

imaging

+foto **contact**

3/2002

€ 3,50 ISSN 1430 - 1121

31. Jahrgang G 30605

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

GRÖSSTE FACHZEITSCHRIFT DER FOTOBRANCHE

Agfa startet Frühjahrsaktion für den Fotohandel



**„Bilder, die
glücklich
machen“**



Digital Imaging Now



Noritsu MiniLabs
Worldwide No 1

Noritsu (Deutschland) GmbH, Siemensring 87, D-47877 Willich
Telephone +49-2154/9157-0, Telefax +49-2154/9157-70, www.noritsu.de



Zum Titelbild: Agfa startet Frühjahrsaktion „Bilder, die glücklich machen“

Die schönste Zeit des Jahres soll durch Agfa noch schöner werden. Mit seiner Frühjahrsaktion unter dem bereits aus der Herbst-/Winter-PR bekannten Motto „Bilder, die glücklich machen“ will das führende europäische Fotounternehmen Sonne in die Herzen von Fachhändlern und Verbrauchern bringen. Die Aktion soll den Handelspartnern ein Umsatzplus bringen, indem sie den Verbrauchern ermöglicht, gewohnte Agfa-Filmqualität zu günstigen Preisen zu kaufen. Im Mittelpunkt der Frühjahrspromotion steht natürlich der Farbnegativfilm Agfa Vista, der von 16 führenden europäischen Fachzeitschriften mit dem EISA-Award „Colornegativ-Film des Jahres 2001/ 2002“ ausgezeichnet wurde. **Seite 30**



Canon Neuheiten auf der PMA in Orlando

Auf der PMA in Orlando hat Canon ein halbes Dutzend neuer Kameramodelle gezeigt. Neuheiten gab es zum einen im analogen Bereich, wo Canon neben der Einführung eines 35 mm Kompaktkameramodells mit einer neuen Ixus weiterhin auf das APS-Format setzt. Bei den Digitalkameras präsentierte Canon drei Neuheiten für das Einstiegssegment, und mit der EOS D60 auch eine digitale Spiegelreflexkamera. Abgerundet wird das neue digitale Sortiment durch den Foto-Direktdrucker CP-100. **Seite 18**



Kodak Neuheiten auf der PMA in Orlando

Die erste Digitalkamera für den Consumer-Bereich mit 4 Megapixel Auflösung hat Kodak auf der PMA vorgestellt. Dazu kamen im Consumer-Bereich neue APS Filme und die erste hybride Kamera der Welt, die die Bedienungsfreundlichkeit von APS mit der leichten Bildübertragung der Digitalfotografie kombiniert. Wertschöpfung im Bildergeschäft stand bei der Vorstellung der Picture Perfect Technology und beim Kodak Bilder Center im Mittelpunkt. Für Profis gab es zudem ein interessantes Rückteil für Mittelformatkameras. **Seite 24**



profi-contact

51-56

Editorial
Seite 2

Impressum
Seite 2

Erste Eindrücke
aus Eisenach –
Bärenstarke
Workshops
Seite 3

Hochzeitsfotos
ohne Streß
Seite 4

News
Seite 6



imaging+foto-contact-Interviews



Mit einer breit angelegten Frühjahrsaktion – eingebettet in ein Jahreskonzept für Fachhandel und Verbraucher – will Agfa den Spaß am Bild wecken und in der jetzt eher tristen Jahreszeit Farbe ins Spiel bringen. imaging+foto-contact fragte Michael Weyer, Produktmanager Film im Bereich Consumer Imaging der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft in Köln, nach Einzelheiten der Aktion. **Seite 28**



Zu den herausragenden Eigenschaften des von Fujifilm aktuell vorgestellten Super-CCD der dritten Generation zählen eine erhöhte Lichtempfindlichkeit und eine verbesserte Leistung bei Videoaufnahmen. imaging+foto-contact sprach mit dem japanischen Chefentwickler für den Super CCD, Kazuhiko Takemura von Fuji Photo Film, Tokio, darüber, wie diese Verbesserungen erreicht werden konnten. **Seite 40**

Ladenbau-Trend geht zu Lifestyle-Lösungen

Die Läden der Zukunft werden weitaus stärker als bisher ihr Gesicht laufend verändern müssen, um über die Schaffung neuer Waren- und Erlebniswelten ihren Kunden immer wieder neue Reize und Anregungen bieten zu können. So lautet eine der wichtigsten Erkenntnisse des EHI-Trendbarometers Ladeneinrichtung, das unter führenden Unternehmen aus Handel und Ladenbau-Industrie erstmals durchgeführt wurde. Folglich wird sich der Trend zu einer themenorientierten Warenpräsentation (zum Beispiel nach Anlässen oder Lifestyle-Lösungen) weiter verstärken. Mit der Loslösung von bisher gültigen, traditionellen Warengliederungen geht der Trend immer mehr zu Mischsortimenten, die bisher bestehende Branchengrenzen ignorieren und ganz neue Anforderungen an Ladenbild und Visual Merchandising stellen. **Seite 58**



Zum Titelbild

Agfa Frühjahrsaktion steht unter dem Motto: „Bilder, die glücklich machen“ **30**

Editorial

Sparstrümpfe machen kalte Füße **5**

Wirtschaftspolitische Kommentar

Sie sitzen auf zu hohem Rosse, die Verdi-Gewerkschaftsbosse **67**

Internationale Messen

Partner des Fotohandels auf der CeBIT 2002 **34**

Industrie

Kodak präsentiert auf der PMA neue Konzepte und Produkte für bessere Bilder **24**

ifc-Gespräch mit Dan Carp, Chairman und CEO der Eastman Kodak Company **26**

Labor

CeWe Color und Agfa machen DigiFilm Terminal weltweit verfügbar **10**

Großlabor Stoppel stellte Insolvenzantrag **16**

Minilab

Digitales Minilab mit innovativer Belichtungstechnologie von Kis/Photo-Me **14**

Kodak unterstützt Express-Partner **32**

Handel

Promotion für die Kodak Picture CD **16**

Olympus Camedia Forum für Handelspartner **17**

Agfa startet Frühjahrsaktion **30**

Ladenbau der Zukunft orientiert sich an Lifestyle-Lösungen **58**

www.foto-contact.de: Virtuelle Informationsplattform für den Fotohandel **68**

H. D. Lehmann: Vorfrühling **70**

Nachrichten **6, 8, 9, 22, 65, 75**

Scanstation Sigma im Vertrieb bei PSL

Nach dem High-End Ausgabegerät Lambda stellt Durst nun auch auf der Eingabeseite eine professionelle Lösung vor: die Scanstation Sigma – ein universeller Scanarbeitsplatz, der speziell für hohe Scanaufkommen und große Datenmengen konzipiert wurde. Der Vertrieb liegt wieder in den Händen von PSL Photosysteme. **Seite 46**



imaging+foto-contact-Interviews

Michael Weyer, Produktmanager Film im Bereich Consumer Imaging der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft: Der Bildergedanke steht im Vordergrund **28**

Kazuhiko Takemura, Chefentwickler Super CCD bei Fuji Photo Film in Tokio: Digitalkameras für den Massenmarkt **41**

profi-contact

Offizielles Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände **51**

Profi

10. Fujifilm Euro Press Awards **23**

Maco – Zuverlässiger Partner in Sachen SW **57**

Digital Imaging

Sony Cyber-shots DSC-P31/DSC-P51/DSC-P71 **36**

Fujifilm präsentiert neue FinePix-Modelle mit Super CCD der dritten Generation **38**

Panasonics Lumix-Digitalkamera-Serie **42**

Sony Mavica mit Memory Stick und Fotodrucker .. **44**

Durst Sigma Scanner für professionellen Input **46**

Sanyo Digitalkamera im Vertrieb bei Jobo **48**

Neuheiten Digital Imaging **33, 45**

Video

U. Vielmuth: Mobil schneiden **66**

Neuheiten **22, 50, 71, 72**

PMA-Neuheiten von Pentax **73**

Digitale und analoge Neuheiten von Canon **18**

Personelles

Zum Tod von Heinrich Manderman **8**

Literatur **74**

Rechtstips **64**

Inserenten-Verzeichnis **78**

Klein- und Personalanzeigen **76**

Impressum **78**

Drei neue Cyber-shots von Sony

Sony stellt mit den Digitalkameras DSC-P31/P51/P71 drei neue Modelle der Cyber-shot-Serie vor. Neben dem kompakten Design im Taschenformat bieten die neuen Modelle Technologien, die für noch bessere Fotos mit brillanten Farben sorgen. Herzstück der DSC-P31 und der DSC-P51 ist ein 2,0 Megapixel Super HAD CCD, in der DSC-P71 arbeitet ein Super HAD-CCD mit 3,2 Megapixeln. **Seite 36**



Schwierige Zeiten verlangen Investitionen

Sparstrümpfe machen kalte Füße

um den Verbrauchern beizubringen, sie müßten davon mehr konsumieren.

Carp scheint mit dieser Einschätzung nicht alleine zu stehen. Man kann ja über die Vertriebspolitik von Hewlett-Packard (besonders in Deutschland) denken, was man will. Aber daß die Vorstandsvorsitzende dieses Elektronikgiganten, Carly Fiorina, Ende Januar auf der Consumer Electronics Show in Las Vegas die Digitalfotografie zum wichtigsten strategischen Unternehmensfeld erklärt hat, spricht ja nicht gerade gegen die Attraktivität unserer Branche. Die selbstbewußten Töne der blonden Top-Managerin werden sicher noch an der Realität gemessen: Die Aussage, HP werde die Führung bei der Marktgestaltung der Digitalfotografie übernehmen, weil weder Kodak noch Sony oder Canon über eine ähnliche Innovationskraft verfügen, scheint aber durchaus ernstgemeint zu sein: Allein im vergangenen Jahr hat HP nicht weniger als 2.500 Patente für Digital Imaging angemeldet. Dahinter stehen Investitionen, die sich sehen lassen können.

Fazit: Die Situation in der Fotobranche ist zwar schwierig, aber so schlecht kann die Zukunft nicht sein, wenn Großkonzerne dafür so viel Geld investieren wollen. Der Fotohandel sollte seinerseits nicht voreilig das Handtuch werfen, sondern ebenfalls offensiv auf die Verbraucher zugehen. Zugegebenermaßen hat nicht jeder Fotohändler einen großen Werbeetat. Aber es sollte zumindest selbstverständlich sein, die Werbemittel einzusetzen – und zwar aktiv –, die die Industrie zur Verfügung stellt. Gerade jetzt in diesen schwierigen Zeiten.

Th. Blömer

Fast jeder kennt die schöne Weisheit „Wer die Werbung einstellt, um Geld zu sparen, könnte auch die Uhr anhalten, um Zeit zu sparen“. Besonders Verleger, das will ich gerne zugeben, zitieren diesen Spruch gerne.

Fest steht, daß die Fotobranche sich zur Zeit nicht nur in Deutschland, sondern weltweit in einer schwierigen Situation befindet. Die schrecklichen Attentate vom 11. September schrecken immer noch viele Touristen vom Reisen ab; die weltweite Rezession schlägt auf die Kaufkraft, und hier bei uns ist nach einem ordentlichen Weihnachtsgeschäft und einem kurzen Euro-Strohfeuer die Teuro-Kaufzurückhaltung ausgebrochen. Aus dem Einzelhandel ist jedenfalls zu hören, daß die Umsätze bei Produkten, die man nicht unbedingt braucht, seit der zweiten oder dritten Januar-Woche drastisch zurückgehen. Die Menschen haben sich noch nicht an den Euro gewöhnt, können noch nicht recht abschätzen, wie sie mit dem Geld auskommen, und sind deswegen beim Ausgeben vorsichtig.

Wenn es der Wirtschaft schlecht geht, wird gespart – das muß sein und hat übrigens auch Vorteile: Es gehört zum marktwirtschaftlichen System, in schlechten Zeiten Ballast über Bord zu werfen, von dem man sich in guten nicht so recht trennen kann. Wenn es dann nach der Rezession wieder besser geht, kann ein erfolgreich

restrukturiertes Unternehmen bei wieder steigenden Umsätzen besonders im Ertrag von der Schlankheitskur profitieren.

Man kann aber auch am falschen Ende sparen – und jetzt kommen wir zur Werbung. Gerade die Fotobranche hat im Moment enormen Kommunikationsbedarf: Der technologische Wandel, die neuen Produkte, die innovativen Dienstleistungen rund ums digitale Bild – all das kann nur durch gezielte Werbemaßnahmen an die Kunden gebracht werden. Der Vorstandsvorsitzende der Eastman Kodak Company in Rochester, Daniel A. Carp, hat im Gespräch mit dieser Zeitschrift betont, daß man bei den Werbeausgaben keine tiefen Einschnitte plane – trotz des nach Carps Einschätzung härtesten wirtschaftlichen Umfeldes in seiner beruflichen Karriere und eines schmerzhaften Verlustes für die Eastman Kodak Company im vierten Quartal 2001, wo die September-Ereignisse voll durchgeschlagen haben.

Dan Carp betont, es gebe genug attraktive Produkte in der Fotobranche, für die man nicht nur Werbung machen könne, sondern müsse. Und, so sagte er, es könne sich lohnen: Es gebe keine natürliche Grenze für die Nachfrage nach Bildern – anders als zum Beispiel bei Zahnpasta oder Waschmitteln, wo man sich schon wirklich etwas einfallen lassen muß,

DGH Großhandel arbeitet mit Ferrania zusammen

Der DGH Großhandel, der als Partner vieler kleiner und mittlerer Fotohändler bekannt ist, hat die unter der Marke Solaris von Ferrania Imaging Technologies angebotenen Farbnegativ- und Diafilme neu in sein Sortiment aufgenommen. Damit rundet der Würzburger Großhändler das Filmportfolio für seine Kunden ab. Um in Zeiten starken Wettbewerbsdrucks Alternativen bieten zu können, präsentiert DGH die neuen Solaris-Filme, die sich preislich in der Einstiegsklasse bewegen. Im gerade erschienenen DGH Frühjahrskatalog wird der Film bereits angeboten. Bestellmöglichkeiten für den 190-Seiten-Katalog und den Film gibt es unter: www.dgh.de

Agfa und Polaroid schließen Lizenzvertrag

Die Agfa-Gevaert Gruppe und die Polaroid Corp. haben einen Lizenzvertrag geschlossen, der Agfa das Recht gibt, konventionelle Filme unter dem Markennamen Polaroid europaweit zu vertreiben. Die Vereinbarung wird ab dem 1. März wirksam und umfaßt alle konventionellen Kleinbild-, APS- und 110 mm Filme mit dem Markennamen

Polaroid. Sie wurden schon bisher von Agfa auf OEM-Basis für Polaroid hergestellt. In einer gemeinsamen Pressemitteilung wurde betont, daß diese Vereinbarung für beide Firmen wichtige strategische Vorteile bringe, da einerseits Agfas starke Marktposition im konventionellen Filmgeschäft weiter gefestigt werde und Polaroid sich andererseits auf die Sofortbildfotografie als Kerngeschäft konzentrieren könne. Das Polaroid Sofortbildsortiment wird weiterhin von Polaroid vermarktet. „Das Lizenzgeschäft mit Agfa kennzeichnet deutlich unser Bestreben, uns auf unser Kerngeschäft, die Sofortbildfotografie, zu fokussieren und unseren Kunden den hohen Qualitätsservice und die Unterstützung zu bieten, den sie von uns erwarten“, so Mark Bernard, Polaroid European Marketing Manager. „Alle Polaroid Handelspartner werden wir persönlich über die neue Vereinbarung informieren.“ Und Michael Korn, Leiter des Agfa-Geschäftsbereiches Consumer Imaging, meinte: „Die Erweiterung unserer Geschäftsaktivitäten mit konventionellen Polaroid Filmen stärkt Agfas Position im Filmmarkt. Dort bieten wir derzeit ein umfassendes Sortiment von Qualitätsfilmen für alle Anwendungsbereiche in der Amateurfotografie an. Diese Stärkung unseres Portfolios wird dadurch unterstrichen,

daß Polaroid Filme eine hohe Markenbekanntheit und Kundenakzeptanz genießen.“

PixelNet: „Gewinnschwelle überschritten“

Laut einer Pressemitteilung vom 4. Februar hat die PixelNet AG nach vorläufigen Berechnungen im Geschäftsjahr 2001 per Ende Dezember einen Jahresüberschuß in Höhe von drei Millionen Euro erzielt. Wie es in der Meldung weiter hieß, beläuft sich das Konzernergebnis dabei vor Zinsen und Steuern (EBIT) auf 1,5 Mio. Euro bei einem Konzernumsatz in Höhe von 218 Mio. Euro. Als Konsolidierungszeitpunkt für die Tochtergesellschaft Photo Porst AG wurde der 19. Februar 2001 angesetzt. Im Geschäftsjahr 2000 schrieb das Unternehmen noch einen Verlust (EBIT) in Höhe von 8,9 Mio. Euro bei einem Umsatz von 22 Mio. Euro. Für das vierte Quartal des Geschäftsjahres 2001 weise der Konzern nach vorläufigen Zahlen Umsatzerlöse in Höhe von 61 Mio. Euro sowie ein EBIT von 1,3 Mio. Euro aus, so die Meldung. Dagegen habe das Unternehmen im Vorjahresvergleich einen Umsatz von 8,4 Mio. Euro sowie einen Verlust (EBIT) von 0,8 Mio. Euro zu verzeichnen gehabt.

Gretag legt auf dem Weg zur Restrukturierung einen weiteren Schritt zurück

Mit dem Verkauf des Produktionsbetriebes in Erkrath hat Gretag einen weiteren Schritt auf dem Weg zur Restrukturierung der Gretag Gruppe erfolgreich zurückgelegt. Die Produktion wird auf weniger Standorte konzentriert. Der Abschluß eines OEM-Vertrages mit Gama Dan Equip erweitert gleichzeitig die Marktchancen von Gretag im Großlaborbereich.

Mit Wirkung zum 1. Januar hat Gretag die bisherige Produktionsstätte in Erkrath an die Firma LTG Labtech GmbH verkauft. Die Schließung des Produktionsbetriebes wurde bereits im Sommer 2001 beschlossen und angekündigt. Mit dem erfolgreichen Abschluß der Verkaufsverhandlungen hat Gretag die Entscheidung zum angestrebten Termin umgesetzt.

