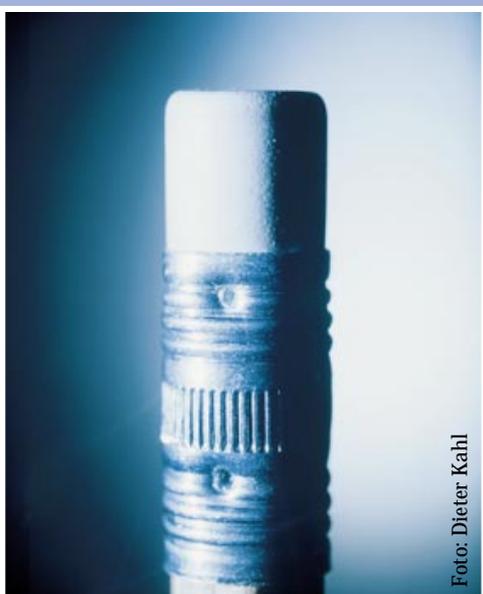


Foto: Dieter Kahl



Foto: Tom Pochert



Foto: Tom Pochert

Links: „Stills“ mit Dieter Kahl. Mitte: „Bodypainting in Airbrush“ mit Thomas Kierst. Rechts: „Digitale Fotografie“ mit James Dummler.

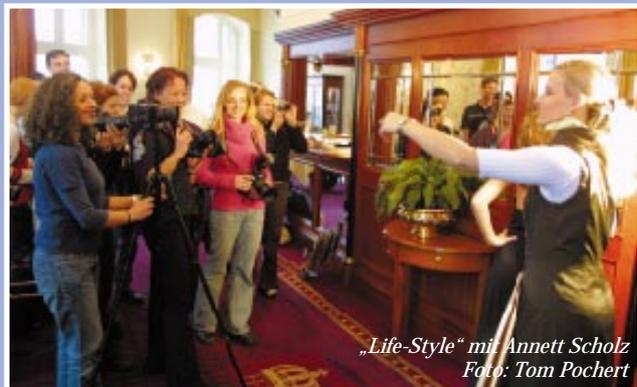
Zum Titel



Die Veranstalter bei der Einteilung der Workshops (vorne von links): Rolf Hartenfels (APPI), Tom Pochert (CV) und Cristiane Irmer (APPI). Auf der Treppe im Hintergrund die Workshopleiter (von rechts): Sandra Wolf, Annett Scholz, Dieter Kahl, Paul Leclair, Rolf Otzipka, Georg Valerius und Thomas Kierst.
Foto: Jürgen Günther



„Einfach gute Fotos“ mit Paul Leclair
Foto: Tom Pochert



„Life-Style“ mit Annett Scholz
Foto: Tom Pochert



„Großbild-Erotik“ mit Olff Appold
Foto: Tom Pochert

Berlin
PPS:
0 30 / 285 28 401
CALUMET:
0 30 / 264 43 50
Bremaphot:
0 30 / 261 70 31
Foto Kundt:
0 30 / 817 94 20

Dresden
Kleffel + Aye:
03 51 / 43 80 02-0

Hamburg
IPS:
0 40 / 450 366 55
CALUMET:
0 40 / 423 16 018
Nordfoto-Versand:
0 40 / 52 98 650
PPS:
0 40 / 431 78 100

Hannover
Kleffel + Aye:
05 11 / 71 69 51

Düsseldorf
CALUMET:
02 11 / 31 67 00
Kleffel + Aye:
02 11 / 30 60 70
PPS:
02 11 / 99 47 175

Essen
Bremaphot:
02 01 / 23 98 57

Duisburg
S. C. Ahlmeier:
02 03 / 60 96 60

Köln
Kleffel + Aye:
02 21 / 40 08 30

Kassel
Mono-C GmbH:
05 61 / 9 35 19 13

Frankfurt
FM Fotofachmarkt:
0 69 / 97 57 29-0
GM Foto:
0 69 / 23 85 70-0
Kleffel + Aye:
0 69 / 94 43 27-0

Darmstadt
Kleffel + Aye:
0 61 51 / 29 00 20

Wiesbaden
Kleffel + Aye:
06 11 / 18 20 473

Karlsruhe
PPL Pro Photo
Logistik:
07 21 / 85 89 84

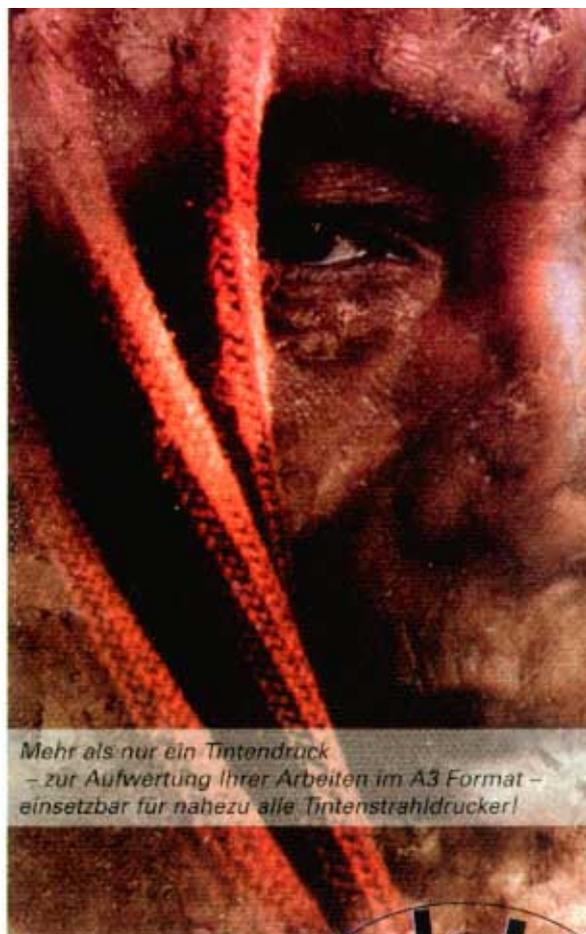
Stuttgart
Hirrlinger:
07 11 / 22 90 80
Photo Universal:
07 11 / 95 76 00
Kleffel + Aye:
07 11 / 62 70 74
Profi Shop:
07 11 / 18 747 18

München
Dinkel:
0 89 / 552 18 0
Elgas:
0 89 / 53 03 27

Nürnberg/Fürth
Wolf-Labor:
09 11 / 787 00 122
Kleffel + Aye:
09 11 / 31 80 01

Würzburg
X PRESS
Multimedia:
09 31 / 97 08 456

Regensburg
Photolhaus Zacharias:
09 41 / 59 52 90



Mehr als nur ein Tintendruck
– zur Aufwertung Ihrer Arbeiten im A3 Format –
einsetzbar für nahezu alle Tintenstrahldrucker!