Käufer des Produktionsbetriebs in Erkrath inklusive der bestehenden Betriebsausrüstung ist die neu gegründete Firma LTG Labtech GmbH. Das Unternehmen wird in Erkrath mit fast 40 Mitarbeitern die Produktion von qualitativ hochwertigen und technologisch führenden Film- und Papierprozessoren für Fotogroßlabors weiterführen.

Insbesondere der im Jahr 2000 von Gretag neu vorgestellte Papierprozessor mit LVTT-Technologie (Low Volume Thin Tank), Gretag Selexxa RP-LV, wird von LTG Labtech exklusiv für Gretag hergestellt und weiterhin von Gretag weltweit vertrieben. LTG Labtech hat sich zudem verpflichtet, auch für die im Markt produzierenden Geräte von Gretag den technischen Support sowie die Ersatzteilversorgung weiterzuführen. Darüber hinaus wird sich das Unternehmen intensiv mit Sonderlösungen im Bereich Finishing beschäftigen. Für den Vertrieb und den Service aller Gretag-Produkte in

Deutschland ist weiterhin die Gretag Imaging Deutschland GmbH in Wiesbaden zuständig.

Der neue Eigentümer und Geschäftsführer der LTG Labtech GmbH, Peter Uloth (54), ist seit Jahrzehnten in der Branche in führenden Positionen tätig. Er ist außerdem Inhaber der 1979 gegründeten GFI, Siegen, und war bis vor kurzem Eigentümer der von ihm gegründeten Firma Fotoflex, die an die Mitarbeiter verkauft wurde.

Gretag hat mit der Firma Gama Dan Equip A/S in Sorø, Dänemark, einen Original Equipment Manufacturing (OEM) Vertrag abgeschlossen. Gama Dan Equip produziert und vertreibt weltweit Durchlauf-Filmentwicklungsmaschinen für Fotogroßlabors. Am Markt tritt das Unternehmen vor allem unter dem für Spitzentechnologie und Qualität bürgenden Namen Refrema auf.

Auch in Ihrer Nähe ...

Bremaphot

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

28087 Bremen • Postfach 11 07 51 • Tel: 0421/46 89 89 • Fax: 0421/468 98 33 • E-Mail: bremaphot@t-online.de • www.bremaphot.de



CAMEDIA C-40 Zoom

Nominiert für die beste Hauptrolle

- 4,0 Mega Pixel CCD
- 2,8fach optischer + 2,5facher digitaler Zoom
- ultra leicht bei 8,7 x 6,8 x 4,3 cm
- edles Design mit Aluminiumfront

CAMEDIA C-700 Ultra Zoom

Beeindruckende Zoomleistung für exzellente Bildergebnisse

- 2,1 Mio. Pixel CCD
- 10fach optischer Zoom + 2,7fach digital Zoom
- elektronische Sucheranzeigen
- zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten
- Multimedia-Funktionen
- klein, leicht und kompakt



μ[mju:] II ZOOM 115 Design Edition



Ein Jahrzehnt des Erfolgs – die μ[mju:]-Serie

- exklusives und ultrakompaktes Design
- hochauflösendes 3-fach-Objektiv für exzellente Bilder
- wetterfestes Gehäuse
- attraktive Kit-Version mit Tasche, Film und Designer-Pen

Make a difference

OLYMPUS

THE VISIBLE DIFFERENCE

Sensormatic stellt neue Videoüberwachungssysteme für den Handel vor

ADT Sensormatic hat auf der Euro-Shop in Düsseldorf zahlreiche Neuerungen und Weiterentwicklungen bewährter Produkte aus den Bereichen Videoüberwachung und Warensicherung vorgestellt. Der Fokus bei den aktuellen Produktvorstellungen lag auf hochmodernen Videosystemen mit digitaler Bildspeicherung, die im Rahmen vernetzter, integrierter Sicherheitssysteme insbesondere für den Einzelhandel an Bedeutung gewinnen. Eines der Highlights des Messeauftritts war das jüngste Modell der Kuppelkameraserie von Sensormatic: SpeedDome Ultra VI. Die Kamera verfügt über einen 23fachen optischen und achtfachen digitalen Zoom. Das entspricht

einer 184fachen Gesamtvergrößerung. Das neue Modell eignet sich besonders für Aufnahmen bei schwierigen Lichtverhältnissen. Spezielle Features, wie der automatische Wechsel von Farb- zu Schwarzweißaufnahmen bei Dunkelheit oder die dynamische Gegenlichtanpassung sorgen für hervorragende Bildqualität.

Mit der SpeedDome Optima Drone wendet sich Sensormatic an Einzelhändler, die größere Ladenflächen mit möglichst geringem Investitionsaufwand überwachen wollen. Die preiswerte Alternative ermöglicht es, Dome-Gehäuse einzusetzen, in denen sich kostengünstigere Fixkameras verborgen, die sogenannten Drohnen. So ist

es möglich, mit einfachen Mitteln den Eindruck einer Rundumüberwachung zu erwecken.

Das digitale Video-Managementsystem Intellex ist nach eigenen Angaben des Unternehmens eine der herausragenden Entwicklungen der letzten Jahre. Der digitale Videorecorder verfügt über zahlreiche intelligente Funktionen zur Archivierung und Verwaltung des aufgezeichneten Bildmaterials und lässt sich per Fernzugriff steuern. Intellex 2.2 wird in zwei Versionen angeboten, als Modell DV8000 (für bis zu acht Kameras) und als DV16000 (mit bis zu 16 Kanälen). Die Videos können auf der externen Festplatte, DAT-Bändern oder CD-Rohlingen gespeichert werden.

Zum Tode von Heinrich Manderman Ein Unternehmertyp

Am 5. Februar ist Heinrich Manderman im Alter von 79 Jahren gestorben. Die deutsche Fotobranche hat eine einzigartige Unternehmerpersönlichkeit verloren, die besonders die achtziger Jahre des vorigen Jahrhunderts geprägt hat. Mit unserem Nachruf gedenken wir hier eines Mannes, der sich nach dem Krieg in Berlin als Fotohändler selbstständig machte und in den folgenden Jahrzehnten mit außergewöhnlichen Unternehmerqualitäten einen ungewöhnlichen Aufstieg nahm.

Den Grundstein zu seinen Erfolgen legte Manderman durch den Vertrieb von Fotoprodukten aus der früheren DDR mit der Beroflex AG – namentlich Praktica Kameras und Orwo Filme fanden in vielen Ländern ihre Liebhaber. 1982 stieg er bei dem damals insolventen deutschen Traditionsunternehmen Schneider Kreuznach ein, das er bis zu seinem krankheitsbedingten Ausscheiden 1997 führte. Es gelang ihm mit Weitblick und Geschick, Schneider wieder als namhaften Hersteller von Präzisionsoptik zu positionieren. Inzwischen wurde auch die 1985 von Manderman übernommene Filterfabrik B + W in die Schneider Organisation integriert.

1987 übernahm Manderman das damals angeschlagene Fotounternehmen Rollei, das er 1995 an den koreanischen Hersteller Samsung verkaufte.

1990 kaufte er die übriggebliebenen Teile des in Konkurs gegangenen DDR-Herstellers Pentacon und sicherte damit das Überleben der Kamera-Marke Praktica, die heute vom Schneider-Unternehmen Pentacon Foto-Feinwerktechnik, Dresden, weitergeführt wird.

Weniger erfolgreich waren die 1996 erfolgte Übernahme der Marke Orwo und die Gründung eines Großlabors glei-



Heinrich Manderman, Ende der 80-Jahre bei den Optischen-Werken Jos. Schneider, Kreuznach.

chen Namens in Wolfen – das Engagement endete 1998 mit dem Konkurs von Orwo.

Bereits 1997 hatte sich Manderman nach einem Schlaganfall ins Privatleben zurückgezogen und lebte bei seiner Familie in Israel. An den Geschicken der von ihm gegründeten und geführten Unternehmen nahm er bis zu seinem Tode Anteil.

Graeme Chapman wird Olympus Geschäftsführer

Werner Teuffel, Vorsitzender der Geschäftsführung der Olympus Optical Co. (Europa) GmbH und Aufsichtsratsvorsitzender der Olympus Optical Co. (UK) Ltd., hat die Ernennung von Graeme Chapman zum Geschäftsführer der Consumer Products Division Olympus Europa bekanntgegeben. Graeme Chapman, der auch weiterhin als Geschäftsführer von Olympus UK tätig ist, wird zudem in das europäische Board berufen, um dort seine umfangreiche praktische Erfahrung einzubringen. In der Consumer-Abteilung werden ihm die neu ernannten Assistant Division Manager Hiroyuki Yamamoto, Jörgen Nimphy und Hans Thiele zur Seite stehen.

Eurocolor ohne Christian Prien

Christian Prien wird seinen zum 31. März 2002 auslaufenden Geschäftsführervertrag bei der Großlaborgruppe Eurocolor, die mehrheitlich zu Fujifilm gehört, nicht verlängern. Dagegen setzt



Geschäftsführer Bernd Kraus seine Tätigkeit fort. Prien war als Geschäftsführer der Großlabors Kiel Color und später Eurocolor auf den Tag genau 25 Jahre tätig. Vor fünf Jahren fusionierte Kiel Color mit dem Photofinishing-Unternehmen Brunninger und fand unter dem Namen eurocolor in Fujifilm einen neuen Mehrheitsgesellschafter. In den folgenden Jahren konnten die mittlerweile neun Laborbetriebe der Gruppe erfolgreich zu einer schlagkräftigen Organisation vereinigt werden, die ihren Marktanteil im deutschen Photofinishing vergrößerte. Neben seiner Geschäftsführertätigkeit

hat sich Christian Prien, der seine berufliche Karriere 1974 bis 1977 bei der Nürnberger Unternehmensberatung GFU begann, in zahlreichen Ehrenämtern für die Belange der Fotobranche eingesetzt. Dem Vorstand des Bundesverbandes der Großlaboratorien BGL gehörte er von 1983 bis 1995 an, davon neun Jahre als Vorsitzender. Von 1993 bis 1996 vertrat er als „National Chairperson“ die Interessen der deutschen Mitglieder bei der Photo Marketing Association International, für die er sich als „Trustee-at-large“ von 1996 bis 1999 weiter engagierte.

Verkaufsseminare der CeWe Color Gruppe

Als Reaktion auf die positive Resonanz, die die von CeWe Color angebotenen Verkaufsseminare der vergangenen Jahre ausgelöst hatten, bietet das Unternehmen auch in diesem Jahr wieder über 20 Schulungen an. Der Schwerpunkt der Themen für dieses Jahr liegt auf der Vermittlung erfolgreicher Verhaltensweisen beim Verkauf von renditestarken, aber erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen rund um das Bildergeschäft. Die Leitung der Seminare haben Klaus Nohr und Christoph Breuer, Infoto, inne. Sie wollen den Händlern diverse Möglichkeiten zur Erhöhung der Wertschöpfung an die Hand geben.

Terminplan für die noch offenen Verkaufsseminare: 5.3., Eisenach, DigiFilm aktiv verkaufen; 13.3., Zirndorf/Nürnberg, DigiFilm aktiv verkaufen; 14.3., Dresden, Sicherer Profit mit 11 x 17; 20.3., Worms, Sicherer Profit mit 11 x 17; 10.4., Eschbach/Freiburg,

Heinz Neumüller Stiftung vergibt sechs Stipendien

Die 1995 von Senator h. c. Heinz Neumüller gegründete Heinz Neumüller Stiftung vergibt auch in diesem Jahr wieder Stipendien für Promotionsstudenten aus den Bereichen Chemie, Physik, Biologie und Informatik der Carl von Ossietzky Universität in Oldenburg. Die Wahl fiel auf sechs Studenten im Alter zwischen 26 und 34 Jahren mit herausragenden Studienleistungen, die für ein Jahr mit je 400 Euro monatlich für Promotionsvorhaben gefördert werden.

Adolph Thomas gestorben

Adolph Thomas, langjähriger Geschäftsführer der Hama Firmengruppe, ist am 19. Februar kurz vor der Vollendung seines 76. Lebensjahres gestorben. Adolph Thomas hat das erfolgreiche Unternehmen über Jahrzehnte



1998 feierte Hama das 75jährige Bestehen. Einer der Höhepunkte der Jubiläumsfeier war die Verleihung des Bundesverdienstkreuzes an Adolf Thomas, die der bayerische Umweltminister Dr. Thomas Goppel im Auftrag des Bundespräsidenten vornahm.

hin entscheidend geprägt und zum unternehmerischen Erfolg geführt. Dabei kombinierte er fachliche Kompetenz mit großer sozialer Verantwortung und war bis zuletzt für die Mitarbeiter und die Geschäftsführung ein kenntnisreicher Gesprächspartner.

DigiFilm aktiv verkaufen; 18.4., Oldenburg, Sicherer Profit mit 11 x 17; 21.4., Zirndorf/Nürnberg, Sicherer Profit mit 11 x 17; 25.4., Eisenach, Sicherer Profit mit 11 x 17; 12.6., Germering/München, Sicherer Profit mit 11 x 17; 18.6., Berlin, DigiFilm aktiv verkaufen; 23.7., Germering/München, Verkaufsstrategie zur Image CD; 29.8., Oldenburg, Classic-Training Film & Bild; 15.9., Dresden, Warenpräsentation und Ladengestaltung; 19.9.; Zirndorf/Nürnberg, Classic-Training Film & Bild; 9.10., Eisenach, Classic-Training Film & Bild; 10.10., Eschbach/Freiburg, DigiFilm aktiv verkaufen; 16.10., Worms, DigiFilm aktiv verkaufen; 24.10., Bad Schwartau, Sicherer Profit mit 11 x 17. Interessenten wenden sich an CeWe Color, Frank Zweigle, Telefon 0441/404-401, Telefax 0441/404-404.

CeWe Color macht DigiFilm Terminal weltweit verfügbar

Internationales Vertriebsabkommen mit Agfa-Gevaert

Die europäische Großfinishing-Gruppe CeWe Color wird ihre DigiFilm Maker zur Annahme digitaler Print-Aufträge beim Fotohandel international verfügbar machen. Zu diesem Zweck wurde eine Vertriebsvereinbarung mit der Agfa-Gevaert Gruppe geschlossen.

Die im Juni vergangenen Jahres vorgestellten DigiFilm Maker bieten eine einfache Lösung für das Geschäft mit Bildern aus Digitalkameras und setzen dabei auf den bewährten Datenträger CD-ROM als „digitales Negativ“. Sie sind sowohl für die Annahme digitaler Print-Aufträge zur Verarbeitung im Großlabor als auch für Minilabs geeignet. Die Bedienung ist denkbar einfach: Die Speicherkarte aus der Digitalkamera wird in das Gerät gesteckt, das automatisch die Aufnahmen per Knopfdruck auf eine CD brennt. Besonders wichtig: Dabei werden auch die Auftragsdaten gespeichert, so daß im Labor eine weitgehend automatische Verarbeitung möglich wird.

Die CD, die je nach Anzahl der Fotos nach einer bis anderthalb Minuten fertig ist, wird dann einfach in die Auftrags tasche gesteckt und gelangt mit dem normalen Touren dienst ins Labor, wo die gewünschten Bilder auf Fotopapier belichtet werden. Zum Lieferumfang gehört auch ein Index Bild, das alle auf der CD gespeicherten Fotos zeigt.

Mit den Terminals hat CeWe Color nicht nur eine interessante technische Lösung entwickelt, sondern vor allem ein wirksames Marketingkonzept. Die Produktion der CD als „digitales Negativ“ entlastet die Verbraucher von der

zeitraubenden Archivierung digitaler Fotos im eigenen PC und gewährleistet gleichzeitig größtmögliche Sicherheit. „So bieten wir nicht nur den Besitzern von Digitalkameras einen bequemen Auftragsablauf, der im wesentlichen dem Verfahren beim analogen Film gleicht“, erklärte CeWe Color Vorstandsmitglied Wulf D. Schmidt-Sacht dem imaging+foto-contact. „Für den



Wulf D. Schmidt-Sacht zeigt hier ein Index Bild vom „digitalen Negativ“, der CD-ROM.

Fotohandel bietet sich hier die Möglichkeit zu einer zusätzlichen Wertschöpfung durch den Preis für die CD, die mit der analogen Filmentwicklung vergleichbar ist.“

Zwei Versionen

Um den unterschiedlichen Vermarktungskonzepten der Handelspartner gerecht zu werden, hat CeWe Color zwei Versionen des DigiFilm Maker entwickelt. Der DigiFilm e-cube (ohne Bildschirm) ist die einfachste Variante. Dieses Gerät schreibt automatisch alle Bilder, die sich auf der Speicherkarte



befinden, auf die CD und legt in den ebenfalls auf der CD gespeicherten Auftragsdaten fest, daß alle Aufnahmen im Labor geprintet werden.

Dagegen werden die Print-Aufträge bei dem mit einem Farbdisplay ausgestatteten DigiFilm Maker s-cube Bild für Bild individuell festgelegt. Auch dieses Terminal schreibt alle Aufnahmen der Speicherkarten auf die CD, so daß keines der wertvollen Fotos des Kunden verlorengeht, bevor die Bilder für den Print-Auftrag ausgesucht werden.

Dabei können auch mehrere Bilder pro Aufnahme bestellt werden. Auch hier werden die Auftragsdaten auf der CD gespeichert, so daß sie nicht im Labor manuell eingegeben werden müssen. „Unsere bisherigen Erfahrungen haben gezeigt, daß sich die Auftragsgröße der s-cube Version nicht wesentlich von der der e-cube unterscheidet“, erläuterte Wulf D. Schmidt-Sacht. „Zwar werden weniger einzelne Bilder von der Speicherkarte bestellt. Das wird aber durch Mehrfachbestellungen anderer Bilder kompensiert.“

Gute Erfahrungen

Der DigiFilm Maker von CeWe Color war nach Angaben des Unternehmens vom Start weg ein voller Erfolg. Bereits heute liegen über 2.000 Vorbestellungen von CeWe Color Kunden in Europa vor – 300 Terminals sind bereits installiert. Die bisherigen Erfahrungen haben gezeigt, daß die Kunden die

Sicherheit und Bequemlichkeit dieses Konzeptes zu schätzen wissen. Denn die Aufnahmen sind auf der CD sicher aufgehoben – dabei werden auch die von der Kamera vergebene Bildnummer und die eventuell vom Kunden eingegebenen Titel in einer separaten Tabelle mitgespeichert, so daß sie später auf dem eigenen PC leicht den entsprechenden Bilddateien wieder hinzugefügt werden können.

Nach Aussage von Wulf D. Schmidt-Sacht erreicht die durchschnittliche Auftragsgröße etwa 50 Bilder – und liegt damit deutlich über der von Kleinbild- oder APS-Erstaufträgen. Vor dem Diebstahl der CD im Fotogeschäft nach dem Brennen schützt übrigens ein besonderes Sicherheits-Feature: Die CDs können auf dem PC erst eingesetzt werden, wenn sie im Großlabor freigeschaltet worden sind.

Leichte Integration in den Workflow

Ein besonderes Merkmal des DigiFilm Maker Konzeptes ist die weitgehend automatische Weiterverarbeitung der auf der CD abgespeicherten Bilder und Aufträge im Großlabor. Zu diesem Zweck hat CeWe Color ein spezielles Lesegerät mit Mehrfach-CD-Laufwerk entwickelt, das sozusagen als „DigiFilm Datensplicer“ dient. Wenn die Fototaschen mit der CD im Labor ankommen, wird die CD einfach in ein freies Laufwerk gelegt und die Fototasche gescannt. Nach dem Auslesen und Freischalten, das dem Operator angezeigt wird, wird die CD entnommen und zurück in die Tasche gesteckt. Der „DigiFilm Datensplicer“ überträgt die Daten dann auf die entsprechenden Printsysteme, wo Bilder und Index Bild belichtet werden. Nach dem Entwickeln des Fotopapiers werden Fototasche mit CD und Bilder dann an der Verpackungsstation zusammengeführt. „Zwischen 100 und 150 CDs pro Stunde – je nach Anzahl der Bilder – lassen sich mit unserem DigiFilm Datensplicer verarbeiten“, betont Wulf D. Schmidt-Sacht.

Für den Einsatz von DigiFilm CDs in Minilab-Umgebungen hat CeWe Color einen speziellen Ordermanager-PC entwickelt, in dem die CDs entschlüsselt, ausgelesen und die Bilddaten dann an das digitale Minilab übertragen werden.

„Eine Art Standard“

CeWe Color hat das DigiFilm Konzept und die entsprechenden Geräte zwar zum Patent angemeldet, will die Technologie aber der gesamten Branche zugänglich machen. „Es liegt im Interesse aller Fotofinisher, daß den Besitzern von Digitalkameras Fotofinishing-Dienstleistungen angeboten werden, mit denen sie auf bequeme und preiswerte Weise an hochwertige echte Fotos von ihren digitalen Aufnahmen kommen“, betonte Wulf D. Schmidt-Sacht. „Wir sind darum bereit, alle Kollegen und selbst unmittelbare Mitbewerber zu unterstützen, wenn sie Interesse daran haben, unsere DigiFilm Maker als eine Art Standard zur Annahme digitaler Print-Aufträge zu verbreiten. Als Marktführer in Europa haben wir das Potential, selber viel zur Popularisierung digitaler Bild-Dienstleistungen beizutragen.“

Partnerschaft mit Agfa

Da sich CeWe Color nicht als Gerätelieferant versteht, bietet sich zur weiteren Verbreitung der DigiFilm Terminals die Zusammenarbeit mit einem Laborgeräte-Hersteller an. Gespräche mit Agfa-Gevaert, dem Weltmarktführer für Großlaborgeräte, führten schnell zu einem für beide Seiten befriedigenden Ergebnis. „Es gibt wohl kaum ein Großlabor, das nicht auf irgendeine Weise mit Agfa-Gevaert zusammenarbeitet“, erklärte Wulf D. Schmidt-Sacht. „Zudem bietet Agfa mit den



Michael Korn, Leiter des Bereichs Consumer Imaging der Agfa-Gevaert Gruppe

digitalen d-lab Minilabs Geräte an, die sich sehr gut für den Start von Großlabors ins digitale Bildergeschäft eignen, wenn sich die Auslastung eines digitalen Hochgeschwindigkeitsprinters, mit

dem DigiFilm natürlich auch verbunden werden kann, zunächst noch nicht rechnet. Die Agfa d-labs sind schnell genug und produzieren eine sehr gute Bildqualität. Im Zuge der Zusammenarbeit mit Agfa-Gevaert werden wir unsere eigenen Betriebe und Produktionsstandorte bevorzugt mit Agfa d-labs ausstatten.“

Auch bei Agfa-Gevaert wird die Zusammenarbeit mit CeWe Color sehr positiv gesehen. „Die gesamte Fotobranche steht vor der Aufgabe, die Besitzer von Digitalkameras zu motivieren, von ihren Aufnahmen Prints herstellen zu lassen“, betont Michael Korn, Leiter des Bereichs Consumer Imaging der Agfa-Gevaert Gruppe. „Diesem gemeinsamen Interesse der Hersteller, Großlabors und des Fotohandels tragen wir dadurch Rechnung, daß wir das durchdachte DigiFilm Konzept von CeWe Color durch unsere Vertriebsorganisation unterstützen.“ Die Aktivitäten von Agfa werden sich dabei auf den Vertrieb und den Service für DigiFilm Terminals und die entsprechenden Geräte in den Labors beziehen. Hergestellt werden die Produkte nach Spezifikationen von CeWe Color bei entsprechenden Produktionspartnern.

Life-Demonstration auf der PMA

Die CeWe Color DigiFilm Maker wurden auf der PMA in Orlando in Verbindung mit Agfa d-lab Geräten auf dem Stand von Agfa-Gevaert life demonstriert. Messebesucher hatten die Möglichkeit, ihre Speicherkarten auf der Messe auslesen zu lassen und in kurzer Zeit Prints von ihren Aufnahmen in Empfang zu nehmen. „Der gemeinsame Auftritt mit Agfa auf der PMA war ein wichtiger Test für den amerikanischen Markt“, erläuterte Wulf D. Schmidt-Sacht.

Bereits vor der Messe gab es ernsthafte Kontakte mit amerikanischen Kollegen, die sich für den DigiFilm Maker interessierten und die PMA nutzten, um das Konzept unmittelbar zu erleben. „Wir werden die Reaktionen unserer amerikanischen Kollegen und natürlich auch der europäischen Besucher sorgfältig auswerten und auf der Basis dieser Erkenntnisse gemeinsam mit Agfa Wege entwickeln, um die internationale Verbreitung des DigiFilm Systems zu unterstützen.“

DIE DIGITALE ERFOLGSGESCHICHTE HAT EINEN NAMEN!

Schon über **1200** zufriedene Fotofachhändler.



Kodak

Kodak

KODAK BILDER CENTER

Über 50 Millionen Digitalfotos warten dieses Jahr darauf, ausgedruckt zu werden. Tendenz steigend. Von diesem Markt profitieren schon über 1200 Händler mit digitalen Systemen von KODAK. Beispielsweise mit dem Picture Maker im besonders lukrativen Bild-vom-Bild Geschäft. Oder mit der Order Station, der direkten Verbindung zum Labor – so kommen Ihre Kunden auf schnellstem Wege von der digitalen Aufnahme zum hochwertigen Papierabzug. Das KODAK Bilder Center vereinigt Picture Maker und Order Station – so machen Sie sich fit für Ihre eigene digitale Erfolgsgeschichte. Fordern Sie Unterlagen an unter: **07 11-406 28 28**. Und lernen Sie auf der CeBIT vom 13.-20. März weitere umsatzstarke Innovationen kennen.

Willkommen in der digitalen Welt von KODAK

CeBIT 13.-20. MÄRZ
HALLE 22
STAND B 14



K Bilder Center

Share Moments. Share Life.





Das neue Kis DKS 1500 verfügt nicht nur über eine höhere Kapazität als das erfolgreiche digitale Minilab DKS 750, sondern soll auch eine wesentlich verbesserte Bildqualität ermöglichen.

Mit dem neuen DKS 1500 zeigt Kis/Photo-Me auf der PMA ein interessantes digitales Minilab, das nicht nur über die doppelte Kapazität des erfolgreichen DKS 750 verfügt, sondern mit einem neuen Scanner, neuer Belichtungseinheit und wesentlich vereinfachtem Chemiehandling neue Kundenkreise erschließen soll.

Seit der Übernahme durch die britische Photo-Me Gruppe im Jahre 1994 hat Kis, einer der Pioniere im analogen Minilabsegment, konsequent auf Digitaltechnik gesetzt. Nach der Entwicklung der ersten digitalen Fotoautomaten für

Digitales Minilab mit innovativer Belichtungstechnologie von Kis/Photo-Me

Mehr Qualität, bessere Auflösung

die Muttergesellschaft Photo-Me gelang es dem Unternehmen mit der Einführung des digitalen Minilabsystems DKS vor zwei Jahren, wieder zu einem ernstzunehmenden Anbieter in der Fotobranche zu werden: Nicht nur unter eigener Marke, sondern auch in Zusammenarbeit mit der Eastman Kodak Company, die das Gerät weltweit als System 88 vermarktet (Deutschland: Digital Minilab System), wurde das Kis DKS zum Verkaufsschlager. Nicht weniger als 2.000 Geräte konnten bislang abgesetzt werden. Ausschlaggebend für den Erfolg war neben dem günstigen Preis die gute Bildqualität, die sich mit der neuartigen LCD Booster Belichtungstechnologie auf normalem Fotopapier erzielen ließ. Für das neue DKS 1500 hat Kis nochmals wesentliche technische Verbesserungen realisiert. Ein neuer Scanner, die innovative MSB-Belichtungstechnologie und besonders einfaches Chemiehandling gewähr-



Mit Musterbildern wie diesem wollen die Kis-Verantwortlichen demonstrieren, daß die Bildqualität des DKS 1500 sich durchaus mit der von Laser-Systemen vergleichen läßt.

rungen bis 20 x 30 cm für hervorragende Resultate.

Neuer Scanner

Beim DKS 1500 hat Kis den aus dem Modell DKS 750 bewährten Scanner durch eine neue Lösung aus eigener Entwicklung ersetzt. Das Gerät verarbeitet 35 mm Dia- und Negativfilme sowohl als Streifen als auch als Einzelbilder ebenso wie APS, 120er und 220er Mittelformatnegative oder -positive sowie gerahmte Dias. Eine Auflösung bis zu 2.820 dpi sorgt für mehr als ausreichende Datenmengen. Die Verarbeitung von Standardaufträgen erfolgt mit einer für das Printformat 10 x 15 cm optimierten Auflösung von 1.410 dpi mit einer Geschwindigkeit von bis 1.560 Bildern in der Stunde. Bereits nach rund zwei Sekunden werden die vorgescann-



Die neue MSB-Belichtungseinheit ist das Herzstück des neuen digitalen Kis-Minilabs.

leisten nicht nur eine Bildqualität, die nach Einschätzung von Verkaufsdirektor Nicolas Series keinen Vergleich mit Lasersystemen zu scheuen braucht, sondern auch besonders einfache Bedienung. Die hohe Auflösung von 340 dpi wird dafür nicht nur mit einer Kapazität von 1.500 Bildern pro Stunde im Format 10 x 15 cm erreicht, sondern sorgt selbst bei Vergröße-



*Die Filmbühnen
für das
Scannen der
unterschiedlichen
Filmformate
lassen sich
mit einem
Handgriff
wechseln.*

ten Bilder auf dem LCD Display des Minilabs wiedergegeben, so daß der Anwender den Auftrag sofort kontrollieren und entsprechende Korrekturen vornehmen kann. Der Wechsel von einem Filmformat zum anderen ist kinderleicht: Die entsprechende Filmbühne kann mit einem Knopfdruck entnommen und gegen eine andere ausgetauscht werden.

Da der Film für den Scanvorgang ganz in das Gerät eingezogen wird, ist die Verschmutzungsgefahr durch Staub sehr gering. Zusätzlich sorgen antistatische Filmreiniger für die zuverlässige Entfernung eventuell vorhandener Partikel auf der Filmoberfläche. Zudem kann das Gerät wahlweise mit Kis-eigener Software zur Korrektur von Staub und Kratzern ausgerüstet werden – auch der Betrieb mit der Digital ICE Software von Applied Science Fiction ist auf Wunsch möglich.

Verbesserte LCD Belichtungstechnologie

Für das DKS 1500 hat Kis die LCD Belichtungstechnologie des DKS 750 in bahnbrechender Weise weiterentwickelt. Schon bei dem älteren Modell war es gelungen, die begrenzte Pixelzahl der LCD-Matrix durch eine „Booster“-Technik in Form von Mehrfachbelichtungen zu vervierfachen. Im neuen DKS 1500 wird die Grundauflösung des LCDs sogar um den Faktor 9 gesteigert – und zwar bei gesteigerter Schärfe der einzelnen Bildpunkte. Möglich wird das durch die von Kis entwickelte Microlens Sharpened Beam (MSB)-Technologie, die aus einer Kombination von verbesserter Hardware und neuen Software-Algorithmen besteht.

Für die Belichtung werden die 4.098 x 3.072 Bildpunkte des hochauflösenden

Scans in Gruppen von jeweils 9 Pixeln organisiert. Diese insgesamt 1,4 Millionen Gruppen werden dann Pixel für Pixel und Farbe für Farbe durch die LCD-Matrix auf das Fotopapier belichtet. Das ergibt für jedes Bild 27 Belichtungsvorgänge (9 Pixel in jeweils 3 Farben). Dabei wurde die Präzision der Lichtstrahlen deutlich gesteigert, indem jedes Pixel der LCD-Matrix mit einer Microlinse versehen wurde, die den Lichtstrahl exakt fokussiert. Die Bewegung der Matrix, die notwendig ist, um die einzelnen Bildpunkte jeder Gruppe exakt nebeneinander zu belichten, erfolgt auf piezo-elektronischem Wege mit höchster Präzision.

Vor dem Auftreffen der Lichtstrahlen auf die LCD-Matrix sorgt zudem eine holografische Korrektureinheit für ausgewogene Lichtverteilung. Mit diesem Verfahren wird nach Angaben von Kis nicht nur eine besonders hohe Auflösung erreicht, sondern auch sichergestellt, daß die einzelnen Bildpunkte vollkommen überlappungsfrei nebeneinander belichtet werden. Artefakte durch die Überschneidung einzelner Pixel gehören so der Vergangenheit an. Das Resultat dieser MSB-Technologie ist eine Auflösung von 340 dpi über alle Bildformate bis 20 x 30 cm. „Das entspricht der Bildinformation einer Digitalkamera mit 37,7 Millionen Pixeln“, erklärte Nicolas Series. „Die Bildqualität DKS 1500 braucht darum keinen Vergleich mit der von erheblich

kostenaufwendigeren Lasersystemen zu scheuen. Zudem kann in unseren Minilabs jedes handelsübliche Color-negativpapier eingesetzt werden.“

Einfache Bedienung

Das neue Kis DKS 1500 ermöglicht eine nahezu intuitive Bedienung, bei der der Anwender durch das brillante LCD Flachdisplay alle wichtigen Informationen auf einen Blick erfassen kann. Deutlich verbessert wurde auch das Chemiehandling. Die Regenerierung erfolgt direkt aus Containern, wobei das Konzentrat automatisch durch die entsprechende Menge Frischwasser ergänzt wird. Hinzu kommt ein neuartiges Cross Cleaner System, das die Verschleppung von Chemikalien zwischen den Bädern auf ein Minimum reduziert und gleichzeitig die Menge zu entsorgender Chemie drastisch reduziert. Zusätzlich kommt beim Kis DKS 1500 ein neuartiges Recycling-Verfahren zum Einsatz, mit dem Abwasser aus dem Stabilisierungsbad nach Reinigung wieder für die Regenerierung genutzt werden. Damit ergibt sich eine Reduzierung der zu entsorgenden Chemie auf weniger als ein Drittel der Menge, die bei herkömmlichen Verfahren anfällt.

Neben den genannten Filmformaten kann das Kis DKS 1500 alle gängigen Datenträger und Speicherkarten aus Digitalkameras verarbeiten. Es soll zu einem Preis von etwa 99.000,- Euro bereits in der zweiten Jahreshälfte verfügbar sein. Die ersten Installationen in Frankreich sind noch für den Frühsommer dieses Jahres geplant.



*Verkaufsdirektor Nicolas Series
erwartet vom neuen DKS 1500
einen weltweiten Markterfolg.*

Kodak startet großangelegte Marketingaktion für die Picture CD

Verschiedene Marketing- und Testaktionen haben dazu geführt, daß sich die Anzahl der über den Handel bestellten Kodak Picture CDs in Deutschland im Jahr 2001 mehr als verdreifacht hat. Diesen positiven Trend unterstützt Kodak Consumer Imaging jetzt mit einer weiteren großangelegten Marketingaktion: Ab März beträgt der empfohlene Verkaufspreis einer Kodak Picture CD genau fünf Euro.

Mit der neuen Aktion „1 Euro sparen!“ soll die Picture CD für den Verbraucher nochmals attraktiver werden. Sie kostet mit Wertbon dann zum Beispiel nur noch vier Euro. Die 1-Euro-Wertbons finden sich ab Anfang März auf bestimmten Kontingenten der Kodak

Film-Multi-Packs und als Beileger in den fertigen Kodak Bildertaschen sowie ab Anfang Mai zusätzlich auf Aktions-Kontingenten der Auftragstaschen des Digital Services von Kodak.

Der Verbraucher wird so beim Filmkauf, bei der Abgabe des Films und bei der Abholung seiner Bilder auf die Kodak Picture CD aufmerksam gemacht. Er kann die CD zu einem attraktiven Preis testen und sich von den Möglichkeiten der digitalen Nutzung seiner Bilder mit Bildbetrachtung, -bearbeitung und -archivierung überzeugen.

Kodak unterstützt den Handel mit umfangreichen Werbemitteln. Das Aktionspaket umfaßt 100 Aktions-Auftragstaschen mit Händler-eindruck und Wertbon, ein Infoschild für das Auftragstaschenfach, zwei Regalstopper

und einen Deckenhänger. Für den Auftritt am PoS gibt es zudem ein aufmerksamkeitsstarkes Digital-Board-Leucht-Display sowie einen Fensterstreifen, einen Thekenaufsteller mit 300 Kodak Picture CD Prospekten und weitere Werbemittel.