**ZUR OPTIMALEN
UNTERSTÜTZUNG DER
BILDAUSSAGE.**

DIE EINZIGARTIGEN POLAROID INKJET FOTOPAPIERE!

FINE ART QUALITÄT ZUM INKJET PREIS!
Überzeugen Sie sich selbst:

Jetzt die **10 BLATT A3 TEST COLLECTION***
zum Schnupperpreis von

nur **25,00 DM** incl. MWST

nur **21,55 DM** zzgl. MWST

(solange der Vorrat reicht)

*(je 3 Blatt Hochglanz + Seidenmatt sowie je
2 Blatt Aquarell + Leinen)

Eine Aktion der Polaroid ProHändler.

Polaroid Pro



Bernhard Edmaier:

Das Lied von der Erde

In diesem wunderschönen Bildband begeistert der Fotograf Bernhard Edmaier, der 1998 für seinen Bildband „Geoart“ den Kodak-Fotobuch-Preis erhielt, mit Luftaufnahmen von der Erde im Urzustand: Vulkanasche zieht Moiree-Muster in das Eis isländischer Gletscher, goldene Lichtlinien zeichnen die Wellenmuster der Sanddünen in der Namib-Wüste nach, abstrakt blaugrün schimmern die Korallenriffe der Bahamas. Edmaiers Fotos sind Gemälde in fantastischen Farben, die einen neuen, unglaublichen Blick auf die Erde erlauben.



Unglaublich deshalb, weil wir als Menschen gerne meinen, unsere Erde zu kennen und sie zu beherrschen. Die wunderschönen Bilder meditativer Qualität machen nachdenklich. Nicht nur, daß man fragt: Was ist das? Wo ist das? Die Schönheit hat Kraft, die für

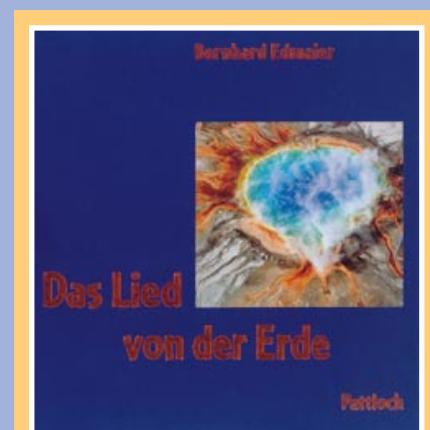
sich besteht, keiner Erklärung bedarf. Die Schöpfungsmythen, die neben diesen Bildern abgedruckt sind, sind althergebrachte Erzählungen, Gesänge und Gedichte aus aller Welt, die in ihrer eigenen sprachlichen Kraft mit der erdbezogenen Fotokunst Edmaiers

der zu harmonischen Doppelseiten vereint: Sie stehen sich gegenüber, halten Zwiesprache und inspirieren sich gegenseitig. Dazu passen das ausgewogene quadratische Format und der Bucheinband in Leinen mit aufwendiger Prägung.

Ein Geschenkband der Superlative, der einen neuen Blick auf die Erde, auf die Schöpfung eröffnet.

eine kongeniale Synthese bilden. Die Texte spannen den Bogen von der afrikanischen bis zur germanischen Götterwelt, von den jüdischen bis zu indianischen Mythen, von den fernöstlichen Hochkulturen bis zu den Naturvölkern polynesischer Inseln.

Sorgfältig haben die Buchgestalter Texte und Bil-



Bernhard Edmaier, Das Lied von der Erde, 48 Seiten, durchgehend farbig, 27,5 x 27,5 cm, Leinenband, Pattloch Verlag, Augsburg 1999, ISBN 3-629-00166-1, DM 39,90.

der
grosse
foto
katalog

www.cat-verlag.de

Jetzt bestellen!

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

Der neue

FACH- UND 2001 PROFI- MARKT 2002

erscheint im März.

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

Bitte 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 2001/2002“

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

Datum: _____ Unterschrift: _____

Name: _____

Firma: _____

Straße/Nr.: _____

Plz./Ort: _____

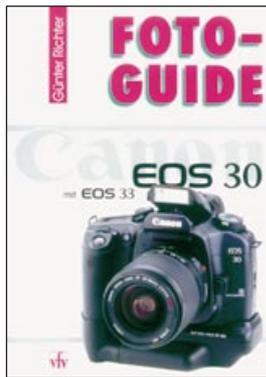
Telefon: _____

Fax: _____

Günter Richter:

FotoGuide Canon EOS 30 mit EOS 33

Mit ihrer Komplettausstattung bis hin zur Augensteuerung ist die neue Canon EOS 30 eine Herausforderung zur Nutzung all der zahllosen Möglichkeiten, die in dieser SLR-Kamera der gehobenen Mittelklasse stecken. Der bekannte Fachjournalist Günter Richter hat einen neuen FotoGuide verfaßt, der selbst den technisch nicht Versierten Schritt für Schritt und leicht verständlich in diese Welt einführt.



So erfährt der Leser in logischer Folge, wie seine Kamera eigentlich funktioniert, was die Grundlagen der Fotografie ausmacht. Denn die Voraussetzung, um die technisch recht komplizierten Funktionen sinnvoll einsetzen zu können, ist das Vorhandensein dieses grundsätzlichen Verständnisses.