Für die Kodak Picture CD Marketingaktion gibt es verschiedene Werbe- und Verkaufsförderungsmittel, zum Beispiel diese Kodak Farbwelt Film Leerschütze.

Großlabor Stoppel stellt Insolvenzantrag, aber der Betrieb läuft zunächst weiter

Am 25. Januar hat das Großlabor Stoppel, Goslar, beim zuständigen Amtsgericht Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens gestellt. Die Verantwortlichen hoffen dennoch auf die Fortführung des Unternehmens. Produktion und Kundenservice laufen zur Zeit reibungslos.

Betroffen vom Insolvenzverfahren sind die Großlabor Alfred Stoppel GmbH & Co. KG, die Fotogroßlabor Stoppel GmbH und die Rainer Stoppel Geschäftsführungs- und Verwaltungs-GmbH. Dagegen sind die Unternehmen des Groß- und Einzelhandels, d. h. die Foto-Harder GmbH sowie Biggi's Fotomarkt GmbH nicht von dem Insolvenzverfahren betroffen – mit den beteiligten Kreditinstituten konnte die ungestörte Fortführung der Handelstätigkeit bereits abgestimmt werden, betonte die Unternehmensgruppe Stoppel in einer Pressemitteilung.

In derselben Pressemitteilung wird betont, daß der Schritt des Insolvenzantrages erforderlich war, nachdem im Jahre 2001 wegen der allgemeinen Wirtschaftssituation und des veränderten Konsumverhaltens deutliche Umsatzeinbrüche im Amateur-Fotomarkt verzeichnet werden mußten. Dadurch sind bei Stoppel Ertrags- und Liquiditätseinbußen eingetreten. Die Verantwortlichen betonten allerdings schon bei Stellung des Antrages das Ziel, die Betriebstätigkeit in

Goslar-Jerstedt nach der erforderlichen Sanierung dauerhaft fortzuführen und auf diese Weise auch Arbeitsplätze zu sichern.

Bei Redaktionsschluß erklärte Stoppel Geschäftsführer Leopold Isbrecht dem imaging+foto-contact, man sei auf sehr gutem Wege, dieses Ziel zu erreichen. Zwar müßten Einzelheiten noch geklärt werden, bevor eine Vereinbarung spruchreif sei, doch sei bereits in der ersten März-Woche voraussichtlich mit weiteren Informationen zu rechnen. Die Kunden des Unternehmens, betonte Isbrecht, hätten sich ausnahmslos loyal verhalten: „Wir haben wegen des Insolvenzverfahrens keinen einzigen Kunden verloren – dafür sind wir unseren Geschäftspartnern außerordentlich dankbar.“

Die genannten Unternehmen beschäftigen zur Zeit 120 Mitarbeiter, die im Westen, Norden und Osten Deutschlands über 600 Fachgeschäfte mit Bild-Dienstleistungen beliefern. Im Zuge der Sanierung sollen bei Stoppel besonders die Bereiche Portraitfotografie, Digital- und Qualitätsbildersysteme gestärkt und noch mehr Wert auf qualitativ hochwertige Produkte gelegt werden. Die Verantwortlichen erwarten, daß die beteiligten Kreditinstitute wie bisher die erforderliche Finanzierung der Geschäftstätigkeit sicherstellen.

Der Handel soll mit dieser Aktion von einer erhöhten Kundenfrequenz, zusätzlichen Preisvorteilen für die Kunden und einem wachsenden Anteil der Laboraufträge für die Kodak Picture CD profitieren.

Zum Start dieser Werbekampagne wird zusätzlich auf allen Reiseauskünften der Deutschen Bahn geworben. Dies verspricht über 15 Millionen Kontakte.

Olympus veranstaltet für seine Handelspartner Camedia Forum

Aktive Verkaufsförderung

CAMEDIA forum

Dem Kunden schnell, einfach und überzeugend die Besonderheiten der digitalen Fotografie näherbringen, sich selbst und alle Mitarbeiter motivieren. Das ist das Ziel des Olympus Camedia Forums. Seit Jahren veranstaltet das Unternehmen Seminare und Workshops, in denen das Verkaufspersonal des Fotohandels geschult wird.

„Wir machen Ihren Verkaufserfolg zu unserem Anliegen“, erklärt Martin Hubert, Bereichsleiter Consumer Products Deutschland, Olympus Optical GmbH, „deshalb sind unsere Schulungen im Bereich Digitalfotografie sehr gezielt auf die Bedürfnisse von Verkaufsprofis zugeschnitten“.

Mit über 850.000 verkauften Einheiten im Jahr 2001 konnten sich Digitalkameras in Deutschland zu einem ernst zu nehmenden Marktsegment entwickeln. Marktforscher zeigen sich überzeugt, daß sich dieser europaweite Trend auch in Zukunft fortsetzen wird. Olympus startete in diesem Jahr Ende Januar mit dem Camedia Forum in Köln und setzte die Seminarreihe in zwölf weiteren deutschen Großstädten fort.

Drei verschiedene Seminare

Die Seminare sind in drei verschiedene Themenbereiche unterteilt und finden jeweils pro Themengebiet an unterschiedlichen Tagen statt. Den Auftakt für die Einführung in die digitale Fotografie bietet im Rahmen des Camedia Forums das Olympus Startseminar. Dieses soll den Teilnehmern das nötige Fachwissen rund um die digitale Fotografie vermitteln. Ziel dieses Seminares ist es, die Motivation in Sachen Digitalfotografie zu fördern, den unkomplizierten



Olympus startete in diesem Jahr mit dem Camedia Forum in Köln. Die Teilnehmer zeigten reges Interesse und arbeiteten intensiv mit. Das Camedia Forum ist in drei verschiedene Seminare, die an unterschiedlichen Tagen stattfinden, unterteilt.

Camedia-Forum-Termine

Einsteigerseminar – Schnellstart in die neue Fotografie:

5. März 2002	München
3. April 2002	Kassel
9. April 2002	Hamburg
17. April 2002	Nürnberg
24. April 2002	Hannover
6. Mai 2002	Berlin
14. Mai 2002	Bremen
22. Mai 2002	Leipzig

Das Olympus Digital-System:

6. März 2002	München
4. April 2002	Kassel
10. April 2002	Hamburg
18. April 2002	Nürnberg
25. April 2002	Hannover
7. Mai 2002	Berlin
15. Mai 2002	Bremen
23. Mai 2002	Leipzig

Olympus am PoS – Ideen für den Verkauf:

7. März 2002	München
5. April 2002	Kassel
11. April 2002	Hamburg
19. April 2002	Nürnberg
26. April 2002	Hannover
8. Mai 2002	Berlin
16. Mai 2002	Bremen
24. Mai 2002	Leipzig

zierten Umgang mit der neuen Technik zu vermitteln und einen Ausblick in die Zukunft der Digitalfotografie zu bieten. Dabei gliedert sich das Seminar in einen kurzweiligen theoretischen und einen spannenden praktischen Teil, welcher den Teilnehmern den Umgang mit Olympus Digitalkameras nahebringt.

In dem zweiten Seminar wird das Erlernte nochmals vertieft. Hier werden neben dem Basis-Wissen rund um das Thema „Olympus Produkte für die Digitale Bilderkette“ besondere Akzente auf die Steigerung des Zubehörverkaufs sowie die Einbringung von Hard- und Software-Lösungen in das Verkaufsgespräch gelegt. Präsentiert wird das Olympus Digital Imaging-Konzept als vollständiges geschlossenes Produktspektrum – inklusive renditebringendem Zubehör. Das Seminar ist betont praxisorientiert und gewährleistet kurzfristige Erfolge für den Verkauf im Handel.

Das dritte Seminar des Camedia Forums „Olympus am PoS – Ideen für den Verkauf“ richtet sich insbesondere an Fachhändler, die bereits Erfahrung im Bereich Digitalfotografie sammeln konnten, aber selbstverständlich auch an die Teilnehmer der beiden vorhergehenden Seminartage, die ja nun schon ein fundiertes Wissen vorweisen können. Spaß und Sicherheit beim Verkauf digitaler Olympus Produkte stehen im Mittelpunkt dieses Seminars. Zu den wesentlichen Programmpunkten zählen neben den wichtigsten Verkaufsargumenten die Akquise neuer Kundenkreise und die Entwicklung moderner Präsentationstechniken.

Die Referenten der Seminare sind Experten auf ihrem Gebiet und vermitteln das Fachwissen aus erster Hand. Alle Seminare beinhalten ein umfangreiches Sortiment an Arbeitsmaterialien und ein Zertifikat.

miz

Auf der PMA in Orlando zeigte Canon ein halbes Dutzend neuer Kameramodelle. Neuheiten gab es zum einen im analogen Bereich, wo Canon neben der Einführung eines 35 mm Kompaktkameramodells mit einer neuen Ixus weiterhin auf das APS-Format setzt. Bei den Digitalkameras präsentierte das Unternehmen gleich drei Neuheiten, die sich an das Einstiegssegment wenden, und mit der EOS D60 eine digitale Spiegelreflexkamera, die die Nachfolge der EOS D30 antritt. Abgerundet wird das neue digitale Sortiment durch den Foto-Direktdrucker CP-100.

Digitale und analoge Neuheiten von Canon



Das digitale Spiegelreflexkameramodell EOS D60.



PowerShot A40



APS-Kamera Ixus III

SECHS RICHTIGE MIT DRUCKER

Das neue Einstiegsmodell in die digitale Fotografie von Canon heißt PowerShot A100. Die 1,2 Megapixelkamera bietet bereits viele Ausstattungsmerkmale – unter anderem zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten – wie man sie sonst nur bei Modellen höherer Preisklassen findet. Gespeichert werden ihre Bilder auf CompactFlashkarten, und für die Datenübertragung ist eine USB-Schnittstelle vorhanden. Der CCD-Sensor, der 1,2 Millionen Bildpunkte liefert, bietet dank RGB-PrimärfarbfILTER eine besonders natürliche Farbwiedergabe. Ein 3,2fach Digitalzoom steigert die Brennweite des 35 mm-Objektivs (Kleinbildäquivalent) mit reduzierter Auflösung auf 112 mm. Makroaufnahmen erlaubt die Kamera ab einem Mindestabstand von 5 Zentimetern. Der AiAF-Autofokus arbeitet mit drei Meßpunkten, eine leistungsfähige Belichtungsmessung sorgt selbst bei

Gegenlichtsituationen für eine korrekte Belichtung und Scharfstellung. Die Serienbildfunktion der A100 ermöglicht bei abgeschaltetem Monitor bis zu 2,5 Bilder pro Sekunde. Mit ihrer kürzesten Verschlusszeit von 1/2000 Sekunde lichtet die Kamera selbst schnelle Motive ab, für Nachtaufnahmen kann sogar auf eine Langzeitbelichtung von bis zu einer Sekunde zurückgegriffen werden.

Manuelle Einstellungen

Für fortgeschrittenere Anwender bietet die Kamera zahlreiche individuelle Einstellmöglichkeiten. So ist die Empfindlichkeit zwischen den Werten ISO 64, 100, 200 und 400 und der Weißabgleich aus fünf verschiedenen Einstellungen wählbar. Je nach Verwendungszweck stehen neun Qualitätseinstellungen (3 Auflösungen und 3 JPEG-Kompressionsstufen) zur Auswahl. Weitere Features der A100 sind ein 1,5 Zoll großer TFT-Monitor für die Bildkontrolle, verschiedene digitale Kreativmodi, z. B. bunt, sepia oder schwarzweiß, und ein

integrierter Blitz mit vier Betriebsarten. Eine Movie-Funktion erlaubt die Aufnahme von kleinen Videoclips in zwei Auflösungsstufen. Die Energieversorgung der Kamera erfolgt über Standard Mignonzellen (Typ



Abgesehen von der Auflösung unterscheiden sich die A30 und die A40 auch vom Design her. So ist die 1,3 Megapixelkamera PowerShot A30 mit einem silbrig-hellen Gehäuse ausgestattet.

AA). Darüber hinaus sind im Lieferumfang eine 8 MB CompactFlash-Karte, ein umfangreiches Softwarepaket sowie ein USB-Kabel enthalten. Die PowerShot A100 ist ab Mai lieferbar

und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 249 Euro.

Mit den PowerShots A30 und A40 stellt Canon zwei neue Digitalkameras mit 3fach-Zoom vor, die den Einstieg in die Digitalfotografie erleichtern. Wesentlicher Unterschied zwischen den beiden Kameras ist die Auflösung. Während die preisgünstigere A30 (UVP: 379 Euro) mit einem 1,3 Megapixel-Sensor ausgestattet ist, verfügt die größere A40 für 449 Euro (UVP) über einen 2,1 Megapixel-CCD-Chip. Lieferbar werden beide Modelle ab Mitte März sein.

Äußerlich unterscheiden sich die beiden Modelle in ihrem Design. Die Oberfläche der A30 ist silbrig-hell, das Aussehen der A40 metallisch dunkler gehalten. Das Konzept der einfachen Bedienbarkeit, wie es bereits die Vorgängermodelle A10 und A20 zeigten, wurde weiter verbessert. So finden sich alle Bedienelemente – mit Ausnahme des Auslösers – auf der Rückseite. Die Kameras sind mit einem hochwertigen 3fach-Zoomobjektiv ausgestattet, das einen Brennweitenbereich von 35 bis 105 mm (verglichen mit dem Kleinbildformat) liefert. Als optionales Zubehör ist ein Telekonverter erhältlich,

der die Brennweite auf satte 252 mm verlängert.

Beide Kameras bieten einen Movie-Modus für die Aufnahme von Filmsequenzen in einer Länge von bis zu 30 Sekunden. Die A40 kann auch den passenden Ton aufnehmen.

Für ambitionierte Fotografen bieten die beiden PowerShot-Modelle jetzt auch einige manuelle Einstellmöglichkeiten. Neben der individuellen Beeinflussung von Blenden- und Belichtungszeit können auch der Weißabgleich (neben der Automatik fünf weitere Voreinstellungen) und die Empfindlichkeit (neben der Automatik Werte zwischen ISO 50 und 400) individuell beeinflusst werden.

Spielraum von Aktion bis Langzeit bieten Belichtungszeiten von 15 Sekunden bis 1/1.500 Sekunde.

Weniger versierte Anwender können mit den Modi „Auto“ und „P“ die Belichtung und Fokussierung der Automatik der Kamera überlassen. Der „Grüne Welle-Modus“ regelt fast alles automatisch. Im Programm „P“ bleibt neben der Automateinstellung der Kamera dem Anwender je nach anvisiertem Motiv die Auswahl zwischen

Mehrfeld- und Spotmessung. Im AiAF-Modus stellen sich die A-Modelle automatisch auf wichtige Partien scharf, selbst wenn diese nicht in der Bildmitte liegen. Zusätzlich zur Makro- und Landschaftsfunktion wurde eine



Bereits das neue Einstiegsmodell in Canons Digitalkameraklasse, die PowerShot A100, bietet zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten.

Schnappschuß-Funktion hinzugefügt, die optimal für Motive geeignet ist, die 1,5 bis 2,5 Meter von der Kamera entfernt sind. Sowohl die A30 und A40 als auch die zuvor beschriebene A100 verfügen über den bei den Canon-Digitalkameras zur Grundausstattung gehörenden Panorama-Assistenten. Mit den neuen Kreativfunktionen der Ka-



Das transparente Blau des Gehäuses und das Metall der Oberseite machen den Direktdrucker CP-100 zum Life Style-Produkt. Das Foto zeigt ihn in Verbindung mit der PowerShot A40.

Drucken ohne PC

Alle drei hier vorgestellten PowerShot-Modelle können über die erweiterte Direct Print Funktion mit dem ebenfalls in Orlando neu vorgestellten Direktdrucker CP-100 verbunden werden. Er druckt Bilder im Scheckkarten- oder Postkartenformat Computer-unabhängig aus. Dabei kommt das Gerät bei Bedarf dank eines optionalen Akkumoduls sogar ohne Steckdose aus. Das Thermo-sublimationsverfahren des CP-100 liefert eine Auflösung von 300 x 300 dpi und ermöglicht dabei eine gleichmäßige Tonwertwiedergabe der Fotos. Für die Ausgabe eines Bildes in der Größe einer Scheckkarte (86 x 54 mm) benötigt der Drucker 45 Sekunden, für ein postkartengroßes Bild 87 Sekunden. Wahlweise ist das Drucklayout mit oder ohne Rand einstellbar. Alternativ besteht

auch die Möglichkeit, mit dem CP-100 acht Fotosticker eines Motivs auf einem Blatt aus selbstklebenden und vorgestanzten Material auszugeben.

Der eigentliche Druckvorgang gestaltet sich mit der Canon Direct Printing Technologie denkbar einfach. Mit Hilfe des mitgelieferten Kabels wird der Drucker mit der PowerShot verbunden. Alle Einstellungen wie die Wahl des zu druckenden Motivs, Bilderanzahl, Größe und Layouts der Prints werden im Druckmenue der Kamera festgelegt. Für die Abwicklung umfangreicherer Druckaufträge unterstützt der CP-100 auch den DPOF- (Direct Print Order Format) Standard. Um die Ausdrucke widerstandsfähig gegen Umwelteinflüsse wie Licht, Staub oder Feuchtigkeit zu machen, werden alle Prints automatisch mit einer speziellen Beschichtung versiegelt. Mit den Außenmaßen von 172 x 178 x 60 mm und einem Gewicht von 970 Gramm ist der handliche Drucker leicht zu transportieren. Er ist ab Mai dieses Jahres lieferbar und kostet 349 Euro (UVP).

meras lassen sich die Aufnahmen individuell gestalten. Der Anwender hat die Auswahl zwischen der Einstellung „Kräftig“ für bunte Farben und mehr Kontrast, „Neutral“ für ausgeglichene Tonwerte, „gering schärfen“ für Portraits und „Schwarzweiß“ für Fotos im Klassik-Look.

Für die Übertragung der digitalen Daten verfügen beide Kameras über eine USB-Schnittstelle, die A40 bietet zusätzlich einen Audioausgang. Zum Lieferumfang der A30 und A40, die ab Mitte März erhältlich sein werden, gehören vier Batterien (AA), Adapter für den Netzbetrieb und ein Softwarepaket mit dem Foto- und Kameramanager Zoombrowser, die Drucksoftware Photo Record, PhotoStitch und die Arc Soft-Pakete Photo Impression und Video Impression.

Canon bietet für beide Modelle ein interessantes Zubehörprogramm, mit dem sich die kreativen Gestaltungsmöglichkeiten erweitern lassen. Dazu zählen beispielsweise der Telekonverter TC-DC52 (Faktor 2,4/119,99 Euro), der Weitwinkelkonverter WC-DC52 (Faktor 0,7/129,99 Euro) oder das Unterwassergehäuse WP-DC200s (dicht bis 30 m Tauchtiefe/229,99 Euro).

Digitale SLR

Mit der digitalen Spiegelreflexkamera EOS D60 stellte Canon zur PMA das weiter verbesserte Nachfolgemodell der erfolgreichen EOS D30 vor. Gegenüber ihrem Vorgänger mit einem 3,11 Megapixel-Sensor konnte die Auflösung bei dem neuen Modell durch den Einsatz des CMOS-Sensors der zweiten Generation auf effektiv nutzbare 6,3 Millionen Pixel gesteigert werden. Durch die Fläche des Sensors mit 15,1 mm x 22,7 mm ergibt sich eine Verlängerung der Brennweite im Vergleich zum Kleinbildformat um den Faktor 1,6. Der Sensor liefert im entpackten 24 Bit-RGB-Modus rund 18 Megabyte große Dateien, mit denen problemlos Ausdrucke bis zum Format DIN A3 realisiert werden können. Entscheidende Verbesserungen haben die Canon-Ingenieure bei den Aufnahmefunktionen der Systemkamera, die mit allen EF-Objektiven und Zubehör des EOS-Systems kombinierbar ist, realisiert. So stellt der verbesserte Autofokus schneller scharf, und das auch unter erschwerten Lichtbedingungen. Der

AI-TTL-Autofokus arbeitet mit drei wahlweise ansteuerbaren Meßfeldern, um Motive außerhalb der Bildmitte zu erfassen. Im Sucherbild der Kamera wird der Autofokus-Rahmen so angezeigt, daß der Fotograf genau sehen kann, wann die Kamera auf welchen Punkt scharf gestellt hat. Zusätzliche Verbesserungen gegenüber der EOS D30 sind eine weitere Verkürzung der Auslösezeit und eine schnellere Betriebsbereitschaftszeit, wenn die Kamera zuvor im Standby-Modus war. Darüber hinaus ermöglicht sie selbst bei Verwendung der Maximalauflösung mit zirka drei Bildern pro Sekunde und acht Bildern in Folge schnelle Serienaufnahmen.

Wie bereits bei der EOS D30 zeigt die Kamera alle wichtigen Informationen wie Belichtungsprogramm, Blitzmodus, Belichtungszeit, Blende, Belichtungskorrektur und Weißabgleich im Sucher an. Bei der EOS D60 erfährt der Fotograf zudem, wieviel Pufferspeicher bei Serienaufnahmen noch zur Verfügung steht, die Anzahl der verbleibenden Aufnahmen und ob die Belichtungskorrektur aktiv ist. Bei schwachem Umgebungslicht kann das LC-Display beleuchtet werden.

Bewährte Ausstattungsmerkmale wie die elf Belichtungsprogramme, der CompactFlash-Steckplatz (für Typ I und II sowie IBM Microdrive), die USB-Schnittstelle und der leistungsfähige Lithium-Ionen-Akku wurden von der D30 übernommen. Im RAW-Modus wird innerhalb der CRW-Datei ein JPEG hinterlegt, das mit Hilfe des mitgelieferten Treibers extrahiert werden kann, so daß bei Bedarf ein unveränderbares Original im RAW-Format und gleichzeitig eine komprimierte JPEG-Datei, die sich besser für die Übertragung eignet, zur Verfügung steht. Insgesamt 15 Custom-Funktionen mit 38 Einstellungen ermöglichen es, die D60 individuellen Gewohnheiten anzupassen. Die Kamera verfügt neben der USB-Schnittstelle auch über eine Videoschnittstelle (NTSC/PAL) für die Wiedergabe der Aufnahmen am Fernseh Bildschirm.

Neben einem eingebauten Blitz mit Leitzahl 12 und E-TTL-Messung ist die



Eine Auflösung von insgesamt 6,3 Millionen Bildpunkten liefert das digitale Spiegelreflex-kameramodell EOS D60.

Kamera auch mit einem Blitzschuh ausgestattet, über den die Canon Speedlights der EX-Serie eingesetzt werden können. Die EOS D60, die sich mit ihren Ausstattungsmerkmalen beispielsweise als zuverlässiges Werkzeug für Portrait- und Reportagefotografen, Gutachter, Architekten oder Versicherungen anbietet, ist ab Mitte März lieferbar. Der genaue Preis steht noch nicht fest, wird sich aber laut Aussage von Canon im Bereich von knapp über 3.000 Euro bewegen.

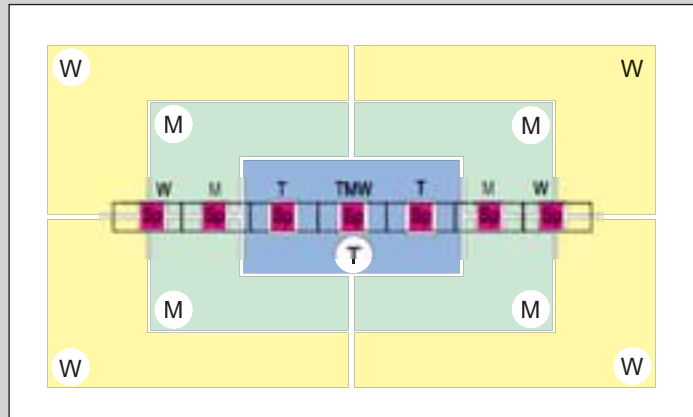
Analog-kameras mit neuer Meßtechnik

Eines ist den neuen Kompaktkameras von Canon, der Prima Super 155 und dem APS-Modell Ixus III, gemeinsam: Beide sind mit dem innovativen AEAF-Sensor des Unternehmens ausgestattet. Er löst das Problem, daß Sucherkameras haben, die Entfernung und Belichtung über eine externe Meßzelle in Objektivnähe berechnen: Ihr Meßwinkel verändert sich beim normalen Zoomen nicht. Dadurch haben herkömmliche Sucherkameras im Weitwinkelbereich eine stark mittenbetonte Meßcharakteristik und im Telebereich eine integrale Charakteristik. Der AEAF-Sensor von Canon dagegen besitzt 16 Meßfelder, von denen die äußeren vier mit Mehr-

feldcharakteristik mittenbetont in Weitwinkelstellung messen und die mittleren vier in mittlerer Zoomposition ebenfalls mittenbetont. In der Telestellung schließlich kommt nur der mittlere Flächensensor wiederum mit einer mittenbetonten Messung zum Einsatz. Somit bieten die Kameras über den gesamten Brennweitenbereich eine annähernd gleiche Meßcharakteristik, wie sie sonst nur bei Spiegelreflexkameras zu finden ist. Bei der Autofokussmessung stehen insgesamt sieben Meßfelder zur Verfügung, von denen jeweils drei aktiv sind. Der mittlere und die äußeren drei im Weitwinkelbereich, über die mittleren Sensoren bis zu den drei inneren Sensoren für den Telebereich. Die drei jeweils aktiven Sensoren arbeiten nach Canons AiAF-Prinzip und erkennen, ob ein bildwichtiges Prinzip nicht mittig liegt. In diesem Fall mißt nicht der mittlere Sensor die Entfernung, sondern ein äußerer. Darüber hinaus fungieren die kleinen AF-Sensoren auch als Meßzelle für eine zuschaltbare Spotbelichtungsmessung.

Prima Super 155

Gerade bei dem üppigen Zoombereich der zur PMA vorgestellten Kompaktkamera Prima Super 155 macht sich die brennweitenabhängige Messung über das AEAF-Element bezahlt. Die Kame-



Eine annähernd gleiche Meßcharakteristik über den gesamten Brennweitenbereich bieten Kompaktkameras, die mit dem neuen AEAF-Sensor von Canon ausgestattet wurden.

auf, darunter eine asphärische, in zehn Gruppen. Die Naheinstellgrenze beträgt bei der Kompaktkamera bis zu 45 Zentimeter. Das entspricht einem Abbildungsmaßstab von 1:4. Im „Personal-Modus“ kann der Fotograf seine persönlich bevorzugten Einstellungen, z. B. den Blitzmodus, abspeichern, auf die er dann über einen einzelnen Knopfdruck sofort zurückgreifen kann. Das kompakte Gehäuse der Kamera wiegt gerade mal 220 Gramm. Die Kamera ist ab März

als Prima Super 155 für 249,99 Euro und als Prima Super 155 Caption-Version mit Datumseinbelichtungsfunktion für 279,99 Euro erhältlich.

Ixus III

Auch das neueste APS-Modell, die Ixus III von Canon, bietet dank des AEAF-Sensors eine brennweitenabhängige Mehrfeldmessung. Autofokus- und Belichtungsmessung werden über dieses neuartige CMOS-Element gesteuert und eine korrekte Belichtung und Schärfeneinstellung über den gesamten Zoombereich gewährleistet. Die neue Ixus kommt nicht im klassisch-quadratischen, sondern in einem eher handytypischen 1:2-Format daher. Mit der

neuen schlanken Form im polierten Aluminium-Finish und einem Gewicht von nur 150 Gramm läßt sich die Kamera leicht in der Hosentasche mit sich führen. Das Objektiv wird durch einen Schiebeverschuß geschützt, der gleichzeitig als Hauptschalter fungiert. Das Display auf der Kamerarückseite informiert über alle Einstellungen und kann bei schwachem Umgebungslicht blau beleuchtet werden.

Das 2,3fach Zoom des neuen Ixus-Modells wurde aufwendig konstruiert und ermöglicht Naheinstellungen von nur 48 Zentimetern. Mit Belichtungszeiten von bis zu 2 Sekun-



Das Design der APS-Kamera Ixus III wurde nicht quadratisch wie die früheren Modelle gestaltet, sondern eher länglich mit Schieberegler für das Objektiv.



Die Kompaktkamera Prima Super 155 ist mit einem 4,2fach Zoomobjektiv ausgestattet, das eine Brennweite von 37 bis 155 mm bietet.

ra ist mit einem 4,2fach Zoomobjektiv ausgestattet, das einen Zoombereich von 37 bis 155 mm bei Blendenwerten von 4,8 bis 11,7 liefert. Das Objektiv baut sich aus zehn hochwertigen Linsen,

den ist auch die Aufnahme von Langzeitaufnahmen kein Problem, das gilt für Bilder mit und ohne Blitzeinsatz. Serienaufnahmen kann die Kamera mit bis zu 0,8 Bildern pro Sekunde aufnehmen. Ein neuentwickeltes Blitzladesystem der APS-Kamera ermöglicht das Fotografieren im Energiesparmodus.

Die Ixus III ermöglicht den Wechsel teilbelichteter Filme, so daß Fotografen je nach Umgebungsbedingungen einen Film mit der passenden Lichtempfindlichkeit auswählen und zu einem späteren Zeitpunkt den teilbelichteten Film erneut einsetzen können. Das Nachfolgemodell der Ixus II ist ab März dieses Jahres lieferbar. Ihr empfohlener Verkaufspreis liegt bei 249,99 Euro. höl

i+fc Neuheiten**Canon Fernglas mit optischem Bildstabilisator in kompaktem Gehäuse**

8 x 25 IS steht für das kompakteste Fernglas mit optischem Bildstabilisator (Image Stabilizer) aus dem Hause Canon. Das 8 x 25 IS bietet eine achtfache Vergrößerung und hat einen Frontlinsendurchmesser von 25 mm. Für ein ruhiges Bild sorgt der neu entwickelte optische Bildstabilisator mit Tilt-System, der weitgehend Verwacklungen ausgleicht. Die Stabilisatoreinheit besteht aus Bewegungs-



sensoren und Linsen, die für die Ermittlung der Richtung und Stärke der Verwacklung zuständig sind. Über eine Verschiebung der Image Stabilizer Linsen wird die zuvor berechnete Korrektur ausgeglichen. Eine handelsübliche Lithium-Batterie versorgt den Bildstabilisator mit der nötigen Energie und macht einen Dauereinsatz von bis zu sechs Stunden möglich.

Für eine kompakte Bauweise bei achtfacher Vergrößerung sorgen Porro-II-Prismen. Der Einstellbereich des 8 x 25 IS ermöglicht einen Betrachtungsabstand ab 3,5 Metern bis unendlich. Durch die Super-Spectra-Vergütung der bleifreien Linsen ergeben sich ein deutlicher Kontrast und bessere Farbtreue. Die Bildfeldebnungslinsen ermöglichen ein ebenes Bild und eine höhere Schärfe, die bis an den Bildrand reicht.

Die gummiarmierten Okulare, einstellbar auf 56–72 Millimeter Augenabstand, können im Bereich plus/minus drei Dioptrien auf das Auge individuell angepasst werden. Das Fernglas hat die Abmessungen 119,3 x 137,2 x 61,2 mm und ein Gewicht von 480 Gramm.

Das Canon 8 x 25 IS ist ab März lieferbar. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 399 Euro.

PSL Photosystem bietet Weiterbildungsseminare

Die digitale Bildausgabe als End- und Höhepunkt des professionellen Workflows ist das zentrale Thema der aktuellen Weiterbildungsmaßnahmen, die PSL Photosysteme zusammen mit Heinz-Jürgen Groß, Delta Image Consulting, in diesem Jahr anbietet. Veranstaltungsort der jeweils zweitägigen Workshops, die für den Zeitraum März bis Juni geplant sind, ist das Anwendungszentrum des Tetenal Photowerks in Norderstedt. Der Workshop will vor allem Anwender ansprechen, die in Fach- oder Großlabors, in der Druckvorstufe oder anderen Bereichen der digitalen Bildausgabe arbeiten. Der inhaltliche Bogen spannt sich vom digitalen Input über die fachgerechte Aufbereitung und Weiterverarbeitung der Bilddaten bis zum perfekten Print. Um möglichst genau auf die individuellen Bedürfnisse der einzelnen Teilnehmer eingehen zu können, haben diese die Möglichkeit, eigene Daten und Vorlagen zu den Workshops mitzubringen.

und so unter kompetenter Anleitung echte Jobs auf modernen Systemen führender Anbieter selbst durchzuführen. Weitere Informationen und Termine der Aktivseminare „Das große 1 x 1 der digitalen Bildausgabe“ sowie Anmeldungen bei PSL Photosysteme GmbH, Tanja Ryeddig, Telefon 04102/464-131.

Fujifilm regelt Garantie verbraucherfreundlich

Die Fuji Photo Film (Europe) GmbH übernimmt im Rahmen des geänderten Schuldrechts rückwirkend zum 1. Dezember 2001 eine 24monatige Garantieleistung für Konsumprodukte. Dabei braucht der Kunde vom siebten bis zum zwölften Monat die sogenannte „Anfänglichkeit des Fehlers“ nicht nachzuweisen. Damit die Handelspartner keinen unnötigen administrativen Aufwand aus der Garantiebearbeitung erleiden, bietet Fujifilm den Endverbrauchern die direkte Garantiebearbeitung in der Düsseldorfer Werkstatt des Unternehmens an.

CeWe Color gibt vorläufige Zahlen für 2001 bekannt

Die CeWe Color Holding AG hat die vorläufigen, ungeprüften Zahlen für das Geschäftsjahr 2001 bekanntgegeben. Diesen zufolge erhöhte sich der Konzernumsatz um 8,4 Prozent auf 436,9 Mio. Euro (Vorjahr: 403,2 Mio. Euro).

Zu der positiven Umsatzentwicklung trug die Übernahme der Konica Photo Service France wesentlich bei. Außerdem legten die Einzelhandelsaktivitäten in Nord- und Mitteleuropa ebenfalls überdurchschnittlich zu. Regional gesehen ist Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, die Schweiz, Dänemark und Skandinavien) CeWe Colors wichtigster Markt, der mit über 50 Prozent zum Gesamtumsatz beigetragen hat. Der Marktanteil liegt hier bei etwa 30 Prozent.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) verringerte sich von 30,0 Mio. Euro im Jahr 2000 um 32,8 Prozent auf 20,2 Mio. Euro für 2001. Das Ergebnis nach Steuern sank im Vergleich zum Vorjahr (13,7 Mio. Euro) um 3,8 Mio. Euro auf 9,9 Mio. Euro. Die Verringerung des Ergebnisses ist auch auf Restrukturisierungskosten – insbesondere die Schließungskosten sowie die operati-

ven Verluste der inzwischen geschlossenen Betriebe in Ulm und Hamburg – und einmalige Sondereffekte in Höhe von insgesamt zirka neun Mio. Euro zurückzuführen. Außergewöhnliche Aufwendungen waren insbesondere Maßnahmen zur Strukturbereinigung, Kostensenkung sowie Abschreibungen auf eigene Aktien.

Das Investitionsvolumen betrug im vorigen Jahr 38,7 Mio. Euro. Damit senkte CeWe Color die Investitionen planmäßig um 17,6 Prozent gegenüber 2000, um finanzielle Mittel für die voll digitalen Printer, die erst im Herbst 2002 bzw. im Frühjahr 2003 lieferfähig sind, anzusparen.

2001 hat CeWe Color 93 Mio. Filme entwickelt – das entspricht einer Steigerung von 5,4 Prozent (2000: 88,2 Mio. entwickelte Filme). Die Zahl der entwickelten Farbbilder wurde um 6,2 Prozent gesteigert (2001: 3.326 Mio. Stück; 2000: 3.132 Mio. Stück).

Für das Jahr 2002 erwartet das Management der CeWe Color Holding AG Umsatzerlöse von etwa 450 bis 460 Mio. Euro und ein verbessertes Ergebnis vor Steuern.

Zehnte Auflage der Fujifilm Euro Press Awards Nationale Gewinner stehen fest

Die zehnte nationale Vorentscheidung bei den Fujifilm Euro Press Awards 2002 ist gelaufen: Die Gewinner sind Andrea Artz, Hansjürgen Britsch, Andreas Herzau und Hartmut Schwarzbach. Sie werden mit ihren Arbeiten am 21. April in Barcelona gegen ihre Kollegen aus rund 20 anderen Ländern antreten, um die Sieger auf europäischer Ebene in den Kategorien Travel, Sport, News und Features zu ermitteln.