Nichtsdestotrotz trägt die EOS 30 mit Vollautomatik und einer Reihe von Motivprogrammen dem Zug der Zeit Rechnung, dem zufolge selbst das ausgefeilteste Gerät auch ohne wesentliches Mitdenken einsetzbar sein muß. Auch hierzu hält der Autor viele Tips bereit. Der fundierte Ratgeber behandelt nicht nur die Kamera selbst, sondern ebenso das entsprechende Zubehör. Darüber hinaus weist das Buch den Weg zur digitalen Nutzung der analogen Bilder. Nachdem die EOS 33 mit Ausnahme der Augensteuerung baugleich mit der EOS 30 ist, wendet sich dieser FotoGuide gleichermaßen an die Besitzer dieser Kamera oder eines der Modelle mit Datenrückwand – der EOS 30 Date bzw. der EOS 33 Date.

Günter Richter, FotoGuide Canon EOS 30, 160 Seiten, 193 Farb- und Schwarzweißabbildungen, Format 15 x 21 cm, Pb., vfv Verlag, Gilching 2001, ISBN 3-88955-127-0, DM 29,80.

Heiner Henninges:

Leica R4 – R5 – R6 – R7

Zu Recht genießen die Leica Spiegelreflexkameras den Ruf legendärer Robustheit. Sie zeichnen sich durch besondere Qualität, Präzision und Solidität aus. So sind selbst ältere Modelle nicht nur für den Sammler, sondern immer noch für den aktiven Fotografen interessant. Zudem eröffnen auch ältere Leicas den Zugang zu den modernen Leica-Objektiven mit ihrer unübertroffenen optischen und mechanischen Qualität. Wer sich also heute eine gebrauchte Leica R kauft, verschafft sich damit den risikolosen Einstieg in eines der qualitativ hochwertigsten Spiegelreflexsysteme der Welt, weil er aufgrund der Kompatibilität des Objektivsystems jederzeit problemlos auf das aktuelle Leica R System aufsteigen oder seine Ausrüstung um eine aktuellere Leica R Kamera erweitern kann.

Das Buch bietet einen Überblick über die Leica R Kameras der 80er und 90er Jahre und stellt die vier Leica-Spiegelreflexkameras R4, R5, R6 und R7 sowie die R6.2, das Nachfolgemodell der R6, vor. Technische Besonderheiten, Bedienung, Einsatzmöglichkeiten und Zubehör vom Teleobjektiv bis zur Augenmuschel werden im Detail erläutert. Eine Vielzahl fundierter und praxisorientierter Informationen macht dieses Buch zu einem wertvollen Begleiter für Leica-Sammler und -Fotografen.

Heiner Henninges, Leica R4 – R5 – R6 – R7, 176 Seiten, 30 farbige, 130 schwarzweiße Abbildungen und 10



Zeichnungen, 15 x 21 cm, gebunden, Verlag Laterna magica, München 2000, ISBN 3-87467-736-2, DM 49,90.

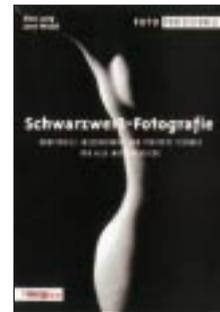
Alex Larg/Jane Wood:

Schwarzweiß-Fotografie

In unserer farbigen Welt schafft gerade die Schwarzweißfotografie die nötige Distanz, um eine besondere Atmosphäre und Stimmung darzustellen.

Eine grundlegende Bedeutung erreicht die Schwarzweiß-Fotografie durch ihre technischen Qualitäten. Korngröße, Tonung, Linienführung, Formen und Strukturen – all dies sind Faktoren, die bei Schwarzweiß-Fotografien viel besser zur Geltung kommen. Das Spektrum an technischen Möglichkeiten, die speziell für die Schwarzweiß-Fotografie zur Verfügung stehen, wie insbesondere Filme, Kameras, Filter und nicht zuletzt die Entwicklungs- und Vergrößerungsmöglichkeiten, verleiht dieser Art zu fotografieren einen ganz besonderen Hintergrund.

Der Band „Schwarzweiß-Fotografie“ aus der Reihe „Foto Professionell“ bietet ausgewählte Aufnahmen von Top-Fotografen für verschiedenste Motivbereiche wie Porträt, Stilleben, Akt, Werbe- und Kunstaufnahmen. Ein



Kapitel beschäftigt sich mit Tonung und Effekten und zeigt die nachträgliche Verbindung von Schwarzweiß und Farbe. Entscheidend bei jeder einzelnen Aufnahme ist neben der Orts-, Ausrüstungs- und Ausstattungswahl vor allem die richtige Beleuchtungstechnik, die bei jedem Bild mittels Diagramm und Planskizze detailliert erläutert wird. Darüber hinaus findet der Leser fachspezifische Erklärungen und Lösungsvorschläge für mögliche Probleme.

Mit über 55 erstklassigen Aufnahmen und einem Verzeichnis von mehr als 20 Weltklasse-Fotografen stellt der Band „Schwarzweiß-Fotografie“ sowohl für Profis und ambitionierte Amateure als auch für Art Directors eine wertvolle Inspirations- und Informationsquelle dar. Alex Larg/Jane Wood, Schwarzweiß-Fotografie, Kunstvolle Inszenierung und perfekte Technik für alle Motivbereiche, 160 Seiten, 107 Abbildungen und 164 Zeichnungen, 19 x 26,5 cm, broschiert, Verlag Laterna magica, München 2000, ISBN 3-87467-766-4, DM 69,90.

CeWe Color lädt Partner zu 26 Verkaufsseminaren

In den vergangenen Jahren hat CeWe Color, Europas größte Fotofinishinggruppe, verschiedentlich Verkaufsseminare veranstaltet, die durchweg positiv aufgenommen wurden. Als Reaktion auf diese positive Resonanz hat sich das Laborunternehmen dazu entschlossen, auch im Jahr 2001 wieder Schulungen anzubieten. Schwerpunktthema der 26 Verkaufsseminare, die in allen zwölf Laboren der CeWe Gruppe unter der Leitung von Klaus Nohr durchgeführt werden, ist „Digital“.