Die vier Preisträger erhalten für ihre Leistungen auf nationaler Ebene einen Siegerscheck in Höhe von jeweils 2.556 Euro. Im europäischen Finale geht es für die nationalen Sieger in den einzelnen Kategorien um den Titel „European Photographer of the Year 2002“ sowie um je 5.000 Euro Preisgeld.

Bei der deutschen Vorausscheidung entschied Andrea Artz die Kategorie Travel für sich: Ihr Bild aus der Serie „Japan, greetings from planet Tokyo“ zeigt ein Liebespaar, das sich am Tokioter U-Bahnhof Shinjuku umarmt. Im Hintergrund ist ein Werbeplakat

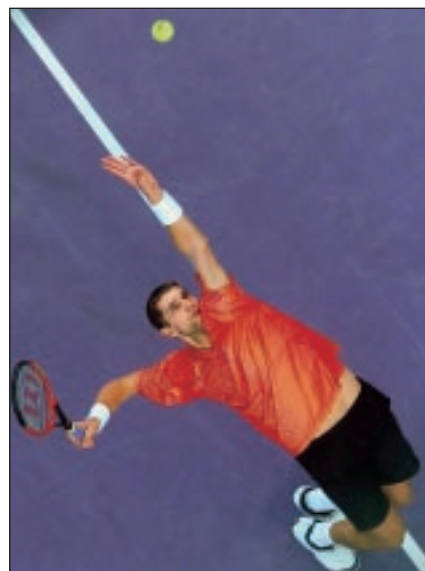


Bild oben: „Max Mirnyi mit Bogenspannung beim Aufschlag“ von Hansjürgen Britsch.

Bild links: „Die andere Stadt“, New York, November 2001, von Andreas Herzau.

Bild rechts: „Rodel und Rolly Dacuyan, die jüngsten „Scavenger“-Müllsampler der Smoking Mountains“ von Hartmut Schwarzbach.

Bild unten: „Liebespaar am Shinjuku U-Bahnhof“ von Andrea Artz.

zu sehen, das eine Frau mit einer riesigen Träne zeigt – und damit symbolisiert, daß Abschiednehmen meistens schmerzhaft ist.

Hansjürgen Britsch ließ in der Kategorie Sport seine Kollegen hinter sich. Seine Momentaufnahme des Tennisprofis Max Mirnyi beim Aufschlag zeigt, im wahrsten Sinne des Wortes, die ganze Spannung des Tennissports. Die Aufnahme entstand während des Tennis Masters Turniers in Stuttgart.



WWW.JOB0.COM

MOBILE FEST-SPEICHER

MindStor
5/10/20 GB

**ZACK-SCHON
WIEDER DIE
ERSTEN!**

- Schnelle Speicherriesen
- Jetzt mit USB + Fire Wire
10x schneller
- Mobile Festspeicher 5/10/20 GB
- Entleeren aller Speicherkarten
- Akkubetrieb • klein, leicht
- Gute Softwaresteuerung

FOR YOUR BEST IMAGE



JOBO TEL. 02261545-40

In der Kategorie News setzte sich Andreas Herzau durch. Sein Siegerfoto stammt aus der Serie „New York, November 2001“. Es zeigt zwei Frauen, von denen eine ein Sternbanner als Kopftuch trägt, die durch einen Zaun auf den Tatort vom 11. September schauen.



Hartmut Schwarzbach dokumentiert als Gewinner der Kategorie Features die Lebensumstände zweier Kinder, die auf den Philippinen vom Müllsammeln leben. Die vier und fünf Jahre alten Kinder Rolly und Rodel Dacuyan leben mit ihrer gesamten Familie auf den „Smoking Mountains“, Müllbergen in Marawi City auf Mindanao.

PMA: Neue Produkte und Konzepte von Kodak

FÜR BESSERE BILDER

Die erste Digitalkamera für den Consumer-Bereich mit 4 Megapixel Auflösung stellte Kodak auf der PMA vor. Dazu kamen im Consumer-Bereich neue APS Filme und die erste hybride Kamera der Welt, die die Bedienungsfreundlichkeit von APS mit der leichten Bildübertragung der Digitalfotografie kombiniert. Wertschöpfung im Bildergeschäft stand bei der Vorstellung der Picture Perfect Technology und beim Kodak Bilder Center im Mittelpunkt. Für Profis gab es zudem ein interessantes Rückteil für Mittelformatkameras.

Mit der neuen Digitalkamera DX4900 kombiniert Kodak die Bildqualität eines 4 Megapixel-Sensors mit der einfachen Bedienung einer Kompaktkamera. Zudem ermöglicht die Kompatibilität mit dem Kodak EasyShare System die kinderleichte Übertragung der Bilder auf den PC bzw. Mac mit Hilfe der als Zubehör erhältlichen EasyShare Kamera-Station, die gleichzeitig als Lagegerät für die Batterien dient. Sobald die DX4900 in diese Station gesetzt wird, muß nur noch der Übertragungs-knopf gedrückt werden, um die automatische Übertragung der Fotos zu starten. Neben dem 4 Megapixel-Sensor mit einer Auflösung von 2.448 x 1.632 Bildpunkten, die nach Angaben von Kodak für Bildformate bis zu 20 x 30 cm ausreicht, verfügt die neue Kodak DX4900 über ein 2-fach Zoomobjektiv und eine 3-fach Digitalzoom-Funktion. Dafür hat Kodak eine neue Advanced Digital Zoom Technologie entwickelt, die vor allem Verbesserungen bei der Kantenschärfe und Helligkeitsverteilung ermöglicht. Die optische Brennweite von 35 – 70 mm kann mit dem Digitalzoom auf bis zu 210 mm verlängert werden.

Einfacher Ausdruck

Mit einer besonders einfachen Printfunktion ist die neue Kodak Digital-kamera DX4900 hervorragend für die Erstellung richtiger Fotos geeignet – entweder mit dem eigenen Inkjetprinter oder im Fotolabor. Für den Ausdruck über den PC hat Kodak bei der DX4900 die leichte Übertragung über die Easy-

Share-Funktion mit der „One-Touch-Printing“-Technologie kombiniert: Nachdem der Anwender mit einem einfachen Mausklick den verwendeten Drucker ausgewählt hat, werden die Bilddaten automatisch für das entsprechende Gerät optimiert.

Kreative Möglichkeiten

Damit erst einmal gute Fotos entstehen, ist die Kodak DX4900 auch kamera-technisch gut ausgestattet. Sie verfügt über eine Programmautomatik und läßt dennoch Spielraum für die manuelle Regulierung vieler Funktionen, zum Beispiel der Lichtempfindlichkeit und des Weißabgleiches. Bei der Belichtungsmessung hat der Anwender die Wahl zwischen mehrzoniger, mittenbetonter und Spotmessung. Zudem gibt es drei Schärfemodi: normal, besonders scharf (für Landschaften) und soft für Portraits. Für die interne Signalverarbeitung hat Kodak der DX4900 Digital-kamera ein neues System patentierter Algorithmen spendiert, das sich besonders in der Reduzierung von orangen und grünen Farbstichen bei unzulänglichen Belichtungsverhältnissen bemerkbar macht. Die neue Kodak 4 Megapixel

Kamera bietet zehn verschiedene Einstellmöglichkeiten für die Belichtungszeit, einschließlich Langzeitbelichtung in der Nachtfunktion, und verfügt über verschiedene kreative Effekte wie sepia-getönte oder Schwarz-Weiß-Aufnahmen.

Die Kamera wird im April zu einem empfohlenen Preis von 649,- € lieferbar sein. Zum Lieferumfang gehören eine 16 MB Compact-Flash-Speicherkarte, Lithium-Batterien, USB- und Video-Kabel, die Kodak Picture Software für die Bildübertragung und Bildbearbeitung am PC und Mac sowie ein Trageriemen. Die EasyShare Kamera-Station ist (einschließlich eines Akku-Packs) zu einem empfohlenen Preis von 120,- € optional erhältlich.

Neue APS Filme

Mit einer neuen Generation der Kodak APS Erlebnis Filme zeigte das Unternehmen auf der PMA das ungebrochene Innovationspotential der analogen Fotografie. Neben einer exzellenten Schärfe bieten die neuen Materialien vor allem verbesserte Printeigenschaften und eine gesteigerte Printkompatibilität. So konnte die Farbcharakteristik der unterschiedlichen Empfindlichkeiten (100, 200 und 400 ISO) weitgehend angeglichen werden – Motive,



Die neue Kodak EasyShare DX4900 Digitalkamera verbindet hohe Auflösung mit guter fotografischer Ausstattung und einfacher Bedienung.

die auf Filmen unterschiedlicher Empfindlichkeit aufgenommen wurden, erhalten so ein gleichmäßigeres Erscheinungsbild. Auch die Schärfelastung der APS Erlebnis Filme wurde verbessert und die Körnigkeit reduziert. Nach Angaben von Kodak konnte bei allen drei Filmen die Hauttonwiedergabe deutlich natürlicher gestaltet werden. Das wirkt sich speziell bei Portraitaufnahmen aus – ohne daß die bei anderen Motiven von den Verbrauchern gewünschte hohe Farbsättigung beeinträchtigt wird. Auch den bekannten Farbstichen bei Kunst- und Neonlicht sind die Kodak Ingenieure mit einer optimierten spektralen Sensibilisierung im kurzwelligen Rotbereich zu Leibe gerückt.

Dadurch wurde vor allem der neue, vielseitig einsetzbare 400er APS Erlebnis Film zu einem echten Allround-Film. Eine verbesserte Farbmanagement-Technologie sorgt dabei nicht nur für die hervorragende Wiedergabe von einer Vielzahl unterschiedlichster Hauttöne, sondern auch besonders reine Blau- und Purpurfarben.

APS und Digital: Die erste hybride Kamera der Welt

Eine besonders interessante Kamera-Neuheit, die in Europa allerdings erst Anfang des kommenden Jahres verfügbar sein wird, ist die erstmals von Kodak auf der PMA gezeigte Advantix Easy-



Die neue Kodak Advantix EasyShare H500 ist die erste wirklich hybride Kamera der Welt: Sie nimmt die Bilder nicht nur auf APS Filmen auf, sondern speichert sie auch digital, so daß sie zum PC übertragen und per E-Mail versandt werden können.



Die PMA war die erste große Messe für den neuen Geschäftsbereich Fotografie der Eastman Kodak Company, der von Martin F. M. Coyne II (links) geleitet wird. Er stellte sich zusammen mit den Präsidenten der verschiedenen Divisionen (von links Willy Shih, Digital & Applied Imaging; Daniel P. Palumbo, Consumer Imaging; und Karen Smith-Pilkington, Kodak Professional) dem Fotografen.

Share H500 Kamera. Wer die Kombination der Kodak APS Marke Advantix mit dem Digital-Feature EasyShare für ungewöhnlich hält, liegt richtig: Die neue Kamera ist der erste wirklich hybride Fotoapparat der Welt.

Bei der Kodak Advantix EasyShare H500 Kamera werden die Bilder nicht nur auf dem APS Film belichtet, sondern im internen Speicher der Kamera in E-Mail-gerechter Auflösung digital gespeichert. Dabei können bis zu 75 digitale Aufnahmen in der Kamera untergebracht werden.

Die Übertragung dieser Bilder zum PC ist so einfach wie bei den EasyShare Digitalkameras: Zum Lieferumfang der Advantix EasyShare H500 wird eine Kamera-Station gehören, mit der die Bilder per Knopfdruck zum PC übertragen werden, wo sie mit Hilfe der mitgelieferten Kodak EasyShare Software auf dem Bildschirm dargestellt und vor allem per E-Mail verschickt werden können.

Wie bereits bei der Kodak Advantix Preview kann jedes Bild nach der Aufnahme auf dem eingebauten LC Display der Kamera kontrolliert werden. Dabei kann der Anwender entscheiden, ob und mit wieviel Abzügen die Aufnahmen im Labor geprintet werden sollen. Die entsprechenden Daten werden auf der entsprechenden Magnetbeschichtung des APS Films aufgezeichnet und später vom Laborgerät automatisch berücksichtigt. Anders als bei der derzeitigen Preview Kamera kann bei der neuen

Advantix EasyShare H500 nicht nur die zuletzt gemachte Aufnahme auf dem Display abgerufen werden, sondern alle Aufnahmen des jeweiligen Films stehen für die Wiedergabe zur Verfügung.

„Mit dieser Kamera haben wir ein ideales Gerät für Verbraucher entwickelt, die die Vorteile der Digitalfotografie nutzen wollen, ohne auf ihre bewährten Fotos vom Film zu verzichten“, erläuterte Dan Palumbo, President Consumer Imaging und Senior Vice President der Eastman Kodak Company, dem imaging+fotoccontact. „Damit ist es möglich, wie bei einer Digitalkamera das Bilderergebnis sofort zu kontrollieren, die Bilder per E-Mail zu versenden und dennoch wie gewohnt den Film beim Fotohändler abzugeben, um Fotos zu bekommen, ohne sich weiter um den Ausdruck von Prints kümmern zu müssen.“

Mehr Wertschöpfung durch digital verbesserte Bilder

Ein besonderer Schwerpunkt auf dem Kodak-Stand in Orlando lag auf den Möglichkeiten, die digitale Fotofinishing-Verfahren für ganz normale, auf Film aufgenommene Fotos bieten. Digitale Großlabor-Printer wie Kodaks Eyelab-System, das alle entwickelten Filme erst einmal mit hoher Geschwindigkeit scannt und die so erhaltenen Bildinformationen auf Fotopapier belichtet, bieten dabei gleich mehrere Vorteile gegenüber analogen Arbeits-

imaging+foto-contact sprach mit Dan Carp, Chairman und CEO der Eastman Kodak Company

In schwerer See auf Kurs

Die weltweite Rezession hinterläßt ihre Spuren auch in der Fotobranche, die zudem von der spürbaren Reisezurückhaltung der Verbraucher nach den schrecklichen Ereignissen des 11. Septembers 2001 besonders betroffen ist. Bei der Eastman Kodak Company drückte sich diese Situation zuletzt in Zahlen aus: Im vierten Quartal des vergangenen Jahres mußte ein Verlust von 206 Millionen US-\$ hingenommen werden. Dabei ging der Umsatz um sechs Prozent auf 3,359 Milliarden US-\$ zurück. Im Gesamtjahr 2001 erzielte die Eastman Kodak Company einen Umsatz von 13,234 Milliarden US-\$ (minus fünf Prozent) mit einem Gewinn von 76 Millionen US-\$ nach 1,407 Milliarden US-\$ im Jahre 2000.

In einem Gespräch, das Dan Carp, Chairman und CEO der Eastman Kodak Company, vor der PMA mit imaging+foto-contact führte, machte der Kodak-Chef keinen Hehl daraus, daß das wirtschaftliche Umfeld für die Fotobranche mehr als schwierig ist: „Wir befinden uns zur Zeit ohne Zweifel im schwierigsten Umfeld, das ich jemals in meiner Karriere erlebt habe.“

Trotz des auf den ersten Blick schwachen Ergebnisses des vierten Quartals kann die Kodak-Spitze auf sichtbare Erfolge verweisen. So führten Kostensenkungsmaßnahmen, eine rigide Lagerhaltung und ein konsequentes Forderungsmanagement zu einer Verbesserung des Cash Flows im Jahre 2001 um nicht weniger als 740 Millionen US-\$.

Dan Carp machte dabei deutlich, daß niemand daran denkt, Eastman Kodak kaputt zu sparen: „Natürlich müssen wir jeden Tag neu über unsere Strategien nachdenken – wenn wir das nicht tun, kämen wir schwächer aus den derzeitigen Schwierigkeiten heraus als wir hineingegangen sind. Darum konzentrieren wir uns klar auf unsere Prioritäten: Wir bleiben bei unserer digitalen Strategie, wir setzen weiterhin auf unsere Forschung und Entwicklung, und wir werden unsere Werbeaktivitäten fortsetzen.“ Dabei werde Kodak, so Carp, im digitalen Bereich besondere Anstrengungen unternehmen, die Technik für die Verbraucher weiter zu vereinfachen. Trotz bahnbrechender Entwicklungen wie EasyShare für Digitalkameras gebe es hier noch ein großes Potential, erklärte Carp: „Wir haben die Digitalfotografie für einige Gruppen – besonders diejenigen, die mit einem Computer umgehen können – schon sehr einfach gemacht. Aber hier wollen wir nicht stehenbleiben: Digitalfotografie muß für jeden Normalverbraucher und jede Normalverbraucherin so einfach werden, wie man das von der konventionellen Fotografie gewohnt ist.“ Bislang sieht Carp seine auf der photokina in aller Deutlichkeit erklärte Ansicht bestätigt, daß richtige Fotos auch im



Im Vorfeld der PMA erläuterte Dan Carp, Chairman und CEO der Eastman Kodak Company, Thomas Blömer (imaging+foto-contact) die aktuellen Strategien des Unternehmens.

digitalen Zeitalter der Fotografie nicht überflüssig werden. Zudem bewiesen Zusatzprodukte wie zum Beispiel die Picture CDs oder Scans und Internet-Dienstleistungen, daß die Digitaltechnik zusätzliche Geschäfte für die Fotobranche und den Fotohandel generieren kann, erklärte der Kodak Chef.

Carp ließ keinen Zweifel daran, daß er ein schwieriges Jahr 2002 erwartet. „Wir sind aber so gut darauf vorbereitet, daß wir nicht negativ überrascht werden können“, betonte der Kodak Chef. Und man werde nicht einfach tatenlos der Rezession zusehen: „Das Wichtigste, was wir zur Zeit tun müssen, ist dafür zu sorgen, daß die Leute mehr fotografieren. Deshalb planen wir trotz allem Kostenbewußtsein keine Einschnitte bei unseren Werbemaßnahmen. Denn wir haben faszinierende Produkte, für die wir werben können: von unseren neuen Digitalkameras über die weiter verbesserten Filme bis zu Einwegkameras, mit denen man heute dort fotografieren kann, wo es früher nicht möglich war. Dazu kommen neue Print-Dienstleistungen wie unser Picture Maker oder digitale Zusatzprodukte wie die Picture CD.“ Allerdings, erklärte Dan Carp, könne die Industrie diese Aufgabe, die Verbraucher zu motivieren, nicht alleine leisten: „Wenn wir einen Fernsehspot schalten, sprechen wir zu den Verbrauchern, wenn sie in ihrem Wohnzimmer sitzen. Der Fotohandel dagegen spricht mit seinen Kunden, wenn sie im Laden stehen und etwas kaufen wollen. Deshalb möchte ich jeden Händler ermutigen, die von uns bereitgestellten Werbemittel zielgerichtet einzusetzen und die Kunden auf die Innovationen unserer Branche aufmerksam zu machen.“

Diese Innovationen, so Carp, hätten ein so großes Marktpotential, daß die Fotobranche vor der größten Chance ihrer Geschichte stehe, wenn die Rezession erst vorbei sei. Kodak laufe sich, so Carp, dafür bereits warm.

ablaufen. Zum einen stehen die Bild-daten nicht nur für Prints, sondern auch für weitere Dienstleistungen wie Picture CDs oder die Internet-Präsentation zur Verfügung – und zwar im gleichen Arbeitsgang. Zum anderen bietet die Digitaltechnik umfassende Korrekturmöglichkeiten, um auch aus fehlbelichteten Aufnahmen noch verkaufsfähige Bilder zu machen und gelungene Fotos weiter zu verbessern.