Frank Zweigle, CeWe Color Verkaufsleiter Mitte und Beauftragter für die Verkaufsseminare 2001, betonte, daß CeWe Color den Partnern aus dem Fotohandel die Chance bieten wolle, sich ausgiebig über die Entwicklung im Digitalbereich sowie über digitale Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Darüber hinaus geht es auch um allgemeingültige Verkaufsstrategien, vom Schaffen eines ersten positiven Eindrucks gegenüber dem Kunden über die fundierte Bedarfsermittlung und die richtige Präsentation bis zum Verkaufsabschluß. „Eine bedeutende Rolle spielt neben

den vom Unterbewußtsein gesteuerten Signalen auch das fundierte Fachwissen“, sagte Zweigle. „Kein Fotohändler kann es sich heute erlauben, lediglich über Halbwissen zu verfügen.“



Frank Zweigle, CeWe Color Verkaufsleiter Mitte, ist verantwortlich für die Verkaufsseminarreihe 2001.

Bei CeWe Color ist man davon überzeugt, daß in der digitalen Fotografie das Wachstumsfeld der Zukunft stecke. Digitale Technologien erfassen heute bereits alle Bereiche des Imaging-Prozesses, von der Erfassung über die Verarbeitung und Ausgabe bis zum Transfer von Bildern, hieß es in einer Pressemitteilung. Eine Marktuntersuchung des Laborunternehmens habe gezeigt, daß digitale Kameras von den gleichen Anwendern benutzt würden wie analoge Modelle. Inzwischen gebe es kaum noch Unterschiede in der Zielgruppe. Selbst die Motive seien die gleichen, nämlich hauptsächlich Urlaub, Kinder und Parties.

„Wer heute nicht aktiv auf den Kunden zugeht und die digitalen Produkte mit Fachwissen anbietet, wird in den kommenden Jahren zu den Verlierern gehören“, meinte Zweigle. „Wann immer ein Händler seinen Kunden einen ‚Mehrwert‘ an Informationen, persönlichem Engagement, Spaß und Entertainment mit Produkten und Dienstleistungen anbietet, desto mehr begeistert er ihn.“

i+fc Leserbrief

Zum Beitrag „Trends 2001“ von Horst Dieter Lehmann in Ausgabe 1-2/2001, S. 66, erreichte uns folgender Leserbrief:

Das Fazit von Herrn Lehmann hat mich erstaunt: „Der Fortschritt ist nicht aufzuhalten, aber kommt nicht über Nacht“.

Nun, verehrter Herr Lehmann, es ist an der Zeit, aufzuwachen: Der Fortschritt ist schon längst da, wer bis jetzt noch nicht aufgesprungen ist, der hat den Anschluß gnadenlos verpaßt. Und wird ihn auch kaum noch finden können ...

Digital ist in aller Munde, selbst „Lieschen Müller“ von nebenan interessiert sich dafür, hat zwar keinen PC, würde jedoch gerne auch digital fotografieren, am Fernseher sehen die Urlaubsfotos ja auch schon ganz gut aus ...

Sie sehen also, das digitale Zeitalter

wird nicht etwa erst kommen, wie Sie vermuten, es ist schon längst da. Und der Handel hat sich dieser Tatsache zu stellen. Es gilt, die neuen Felder erfolgreich zu besetzen, neue Angebote rund um die neuen Produkte zu finden, kreative Lösungen für die Fragen und Probleme der Verbraucher zu finden. Und gerade wir „kleinen“ Händler haben hier reichlich Chancen, wir können viel schneller agieren, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter viel schneller am Puls der Zeit halten, als die vermeintlich starken „Großen“.

Sicherlich verschwinden so manche Geschäfte, werden einige vom Zug der Zeit überrollt. Doch andere schaffen es schon jetzt, die hier frei werdenden Marktanteile an sich zu binden, neue Umsätze zu generieren. Und gerade dieses „freigesetzte“ Potential macht auch andere Branchen hungrig. Wie die Haie haben sie das Blut gewittert und befinden sich in der Orientierungsphase. Die komplette Consumer Electronics-

Branche richtet sich im Moment auf die Fotografie aus (anders als beim Tode von Super 8 haben die Kollegen dieses Mal den Start verpennt).

Nun gilt es also, den Vorsprung zu nutzen, auszubauen und zu festigen. Schauen wir also alle nach vorne, lassen Sie uns gemeinsam unsere Ladenlokale auffrischen, den Wünschen der Verbraucher anpassen und das Produktfeld „Visuelle Kommunikation“ fest mit uns Fotofachhändlern verknüpfen. Die GfK berichtet noch immer, daß die meisten Digitalkameras im Fotohandel erworben werden. Lassen Sie uns dafür Sorge tragen, daß dies auch in zehn Jahren noch so sein wird!!! Drehen wir uns also um alles Digitale, erweitern wir unser Geschäftsfeld, spinnen wir neue Angebote und Dienstleistungen???? Ich sage: ja!! Und zwar nicht erst dann, wenn die Haie schon angebissen haben...

Also: aufwachen, Herr Lehmann!!!

Martin Achatzi, Bad Laasphe

Internationale Führungspersönlichkeit gesucht

Wir sind ein int. agierendes Unternehmen mit weltweit über 1100 Mitarbeitern. Unser Business ist die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von **Fotofilmen und Inkjetpapieren**. Im Focus unserer Aktivitäten stehen Fotolabore sowie der Fach- und Lebensmittelhandel. Mit leistungsfähigen Produkten und kundenspezifischen Lösungen sind wir als Marktführer in wesentlichen Segmenten wichtiger Partner unserer Kunden. Für unsere deutsche Tochtergesellschaft mit Standort Raum Düsseldorf suchen wir den vertriebsstarken

General Manager m/w

(Perspektive Geschäftsführer)
Deutschland, Österreich, Niederlande

Ihr Profil:

- Dipl.-Kfm. / Betriebswirt
- Alter: ca. 35 - 45 Jahre mit ausgeprägter soz. Kompetenz
- mind. 5 Jahre operative Führungserfahrung im Sales & Marketingbereich (**Fotohandel von Vorteil**)
- Insiderkenntnisse der Systematiken und Strukturen im Consumer-/ Multimedia Market / Fachhandel Foto
- P & L verantwortlich
- Machertyp mit analytischen und strategischen Stärken
- Zielorientierte, motivierende, kommunikative Führungspersönlichkeit
- fließend englische Sprachkenntnisse, weitere europ. Fremdsprachen von Vorteil

Die Aufgabe:

- kfm. und operative Leitung der GMBH mit strategischer Ausrichtung auf die Marktbedürfnisse
- benchmarking
- Erstellung und Realisierung des jährlichen Forecasts bzw. Businessplans
- Planung und Durchführung von Jahresgesprächen
- ergebnisorientierte Führung und Steuerung der ges. Organisation nach personalwirtschaftl. Grundsätzen
- Teilnahme an int. Strategie-Meetings und deren Umsetzung in Abstimmung mit dem Mutterhaus
- Vorbereitung Jahresabschluß / Bilanz

Unser Angebot:

- internationale Karriere auch für den Mann der 2. Reihe
- Reporting direkt an den General Manager Europa
- Ergebnis-/ leistungsorientierte Dotierung, übliche Sozialleistungen eines int. Konzerns, repräsentatives Firmenfahrzeug
- ein Arbeitsklima, das durch Teamgeist, Motivation und Leistung geprägt ist

Interessiert?

Dann sprechen Sie mit uns und senden zunächst bitte Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen (deutsch und englisch) auch per E-Mail incl. Ihrer Verfügbarkeit und Einkommenswunsch, unter Angabe der **Kennziffer GM 404** an die von uns beauftragte Managementberatung.



GVM Management Consulting, Herr Klaus Westphal
Königsallee 60G • 40212 Düsseldorf • Telefon 02 11 / 1 38 56 65
E-Mail: gvm.kwestphal@t-online.de

Seit Jahrzehnten mit erstklassigen Markenprodukten bestens eingeführt

Münchener Fotohandelsvertretung

sucht zum nächstmöglichen Termin erfahrene(n), dynamische(n) und branchenkundige(n)

Innendienstleiter/in

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Gehaltsvorstellung unter Chiffre 104158301 an den Verlag.

FILM- u. VIDEOSERVICE

FILMKOPIEN, TONSPUREN	alle Formate
VIDEOÜBERSPIELUNGEN	8,9,5,16 mm Filme
VIDEOKOPIEN - NORMWANDLUNG	alle Systeme
VHS - SERIENKOPIEN	enorm preisgünstig

CHRIS-Filmtechnik GmbH
Frühlingstr. 67, 85386 Eching/München, Tel. (089)3 194130

Kleinanzeigen • Angebote

Fotourlaub auf Großsegelschiff

Juli und August: Holländische Inseln,
Dia-Entwicklung an Bord
Tel. 05121/63209, Fax: 05121/63460

Zentraler Reparatur-Service



GEDDERT

- Meisterbetrieb -

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

Voigtländer-Ricoh-Service

Benno-Strauß-Straße 39 **SPEZIAL REPARATUREN FÜR:**
90763 Fürth
Postfach 22 41
90712 Fürth
Telefon 09 11/6 58 51 84
Fax 09 11/6 58 51 44

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

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

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

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

Gute und preiswerte Color-Chrom-

Farb-ANSICHTSKARTEN

4-Farb-Druckträger, WPK

Einbildkarte nach Dia 195,- DM

2-4 Bildkarte nach Dia 295,- DM

- incl. Probeindruck -

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

Auflagendruck

1.500er 99,- DM per 1000

3.000er 77,- DM per 1000

5.000er 69,- DM per 1000

10.000er 65,- DM per 1000

+ MwSt.

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

Photo-, Film-, Geräte-Service

A. Paepke KG

Seit mehr als 50 Jahren
autorisierte Kundendienstwerkstatt

Leica **Metz** **Rollei**

Kameras • Objektive
Dia-Projektoren
Blitzgeräte

Das Leica-Team
für Sucherkameras
und Projektoren

Rollei-Profi
Service & Rent-Center

Service von Studioblitzanlagen

BOWENS
TRADING SYSTEM

Rollei

Neu: Produkte- und Systemberatung
Termine auf Anfrage

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

LICHT AN!

HALOGENLICHT
+ STUDIUBLITZE

vom Professional-Ausrüster.

QUARTZ IMAGER - HALO IMAGER

500-1000 Watt, dimmbar, extrem preiswert.

MEFO - Halogen-Dauerlicht

1250-2000 Watt für Foto, Video, Digital.

Studio Blitzanlagen 250 + 500 W/s

Der Primus in Preis und Leistung.

CHAMÄLEON REFLEKTOREN,

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

CF

Photo - Video
Technik

Bevor Sie lange suchen, einfach gratis
Unterlagen und Händlernachweis anfordern:

Amselstr. 23, 51149 Köln

Tel. 02203/16262, Fax 13567.

e-mail: info@cf-photo-video.de

www.fotolicht.de

KAMERASERVICE
M. SCHÄFER



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

LIGHT

IS WHAT YOU MAKE IT!



**ENDLICH: PROBLEMLOS
HOCHZEITSFOTOS UM 12:00 MITTAGS**
RIESIG in der Anwendung - WINZIG im Tragebeutel
EINZIGARTIG in der Festigkeit

WWW.SUNBOUNCE.COM

Tel. 04172 94 1142 • Fax 04172 94 1143

CALIFORNIA SUNBOUNCE III
LUMINAR • MODULATIONS • PHOTOGRAPHIC • EQUIPMENT

Gretag Hostert DDP 50/140 E6
mit normaler Regenerierung, Baujahr Nov. '97, dazu folgende Bügel und entsprechende 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 104192301

Probleme im Fotoarbeiten-Geschäft?

FOTOCONSULT
beraten + durchführen

Telefon: 0911/9 95 05 11 - E-mail: G-E-Mail@fotoconsul.de
Laufenthalstraße 171 - 90482 Nürnberg

Fotostudio mit Handel
- alteingesessen -
Stadt - Rh. Pfalz -
mittlere Nahe,
Umsatz ist ausbaufähig
- zu vermieten -
Einrichtung/Waren-
übernahme möglich.
Chiffre 104199301

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

Langjährig bestehendes Fotofachgeschäft
(ca. 120 qm) mit Passbildstudio, Telefonshop, usw. im
Kreis Steinfurt mit festem Kundenstamm zu verkaufen.
Übernahme kann kurz- oder mittelfristig erfolgen.