Besonders den letztgenannten Part stellte Kodak auf der PMA mit dem – zunächst für den amerikanischen Markt – angekündigten Marken-Bild-Konzept „Kodak Perfect Touch Processing“ in den Mittelpunkt. In Europa soll dieses Konzept unter dem Namen „Picture Perfect Technology“ im Jahre 2003 eingeführt werden.

Ob Perfect Touch oder Picture Perfect – in jedem Fall ist die Qualitätsverbesserung der Fotos durch die Digitaltechnik entscheidend. Besonders die selektive Dichtekorrektur, zum Beispiel das Aufhellen von Schattenpartien ohne gleichzeitige Überbelichtung der hellen Bildbereiche, soll die Kundenzufriedenheit mit der analogen Fotografie weiter erhöhen. Dazu kommen Verbesserungen bei Schärfe, Kontrast und in der Farbwiedergabe, die auf digitalem Wege erzielt werden können. „Die Technologie“, so erklärte Dan Palumbo dem imaging+foto-contact, „ist allerdings nur die Hälfte der Geschichte. Die andere Hälfte wird darin bestehen, durch umfassende Marketingstrategien den Verbrauchern die Vorteile des Digitalprints gegenüber dem optischen Print zu vermitteln und die Qualitätsverbesserungen sichtbar zu machen.“ Sowohl in den für die USA geplanten Anzeigen als auch bei den für den amerikanischen Markt entwickelten PoS-Materialien setzt Kodak auf den direkten Vergleich digitaler Prints mit optisch vergrößerten Fotos. So können die Kunden im Fotogeschäft bereits an der Bildertheke – und sogar auf der Auftragstasche – sehen, was der Perfect Touch Processing Service zum etwas höheren Preis an Qualitätsverbesserung bringt.

Kodak Bilder Center

Für das schnelle digitale Bild vor Ort stellte Kodak auf der PMA das Kodak Digital Bilder Center vor, das die bewährten Systeme Kodak Picture Maker und Kodak Order Station kombiniert. Damit kann der Fotohandel



Karen Smith-Pilkington, President von Kodak Professional und Vice President der Eastman Kodak Company, zeigt das neue digitale Rückteil DCS Pro Back 645, das wegen seiner kompakten Bauweise digitale „on location“-Fotografie mit Contax und Mamiya Kameras ermöglicht.

den Kunden wahlweise die digitalen Fotos vor Ort ausdrucken oder in Großlabors Prints herstellen lassen. Zudem eignet sich der Kodak Picture Maker Kiosk hervorragend für die Anfertigung von Bild-von-Bild-Aufträgen bis zum Format 20 x 30 cm. Mit dem Kodak Image Access Standard für die neue Picture Maker Generation soll eine bessere Kompatibilität dieser erfolgreichen Kiosks, von denen weltweit mehr als 35 Stück installiert wurden, mit Großlabor-Geräten und Minilabs sichergestellt werden



Für Profis: Digitalfotografie mit Mittelformatflexibilität

Kodak Professional führte auf der PMA neue Kamera-Rückteile für das 645 Segment ein, die mit den Kameramodellen Contax 645AF und Mamiya 645AF/AFD kompatibel sind. Sie bieten die hohe Auflösung des Kodak Professional 16 Megapixel-Sensors und seine spezielle Kodak Image Science Technologie, sind dabei aber nicht größer als normale 120er/220er Filmkassetten. Damit bieten sie echte Mobilität für Aufnahmen aus freier Hand in der Hochzeits- und Portraitfotografie und andere „on location“ Aufnahmen und bei Freihand-Shooting im Studio. Die Stromversorgung erfolgt über einen Akku, der einfach angesetzt werden kann und dem eines Camcorders gleicht. Die Kapazität reicht für etwa 150 Aufnahmen.

Mit dem digitalen Rückteil können bis zu acht Serienbilder hintereinander mit einer Geschwindigkeit von einem Bild alle 1,63 Sekunden aufgenommen werden – dieser Takt hält genau mit den Ladezeiten von Studioblitz-Systemen Schritt. Die Kontrolle der Bilderergebnisse – und der Scharfstellung – kann über das eingebaute LC Display erfolgen. Das neue Kodak Professional Pro Back unterstützt TTL-Blitzmessung ebenso wie andere Blitzfunktionen und arbeitet mit nahezu allen drahtlosen Slave Blitzsystemen zusammen. Die Abspeicherung der Bilder erfolgt auf CFII-Karten.

Dan Palumbo, President Consumer Imaging und Senior Vice President der Eastman Kodak Company, erläuterte imaging+foto-contact die Werbematerialien für die digitalen „Perfect Touch“ Fotofinishing-Dienstleistungen. Die Kunden des Fotohandels sollen den Unterschied zwischen digital und optisch geprinteten Bildern im direkten Vergleich sehen können – auch auf der Auftragstasche.



„Handelspartner und Verbraucher profitieren“

Mit einer breit angelegten Frühjahrsaktion – eingebettet in ein Jahreskonzept für Fachhandel und Verbraucher – will Agfa, Europas führendes Fotounternehmen, den Spaß am Bild wecken und in der jetzt eher tristen Jahreszeit Farbe ins Spiel bringen. **imaging+foto-contact** fragte Michael Weyer, Produktmanager Film im Bereich Consumer Imaging der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft in Köln, nach Einzelheiten der Aktion.

imaging+foto-contact: Herr Weyer, sehen wir es richtig, daß Ihre aktuelle Frühjahrs-promotion, die wie bereits die Herbst-/Winter-Aktion unter dem Motto „Bilder, die



Michael Weyer, Produktmanager Film im Bereich Consumer Imaging der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft in Köln: „Der Handel profitiert von der Einführung eines permanenten Aktions-sortiments für das ganze Jahr.“

„Der Bildergedanke steht im Vordergrund“

glücklich machen“ steht, ein Versprechen beinhaltet?

Michael Weyer: Es stimmt, daß wir mit der Aktion versprechen, unsere Kunden glücklich zu machen. Das Jahreskonzept soll Fotohändler und Verbraucher gleichermaßen ansprechen. Unsere Handelspartner profitieren, indem der Filmverkauf durch eine Reihe von Maßnahmen deutlich gefördert wird, der Nutzen des Verbrauchers liegt darin, daß ihm Agfa-Qualität zu einem Superpreis angeboten wird.

imaging+foto-contact: Wie immer dreht sich die Filmpromotion um verschiedene Produkte, aber die Agfa-Vista Filme stehen erneut deutlich im Mittelpunkt. Warum dieser Schwerpunkt?

Michael Weyer: Der klassische Klein-

bild-Farbfilm ist immer noch die Nummer eins in der Amateurfotografie. Und die Agfa Vista-Filme sind ein Ausdruck unserer Kompetenz in diesem Segment, die unter anderem auch durch den EISA-Award von 16 führenden europäischen Foto-Fachzeitschriften bestätigt wurde.

Deswegen haben wir schon im vergangenen Herbst die attraktiven Agfa Vista-Bilderpacks auf den Markt gebracht. Diese Bilderpacks stehen dem Handel als Doppelpacksortiment ganzjährig zur Verfügung und bilden den Kern unseres Mehrfachpack-Angebots. Nach wie vor sind natürlich auch der APS- und der Dia-Bereich wichtige Teilmärkte mit einer fotografierfreudigen Anhängerschaft. Grundsätzlich geht es

aber in allen Produktbereichen nur um eines: Bilder.

imaging+foto-contact: Welchen Vorteil hat der Handel von den Color-Negativ-Filmen im Bilderpack?

Michael Weyer: Der Handel profitiert von der Einführung eines permanenten Aktionssortiments für das ganze Jahr. Dies resultiert in einer reduzierten Aktionsproduktvielfalt und vermeidet den Aufbau von Aktionsrestbeständen. Auch wenn sich das Aussehen der Bilderpacks einmal ändert, wie jetzt im Frühjahr, werden sie permanent mit dem gleichen EAN-Code verfügbar sein. Dies vereinfacht das Handling der Ware deutlich. Außerdem wird der Fotohandel im Bildergeschäft durch die explizite Betonung des zentralen Themas „Bilder“ unterstützt.

imaging+foto-contact: Wie wirkt sich das Bilderkonzept auf die Verkaufsförderung aus?

Michael Weyer: Auch bei den Plazierungsinstrumenten und Werbemitteln steht der Bildergedanke im Vordergrund. Mit dem neuen, modularen Schüttensystem bieten wir unseren Handelspartnern hochwertige und langlebige Verkaufsförderungsmateria-

Michael Weyer, Produktmanager Film im Bereich Consumer Imaging der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft in Köln

lien für das ganze Jahr an. Die Kunststoffschütten sind sehr flexibel und lassen sich bei kleinen Verkaufsflächen einzeln oder bei größerem Platzangebot als attraktive Plazierungsinsel einsetzen. Darüber hinaus stehen Materialien für die Schaufenster- und Point-of-Sale-Dekoration zur Verfügung.

imaging+foto-contact: Wie haben die Verbraucher die neuen Agfa Vista-Bilderpacks angenommen?

Michael Weyer: Sehr gut, denn vor der Einführung des Bilderpack-Filmsortiments haben wir in verschiedenen Tests viel über Verbraucherpräferenzen beim Filmkauf gelernt. Der Verbraucher

Klassen. Überdies fördert die Markenkennzeichnung die Kaufentscheidung zugunsten von Agfa Film, wie in einer Analyse des deutschen Filmmarkts durch das unabhängige Emnid-Institut festgestellt wurde.

imaging+foto-contact: Das Verpackungsdesign Ihrer Bilderpacks hat sich geändert. Warum?

Michael Weyer: Die Verpackung fällt durch Ihre ungewöhnliche Optik positiv auf und fühlt sich auch sehr angenehm an. Die Bilderpacks behalten auch in ihrer neuen Gestaltung die exklusive Lackierung und sollen damit signalisieren, daß der Inhalt höchsten Qualitätsansprüchen genügt. Diese Qualität der Vista-Filmkollektion wurde ja durch die Auszeichnung mit dem EISA-Award bestätigt. Die aktuelle Version der

Bilderpacks ist jedoch mehr als nur eine neue Packungsvariante. Sie ist das Ergebnis aufwendiger Marktforschungsstudien, mit denen wir Filmpackungen hinsichtlich verschiedener verbraucherrelevanter Kriterien eingehend untersucht haben – auch im direkten Wettbewerbsvergleich. Die Bilderpacks im aktuellen Design sind diesen Studien zufolge die mit großem

Abstand bevorzugte Filmpackung.

imaging+foto-contact: Kommen wir zu einem anderen Thema. Das digitale Zeitalter eröffnet bisher ungeahnte Möglichkeiten. Vor allem im Bereich der Bildbearbeitung. Wie beurteilen Sie vor dem Hintergrund dieser Entwicklung die Chancen für die klassische analoge Fotografie?



Nach einer Emnid-Studie stehen die Agfa Bilderpacks in der Gunst der Verbraucher ganz oben.

Bilderpacks signalisieren höchste Qualität

kauft Filme, um Bilder zu machen. Eine Farbkennzeichnung und die Kurzbeschreibung der Einsatzgebiete fördern die Orientierung zwischen verschiedenen ISO-



Das aktuelle Design der Agfa Vista Bilderpacks ist das Ergebnis aufwendiger Marktforschungsstudien. Andere Studien belegen, daß diese Bilderpacks die bevorzugte Filmpackung sind.

Michael Weyer: Die analoge Fotografie wird auch im digitalen Zeitalter noch sehr lange die starke Basis des Imaging-Marktes bleiben. Unsere Systeme verknüpfen dabei analoge und digitale Technologien. Wird heutzutage beispielsweise ein analoger Film in einem unserer digitalen Minilabs entwickelt, so wird er automatisch digitalisiert, und die Bilddaten können auf Wunsch auf eine CD gebrannt oder in ein Internet-Web-Album eingefügt werden. Damit vereinfachen und forcieren wir die Nachbestellung von Bildern.

Mit dem Agfanet Print Service haben wir darüber hinaus eine handels- und verbraucherorientierte Plattform rund um die Fotografie und die digitale Bildbearbeitung geschaffen. Mit diesem Service können Agfa Minilab-Betreiber via Internet ebenfalls zusätzliche Bildaufträge generieren.

imaging+foto-contact: Das heißt, es ist vollkommen gleichgültig, ob ein analoger Film oder ein digitales Medium zur Bild-erzeugung eingesetzt wird?

Michael Weyer: Im Prinzip ja, und der Film ist derzeit noch eine vergleichsweise preiswerte Lösung mit sehr hoher Qualität. Außerdem ermöglichen die Digitalisierung analoger Bilddaten und die vollautomatische Qualitätsoptimierung bei der Bildbearbeitung in unseren digitalen Minilabs, daß der Kunde Fotos mit herausragender Qualität erhält.

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

Das Motto „Bilder, die glücklich machen“ bleibt Agfa startet Frühjahrsaktion

Die schönste Zeit des Jahres soll durch Agfa noch schöner werden. Mit seiner Frühjahrsaktion unter dem bereits aus der Herbst-/Winter-PR bekannten Motto „Bilder, die glücklich machen“ will das führende europäische Fotounternehmen Sonne in die Herzen von Fachhändlern und Verbrauchern bringen. Die Aktion soll den Handelspartnern ein Umsatzplus bringen, indem sie den Verbrauchern ermöglicht, gewohnte Agfa-Filmqualität zu günstigen Preisen zu kaufen.

Im Mittelpunkt der Frühjahrspromotion steht natürlich der Farbnegativfilm Agfa Vista, der von 16 führenden europäischen Fachzeitschriften mit dem EISA-Award „Colornegativ-Film des Jahres 2001/ 2002“ ausgezeichnet wurde.

Das Highlight des Frühjahrs ist der Agfa Vista-Bonuspack, der als Dreierpack zwei Vista 200-36-Filme und einen Vista-24+3-Testfilm enthält. Mit diesem Angebot erhalten die Verbraucher, die nicht schon das Vista-Kurzlängen-Angebot zum Jahres-Start genutzt haben, die Möglichkeit zum Test der ISO-Klasse 400. Und dies ohne zusätzliche Kosten, denn den Dreier-Bonuspack gibt es zum Preis von zwei Filmen. Als Duo-Bilderpack sind der Vista 100, der Vista 200 und der Vista 400 erhältlich – alle ebenfalls zum Sonderpreis.

Alle Vista-Bilderpacks werden im neuen Design und mit exklusiver UV-Lackierung geliefert. Diese kommt nach Marktuntersuchungen Agfas beim Verbraucher hervorragend an: Im direkten Vergleich zu Produkten zweier Wettbewerber würden 68 gegenüber 32 Prozent

bzw. 78 gegenüber 22 Prozent der Befragten eher einen Agfa-Bilderpack als einen Mehrfachpack des Wettbewerbers kaufen.

Neben dem ausgezeichneten Agfa Vista Film bilden der Futura II 200-35 MP3 TKF im Dreier-Pack, der meistverkauften ISO-Klasse/Filmlänge im APS-Segment, für den Dia-Bereich der CT precisa 100-36 MP6 TKF im Multipack (216 Dias als Sechser-Stange) und die Le Box Go! Flash-Kamera mit dem Agfa Vista 400 weitere Bestandteile der aktuellen Agfa-Filmpromotion.

Um der Aktion die notwendige Aufmerksamkeit zukommen zu lassen, hat Agfa einen bunten



Der Agfa Vista Bonuspack und die Agfa LeBox Go! Flash sind zwei Bestandteile der Frühjahrsaktion.



Bild oben: Auch für die aktuelle Agfa-Frühjahrs-promotion stehen wieder vielfältige Werbemittel und Verkaufsförderungsmaterialien bereit, die der Händler nach seinen individuellen Vorstellungen flexibel gestalten kann. Bilder links und unten: Zur Präsentation der verschiedenen Aktionsfilme hält Agfa geeignete Schütten und Displays bereit.

Frühjahrs-Aktionsstrauss mit Werbe- und Verkaufsförderungsmitteln gebunden. Dazu gehören hochwertige, flexible (drei- und viereckige) Modulschütten für die verkaufsfördernde Präsentation ebenso wie Thekendispenser, aktuelle jahreszeitgerechte Poster, Blockbilder und Standplakate.

„Mit unserer Frühjahrsdeko bieten wir unseren Handelspartnern hochwertiges, flexibel einsetzbares Werbematerial, das den Verkauf optimal fördert“, ist Michael Weyer, Produktmanager Film im Bereich Consumer Imaging der Agfa Deutschland Vertriebsgesellschaft mbH & Cie., sicher. Nach Weyers Ansicht bietet sich beispielsweise das Deko-

Standplakat als Mittelpunkt der Schaufenster-Dekoration an, es kann aber auch innerhalb des Geschäfts einen Blickfang darstellen. Die Poster dagegen sollen dem Kunden am Point of Sale den Weg zur Agfa-Aktionsplatzierung weisen, und die in hochwertigem Druck gefertigten Blockbilder können als Wand- und Deckendekoration eingesetzt werden.