Zuschriften unter Chiffre 104161301

Foto-Aktienkurse

16.02.2000 16.02.2001 niedrigst./höchst. Aktienkurs
der letzten 12 Monate

Agfa	EUR	19,7	22,5	22,5	25,8
Bayer	EUR	41,8	53,1	49,52	57,8
Canon	YEN	4.450	4.100	3.400	5.620
Casio	YEN	—	855	836	1.330
CeweColor	EUR	22,5	18,35	16,5	20,5
Du Pont	USD	54 3/4	43,95	38,19	63,62
Eastman Kodak	USD	57 13/16	44,85	35,31	65.695,30
Fujifilm	YEN	4.700	4.450	3.430	0
Gevaert	EUR	40	44,7	36,3	49,3
Gretag Imaging	CHF	1.350	420	400	1.538
Hewlett-Packard	USD	—	36,35	29,12	156
Hitachi	YEN	—	1.028	973	1.609
ICI	GBP	502	511	346	620
Imation	USD	31 1/4	22,19	14,12	31,5
Jenoptik	EUR	24,6	31	29	35,6
Konica	YEN	—	760	447	1.135
Kyocera	YEN	16.880	11.290	10.100	19.500
Leica	EUR	7,8	10	8	12
Lintec Computer	EUR	100	27,3	20,6	36
Minolta Camera	YEN	406	601	365	684
Olympus	YEN	1.605	1.594	1.321	2.200
PixelNet	EUR	—	6,45	5,9	8
Polaroid	USD	23	6,32	5,12	28,44
Samsung	KRW	—	39	28,1	42,5
Sharp	YEN	—	1.500	1.270	2.380
Sony	YEN	—	8.300	7.510	16.950
Spectra	EUR	35,7	9,35	8,9	42,99
Toshiba	YEN	—	695	689	1.280
Union Carbide	USD	54 13/16	52,25	30,56	63,56
Varta	EUR	9,5	13,8	13,25	14,3
Zeiss Ikon	EUR	92	145	145	146

Kurs: 1 EUR = 1,95583 DM

Kursangaben: Deutschen Bank AG, Filiale Ratingen

Kaufe Leica
Tel.: 06 11 / 37 92 50

Ankauf - Verkauf
gebrauchter Fotogeräte,
Minilabs und Laborgeräte.
Fotoservice Jungkuz
Tel. 0 89/6 51 99 75, Fax 6 51 99 81,
Mobil 01 71/2 68 83 30

Fotogeschäft mit Atelier
ab 1.4.2001 zu übernehmen.
Weitere Auskünfte 01 73/5 17 09 61

Minolta Spezi repariert
SRT-XE-XG-XD, X-300,
X-300S, X-500, X-700
u. ä. Typen und Zubehör,
preiswert und schnell.
Tel./Fax 040/7382823

Inserenten-Verzeichnis

Agfa11	Photo+Medienforum Kiel39
AZV61	Polaroid37
Becker & Hach29	Presse Info. Agentur35
Bremaphot7	Ricoh19
C.A.T.-Verlag57, 65, 73	Samsung43, 45
Canon80-82, 3.U., 4. U.	V-Dia2. U.
CeWe13	VGP47
Dohm49	Kleinanzeigen76-79
Goldammer25	profi-contact	
Jobo53	Leiser3
Loersch34	Polaroid5
Noritso17		

Impressum: imaging+foto-contact

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

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. Jourm. Herbert Päge,
Jutta Ramlow, Dipl. rer. pol. Karla Schulze, Birgit Höcker M.A., Lidija Mizdrak M.A.

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

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

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

Der analoge Einstieg: Alles klar für das Filmgeschäft.



Canon G10Hi.

Das Hi8 Camcorder G10Hi zum Preis von 998,- Mark ist mit digitalem Bildstabilisator, Farbsucher und eingebauter Videoleuchte ausgestattet. Der Clou: Im Fotomodus können Bilder ähnlich wie mit einer klassischen Fotokamera geschossen werden.

Die Technik im Detail:

- ▶ 22x optisches (500x Digital-) Zoom
- ▶ Hochleistungs-Litium-Ion-Akku
- ▶ zahlreiche Digitaleffekte
- ▶ verbesserte FlexiZone
- ▶ Time Base Corrector (TBC)
- ▶ programmierbare Tasten.

G10Hi: DM 998,-*

Canon V40Hi und V400.

Der V400 für 998,- Mark ist das preisgünstige Basismodell der V-Serie. Das Hi8 Modell V40Hi ist zusätzlich mit digitalem Bildstabilisator und automatischer Bändermessung ausgestattet.

Die Technik im Detail:

- ▶ 2,5 Zoll Farbmonitor
- ▶ 22x optischen (500x Digital-) Zoom
- ▶ Hochleistungs-Litium-Ion-Akku
- ▶ zahlreiche Digitaleffekte
- ▶ verbesserte FlexiZone
- ▶ Time Base Corrector (TBC)

V40Hi: DM 1.298,-*

V400: DM 998,-*



CeBIT
HANNOVER
22. - 28. 3. 2001
Halle 1, Stand 484/582

Die Roadshows kommen.

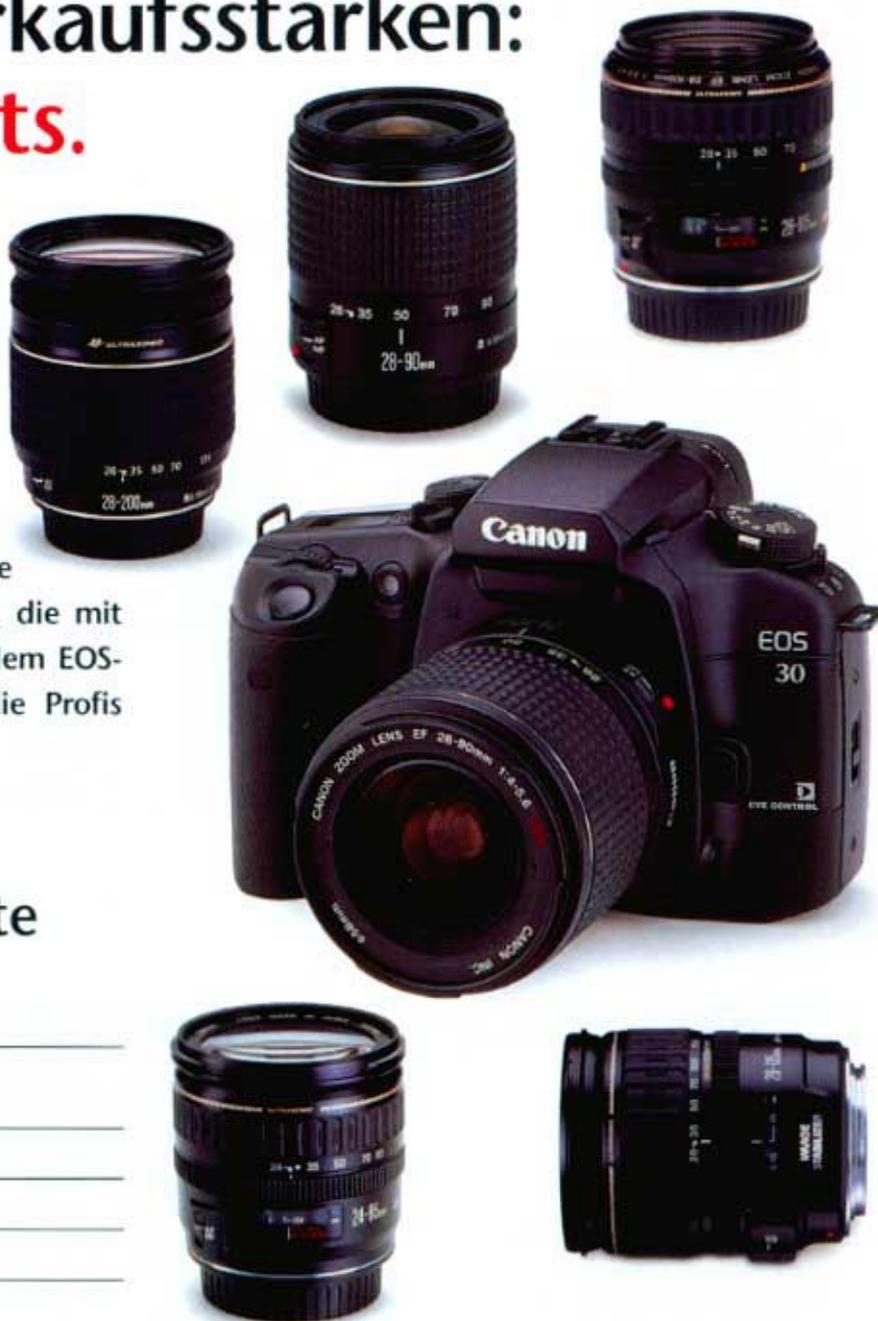
Auch in diesem Jahr kommen die Roadshows direkt zu Ihnen. Am besten, Sie notieren gleich den für Sie günstigsten Termin und melden sich so schnell wie möglich bei uns an:

Per Fax unter 02154 / 495 399

Datum	Ort	Stadt
12. 03.	Hotel Swissotel	Neuss
13. 03.	Hotel Maritim proArte	Berlin
14. 03.	Hotel Inter-Continental	Hamburg
19. 03.	Hotel Arabella Sheraton	München
20. 03.	Hotel Copthorne International	Stuttgart
21. 03.	Hotel Marriott	Frankfurt

Fünf neue Verkaufsstärken: Die EOS 30 Kits.

Die neue EOS 30 wird für engagierte Hobbyfotografen noch interessanter: Denn jetzt kommt sie mit fünf hervorragenden Kits zu Ihnen in den Handel. Die Kits werden mit fünf verschiedenen leistungsstarken USM-Objektiven in unterschiedlichen Brennweiten angeboten. Diese Canon-Objektive sind die idealen Universalobjektive zur EOS 30, die mit anspruchsvoller Technik und umfassendem EOS-Zubehör zur perfekten Kamera für die Profis unter den Amateuren wird.



Die EOS 30: Argumente sprechen für sich.

- ▶ hochwertiges Gehäuse mit Aluminium Front- und Deckklappe
- ▶ CMOS AF-Sensor mit 7 Meßfeldern
- ▶ schneller Eye-Control
- ▶ AF-Meßfeldwähltastenauf Rückwand
- ▶ AF-Leistung bei Schärfennachführung
- ▶ 4 Bilder/s im One Shot AF
- ▶ 3,5 Bilder/s im AI- ServoAF
- ▶ 5-Zonen-Belichtungssystem verknüpft mit 7 AF-Meßfeldern
- ▶ vollkompatibel mit drahtlosem E-TTL Blitzsystem
- ▶ die aktuell leiseste EOS Kamera mit nur 580 g Gewicht

Die EOS 30 und ihre Kits:

mit Objektiv	Preis	Art. Nr.
EF 28 - 90 mm USM	DM 1.698,-*	05 10568
EF 24 - 85 mm USM	DM 2.198,-*	05 10606
EF 28 - 105 mm II USM	DM 1.999,-*	05 10607
EF 28 - 135 mm IS USM	DM 2.599,-*	05 10608
EF 28 - 200 mm USM	DM 2.498,-*	05 10612

Digital Ixus 300.

Mehr Extras für mehr Umsatz.

Im April diesen Jahres kommt die neue Ixus 300 in Ihr Geschäft:



Abbildung in Originalgröße.
Mit weniger als 30 mm Tiefe erhält die Ixus 300 eine handliche, kompakte Form. Mit einem Gewicht von nur 240 Gramm findet sie sogar in Jackentaschen Platz.

Die augenblicklich weltweit kleinste Digitalkamera mit optischem 3fach-Zoom* mit einem Gardemaß von 94,8 x 62,5 x 29,9 mm besticht durch Ihre gewissen Extras: Moviefunktion für kurze Filmsequenzen, Serienbildfunktion mit 2,5 Bildern pro Sekunde oder beispielsweise der Blitz mit Langzeitsynchronisation.

Darüber hinaus gewährleisten alle Komponenten der Digital Ixus 300 digitale Bildqualität auf hohem Niveau: das hochwertige Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 35 – 105 mm (äquivalent Kleinbildformat), der neuartige CCD-Sensor mit Primärfarbenfilter und nicht zuletzt die schnelle interne Datenverarbeitung mit 30 Bit. Ganz nebenbei ist sie mal wieder ein echtes Designerstück: die neue Digital Ixus 300. (*Stand Februar 2001)



Digital IXUS 300

www.powershot.de

- ▶ **2,1 Mio. Pixel und 30 bit interne Farbtiefe** für hervorragende digitale Bildqualität
- ▶ **Optisches 3fach-Zoom (35-105mm) und asphärische Linsen** für maximale Bildschärfe und Abbildungsqualität
- ▶ **Moviefunktion** zur Aufnahme von Filmsequenzen bis zu 30 Sekunden
- ▶ **Serienaufnahmefunktion mit 2,5 Bildern pro Sekunde und Panorama-Assistent** für schnelles Fotografieren und perfekte Panoramabilder
- ▶ **Direktdruck-Menü** zum Ausdrucken digitaler Bilder in Scheckkartengröße ohne PC i.V.m. CardPhotoPrinter CP-10
- ▶ **Robustes und ergonomisches, ultrakompaktes Metallgehäuse** für ausgezeichnetes Handling bei elegantem Design
- ▶ **Autofokus mit 3 Meßfeldern und mittenbetonte Integralmessung verknüpft mit Fokussierpunkt** für optimale Bildergebnisse auch unter den schwierigsten Aufnahmebedingungen
- ▶ **Lithium Ionen Akku** für lang anhaltenden Fotospaß
- ▶ **USB-Anschluß** für schnelle Datenübertragung in den PC
- ▶ **LCD-Monitor mit deutscher Menüführung** für hohe Benutzerfreundlichkeit
- ▶ **Lupenfunktion bei Bildwiedergabe** zur detaillierten Prüfung aufgenommener Bilder
- ▶ **Umfangreiches Softwarepaket** für unbegrenzten Fotospaß
- ▶ **Unterwassergehäuse*** zum Einsatz der Kameras auch unter Wasser und bei Outdoor-Aktivitäten. (*optional)

Canon

Imaging across networks

Einfach einstecken und gut aussehen: Die Ixus Z65 ist da.



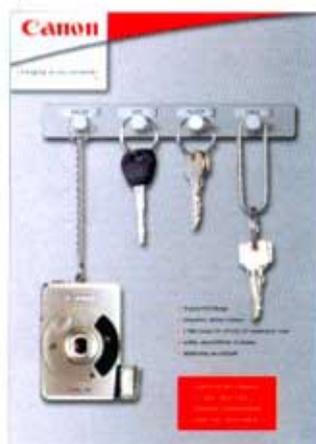
Noch eine Schönheit aus der Ixus Familie: Die Ixus Z65 wird beim Verkaufsstart Mitte März mit interessanter Metall-Optik, intelligenter APS-Technik und übersichtlichen Bedienelementen wieder Mal für jede Menge Interesse bei Ihren Kunden sorgen.

Wie jede echte Ixus hat auch die Z65 perfekte Technik zu bieten: APS-Funktionen wie IX-Datenspeicherung und die Wahl der Anzahl der Abzüge, aber auch „Ixus-eigene“ Custom-Funktionen, wie der Blitzmoduspeicher, eine Rückspulsperrre und der Real-Time-Auslöser.

Für perfekte Fotoqualität sorgen bei der neuen Ixus weitere technische Feinheiten:

- ▶ 2,7 faches Zoomobjektiv mit Zoombereich von 24-65 mm (Kleinbild 30-81 mm) für gestochen scharfe Bildqualität.
- ▶ Alle auf der Rückseite der Kamera angebrachten Funktionstasten sind optimal zu erreichen.
- ▶ Drei unterschiedliche APS-Bildformate (Classic, HDTV 16:9) oder IX-Datenaufzeichnung.
- ▶ Hochwertiges Gehäuse in Metall-Optik und Edelstahl-Objektivring
- ▶ Geringes Gewicht (180 Gramm) und handliche Abmessungen (95 x 64 x 34,4 mm).

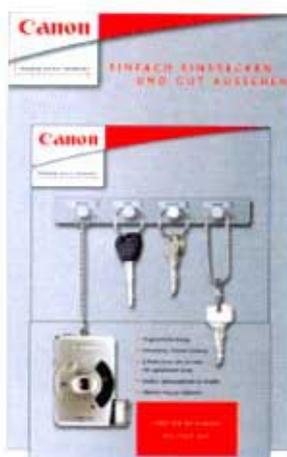
Unübersehbar: Die Deko für Ihr Geschäft.



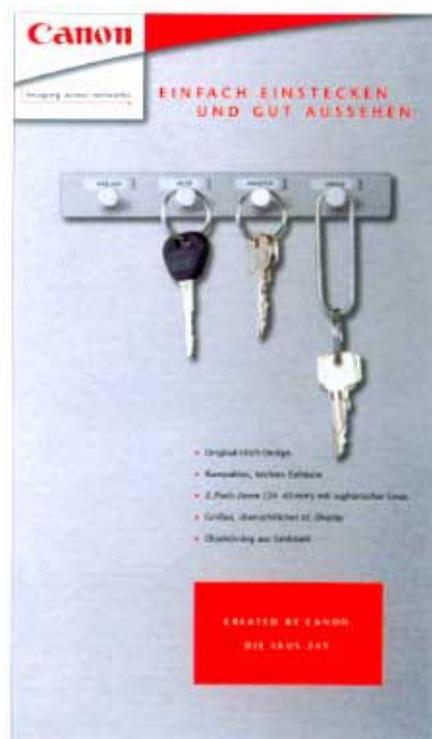
Händlerinfo



Leaflet



Dispenser



Fensterdeko

Canon

Imaging across networks

APS UND DIGITAL:
NEUES VON DER
IXUS-FAMILIE.

EOS 30:
NEUE HIGH-END
KITS.

DREI ANALOGE
CAMCORDER
FÜR FILMFANS:
G10 HI, V40 HI
UND V400.

flash

März 2001

DIGITAL IXUS 300