Neu: die Dynax 5

1A



2A

High-Speed-AF

4A

1/4000 s

5A



7A



8A

- AF-Messfeld:
extragroß, mit zentralem
Kreuzsensor
- ADI-Blitzsteuerung

Unverbindl. Preisempf. **EUR 419.-**
DM 619,40

10A



13A



MINOLTA
The essentials of imaging



Vier Promotion-Pakete sollen Geschäft ankurbeln

Kodak unterstützt Express-Partner

Auch für das Jahr 2002 hält Kodak wieder attraktive Promotionpakete bereit, die die Geschäfte der Kodak Express-Partner ankurbeln sollen. Den Anfang machte Ende Februar das Osterpaket – drei weitere werden im Sommer, Herbst und Winter folgen.

Zum Osterpaket gehören zwei DIN A2 große, beidseitig bedruckte Deko-Deckenhänger (oder Dekoaufsteller), die als Blickfang für Geschäft oder Schaufenster konzipiert wurden. Weiterhin enthält das Paket ein DIN A1 großes Aktionsplakat mit ansprechendem Kükenmotiv, das sich für das Schaufenster oder Gehwegaufsteller anbietet und individuelle Angebote des Kodak Express-Händlers unterstützt,

sowie ein DIN A1 großes Aktionsplakat mit dem Motto „Echt cool! Jedes Bild 2x einmalig günstig“. Eine Bildergirlande als zusätzliches Dekoelement komplettiert die Osterdekoration.

Als zusätzliche Aktionsunterstützung bietet Kodak seinen Minilab-Partnern einen Negativstreifen zum Printen von Bilder-Beilegern an. Das Beileger-Bild greift das bereits bekannte Küken-Motiv noch einmal auf. Darüber hinaus stehen für alle teilnehmenden Kodak

Express Partner drei attraktive Schwarz-weiß-Vorlagen für individuelle Zeitungsannoncen zur Verfügung.

Reise mit dem legendären Orientexpress zu gewinnen

Kodak Express Partner, die an allen vier Aktionen des Jahres 2002 teilnehmen, erhalten als Dankeschön am Jahresende eine Automatik-Armbanduhr im exklusiven Schweizer Bahnhofsuhr-Design. Zudem haben sie die Chance,



„Echt cool! Jedes Bild 2x einmalig günstig“ ist das Motto der aktuellen Frühjahrs-Promotion für Kodak Express Händler. Die entsprechenden Verkaufsförderungsmaterialien stellen optisch ein niedliches Küken in den Mittelpunkt.

Kodak Porträtfotografen sammeln Treuepunkte



Die Aktion gilt für alle Fünferpacks von Portra-Kleinbild- und Rollfilmen. Der Einsendeschluß für die Kodak Treuepunkte Sammelzettel ist der 30. April.

Kodak Professional ist mit einer Treuepunktaktion für die Anwender der Kodak Portra Filmfamilie ins Jahr 2002 gestartet: Sammeln von Treuepunkten winken zahlreiche Preise, darunter ein exklusives Werbemittelpaket für Bewerbings- und Paßfotos, kuschelige Plüschtiere als Give-aways, ein Hochzeitspaket, unter anderem mit Hochzeitsmappen, -planern, Plakaten, Flyern und Piccolo-Sektflaschen, hochwertige Fotoalben sowie als Hauptpreis eine Super Snipe Fototasche von Crumpler. Das Sammeln der Treuepunkte geht so vonstatten: Auf jedem Portra Pack befindet sich ein Barcode – ein Barcode entspricht fünf Treuepunkten. Die ausgeschnittenen Codes werden auf einen beiliegenden Sammelzettel aufgeklebt und an das Kodak Service Center zurückgeschickt. Die Treuepunkte

eine einwöchige Luxusreise für zwei Personen mit dem legendären Orientexpress von Paris nach Istanbul zu gewinnen.

Zwei Promotions stellt Kodak kostenlos zur Verfügung

Die Oster- und Herbstpromotion stellt Kodak seinen Express Partnern kostenlos zur Verfügung, für die Sommer- und Winteraktion muß der Händler einen Kostenbeitrag bezahlen. Express Partner werden rechtzeitig über Mailings oder Kodak Außendienstmitarbeiter über bevorstehende Aktionen informiert und ordern das Promotionpaket einfach mittels eines Bestell-Faxes, das dem jeweiligen Mailing beiliegt bzw. vom Kodak Mitarbeiter überreicht wird.

ScanMaker 5600 von Microtek

Der taiwanesischer Scannerhersteller Microtek bringt mit dem ScanMaker 5600 einen Scanner auf den Markt, der auch gehobene Ansprüche von privaten und SOHO-Anwendern erfüllt. Zu den Ausstattungsmerkmalen des ScanMaker 5600 zählt eine optische Auflösung von 2.400 x 4.800 ppi, die mit einem Sigma Six CCD-System kombiniert wurde, das 20.000 Elemente enthält. Somit können selbst kleinste Details noch mit höchster Qualität und Präzision wiedergegeben werden. Originalgetreue Resultate garantieren zudem 48 Bit Farbtiefe und eine Farbdichte von 2.8 D in Verbindung mit Microteks Dynamic Rendition Technologie. Unkompliziert installieren läßt sich der Scanner durch einen USB-Anschluß, und fünf intelligente Push-Buttons für Scannen, Kopieren, E-Mail, OCR und Scan-to-Web erleichtern die häufigsten Scan-Vorgänge. Auch an Software bringt der ScanMaker 5600 bereits alles mit, was der Anwender zur kreativen Bearbeitung seiner Bilder benötigt. Neben Microteks Scanner- und Treibersoftware ScanWizard 5, die sowohl einen Einsteiger- als auch einen Profimodus anbietet, enthält das Softwarepaket noch Adobe PhotoDeluxe und PhotoShop LE 5.0 sowie Ulead PhotoExplorer. Mit der OCR-Applikation ABBYY FineReader Sprint können Textdokumente bearbeitet und in die Microsoft Office-Programme in-

tegriert werden. Der ScanMaker 5600 ist ab sofort für 239 Euro verfügbar.

Power-Pack für müde Digitalkameras

Fujifilm bietet mit dem Power-Pack FPP5V eine Energiereserve für Digitalkameras, deren Batterienpower besonders durch den häufigen Einsatz des Monitors zur Bildkontrolle schnell verbraucht ist. Mit dem 3000 Milliampere-Akku des Fujifilm Power-Packs erhöht sich die potentielle Betriebszeit gängiger Digitalkameras etwa um das Dreifache. Das Power-Pack kann dabei mit nahezu allen Digitalkameras betrieben werden, die über vier Mignon-Batterien und einen Netzanschluß verfügen. Der Preis für das Power-Pack, das seit Mitte Februar lieferbar ist, beträgt 99 Euro.

In einer Ledertasche mit Gürtelclip kann man das Fujifilm Power-Pack stets auf der digitalen Fotosafari bei sich haben. Über den Netzanschluß der Kamera wird diese per Adapterkabel mit dem Akku-Pack verbunden. Verschiedene Steckersysteme gewährleisten den weltweiten Einsatz des kompakten Energiespeichers. Ein Ladevorgang mit dem im Lieferumfang enthaltenen Ladegerät ist in sechs Stunden abgeschlossen; als besonderes Feature ist ein 12 Volt- bis 32 Volt-Anschluß für das Aufladen des Akku-Sets in einem PKW oder LKW vorhanden.

Skipdoctor repariert CDs

Kein Anwender muß mehr um wichtige Daten auf CD-ROMs bangen: Der Skipdoctor von Kellas International flickt alte, zerkratzte CD-ROMs und andere Silberscheiben. Mit seinem patentierten Reinigungs-Verfahren rettet er kostbare Informationen bereits verloren geglaubter Datenträger. Und kostet dabei nicht mehr als ein Computerspiel.

Der Skipdoctor leistet ganze Arbeit: Zu seinen Patienten gehören Spiele- und Musik-CDs, CD-ROMs, DVDs, Playstation CDs und CD-RW. Selbst DVD-Videofilme verarztet er. Durch sein patentiertes Polier-Verfahren entfernt er Kratzer und Abschürfungen und kuriert damit Filmaussetzer oder Boot-Probleme.

Die Reparatur mit dem Skipdoctor gestaltet sich einfach; lediglich den Datenträger ins Schleifrad einlegen und per Kurbel einige Drehungen durchführen. In sanftem Polierprozeß verschwinden Schrammen und Schürfwunden. Der Skipdoctor tut nicht nur den CDs, sondern auch seinen Anwendern gut, da das mechanische Gerät im Gegensatz zu herkömmlichen Pasten-Sets keine giftige Schmiere benötigt.

Skipdoctor ist ab sofort lieferbar und hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 46 Euro.

Textmarker für Inkjet-Ausdrucke

Als Ergebnis einer Kooperation zwischen Stabilo und Lexmark auf europäischer Ebene können mit einer neuen Generation von Textmarkern jetzt auch Ausdrucke von Tintenstrahldruckern farblich markiert werden. Gegenstand der Kooperation sind gemeinsame Promotions und mögliche Bundle-Aktionen.

Anlaß dieser Kooperation ist die Produkteinführung der neuen Textmarker der „Stabilo Boss Inkjet Generation“. Die neuen Textmarker wurden speziell für den Einsatz auf Tintenstrahl-Ausdrucken optimiert und verhindern ein starkes Verschmieren selbst beim Einsatz pigmentierter Tinte.

Die neue Inkjet-Generation der Textmarker ist sowohl für alle Tintenstrahldrucker der aktuellen Z-Serie als auch für den Einsatz älterer Lexmark-Drucker geeignet.

Mini-Viewcam VL-NZ8S von Sharp

Mit der Mini-Viewcam VL-NZ8S setzt Sharp das von dem Unternehmen mit den Vorgängermodellen eingeführte zukunftsweisende Viewcam-Prinzip fort.



Mehr Spielraum für neue Perspektiven und spontanes Filmen bietet der Camcorder durch das eingebaute drei Zoll große LC-Display mit 120.000 Pixeln Auflösung und die einfache Handhabung des Geräts. Filmer haben das kompakte Produkt (13,6 x 11,3 cm) ohne Sucher schnell parat und können entspannt aus dem Handgelenk filmen. Die Filmszenen lassen sich mit der VL-NZ8S über den 10fach

Motor-Zoom und das 300fach Digital-Zoom in den gewünschten Blickwinkel bringen. Ein hochauflösender CCD-Chip mit einer Auflösung von 800.000 Pixeln und ein DV Fine Filter sichern die Bildqualität. Zu hohe Kontrastwerte nivelliert die Gamma-Korrektur automatisch auch während der Wiedergabe. Fotos können über einen Speicherkarten-Slot entweder auf MultiMedia- oder SD-Card gespeichert werden. Aufgenommene Videoclips können per FireWire-Kabel zum Computer übertragen werden. Der VL-NZ8S ist bereits zu einem Preis von 1.199 Euro (UVP) erhältlich.



Die CeBIT 2002 wird mit einer Ausstellungsfläche von 27 Messehallen und über 400.000 Quadratmetern ihrem Ruf als größte Messe der Welt auch in diesem Jahr gerecht

Partner für den Fotohandel auf der Hannover-Messe

Digital Fotografie und Zubehör auf der CeBIT 2002

werden. Dem Zusammenwachsen der verschiedenen Technologien gemäß spielt auch die Digitalfotografie eine immer größer werdende Rolle in der dort vorgestellten Multimedia-Welt. Aus diesem Grund werden in Hannover auch wieder zahlreiche Kamera-

hersteller ihre neuesten Modelle und Peripherie-Produkte wie Software, Speichermedien und Fotodrucker einer breiten Öffentlichkeit präsentieren. Zur besseren Orientierung für den Fotohandel haben wir die wichtigsten Anbieter auf einen Blick angeordnet.

AUSSTELLER NACH PRODUKTGRUPPEN

Digitalkameras

Canon Deutschland GmbH	Halle 1/Stand 5 B 2 + 4 E 4
Casio Europe GmbH	Halle 1/Stand 7 E 12
ComLine GmbH	Halle 25/Stand B 50
Epson Deutschland GmbH	Halle 23/Stand B 42
Fuji Photo Film (Europe) GmbH	Halle 1/Stand 3 L 1
Hewlett-Packard GmbH	Halle 24/Stand A 10
Jenoptik Camera Europe	Halle 1/Stand 7 o 13
Jenoptik L.O.S. GmbH	Halle 22/Stand C 23
Kodak GmbH	Halle 1/Stand 6 D 12
Kodak GmbH	Halle 22/Stand B 14
Komsa AG	Halle 25/Stand B 50
my-extra	Halle 12/Stand B 80/1
Minolta	Halle 1/Stand 3 m 16
Mustek GmbH	Halle 22/Stand C 11
Nikon GmbH	Halle 22/Stand B 28
Olympus Optical Co.(Europa) GmbH	Halle 1/Stand 01/1
Panasonic Deutschland GmbH	Halle 1/Stand 6 C
Ricoh Europe	Halle 21/Stand B 63
Sanyo Fisher Vertriebs GmbH	Halle 1/Stand 7 H 2
Sony Deutschland GmbH	Halle 2/Stand C 02
Toshiba	Halle 1/Stand 6 h 2

Drucker

Canon Deutschland GmbH	Halle 1/Stand 5 B 2 + 4 E 4
ComLine GmbH	Halle 25/Stand B 50
Epson Deutschland GmbH	Halle 23/Stand B 42
Fuji Photo Film (Europe) GmbH	Halle 1/Stand 3 L 1
Hewlett-Packard GmbH	Halle 24/Stand A 10
Kodak GmbH	Halle 1/Stand 6 D 12/LFP
Kodak GmbH	Halle 22/Stand B 14
Komsa AG	Halle 25/Stand B 50
Panasonic Deutschland GmbH	Halle 1/Stand 6 C
PSI Printer Systems International GmbH	Halle 23/Stand C 03

Sony Deutschland GmbH

Halle 2/Stand C 02

Scanner

Canon Deutschland GmbH	Halle 1/Stand 5 B 2 + 4 E 4
ComLine GmbH	Halle 25/Stand B 50
Epson Deutschland GmbH	Halle 23/Stand B 42
Hewlett-Packard GmbH	Halle 24/Stand A 10
Kodak GmbH	Halle 1/Stand 6 D 12
Mustek GmbH	Halle 22/Stand C 11
Nikon GmbH	Halle 22/Stand B 28
Panasonic Deutschland GmbH	Halle 1/Stand 6 C
Sony Deutschland GmbH	Halle 2/Stand C 02

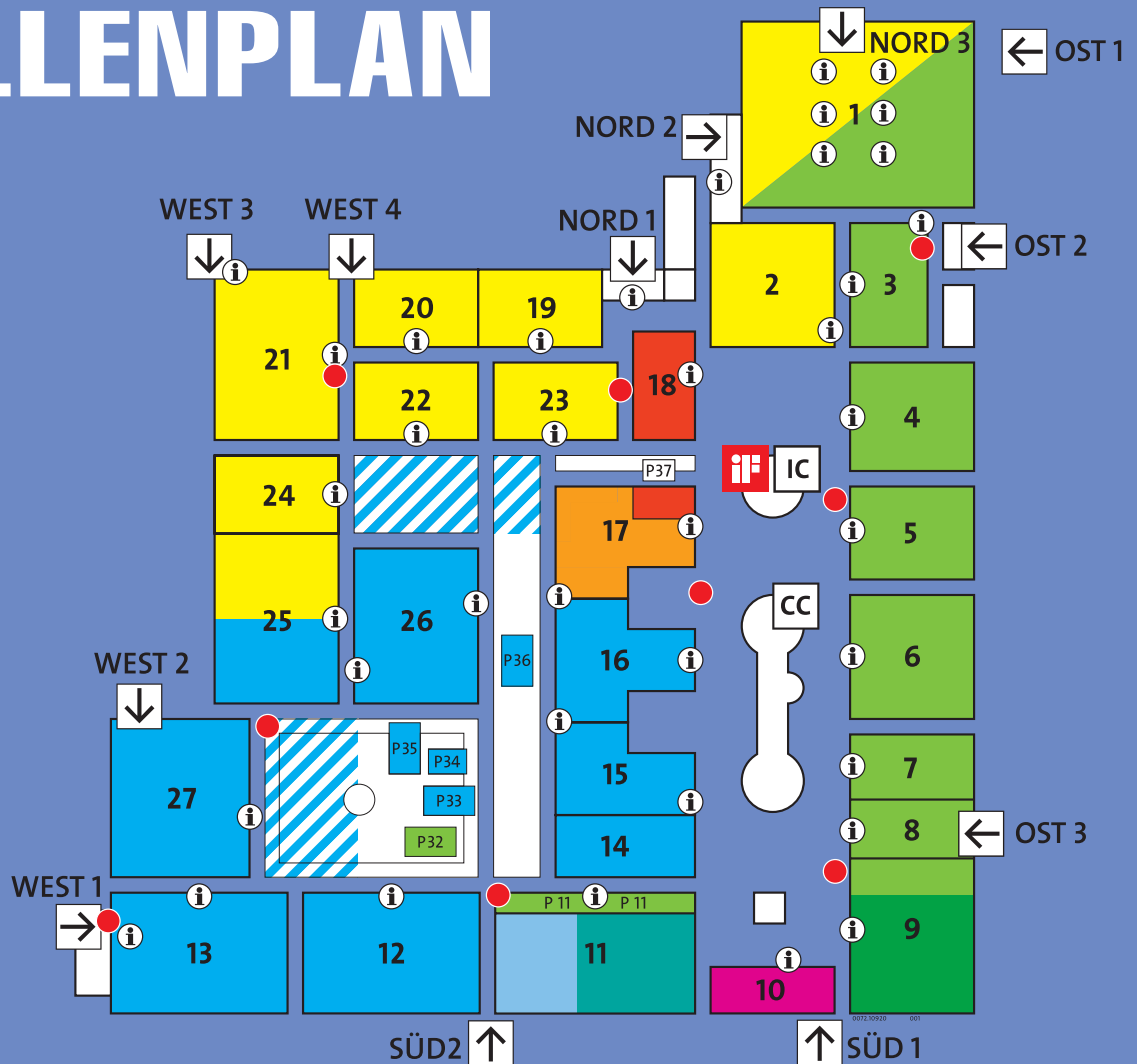
Software

Adobe Systems	Halle 4/Stand G 67
Canon Deutschland GmbH	Halle 1/Stand 5 B 2 + 4 E 4
ComLine GmbH	Halle 25/Stand B 50
E-Books Systems	Halle 22/Stand A 23
Fuji Photo Film (Europe) GmbH	Halle 1/Stand 3 L 1
MGI Software	Halle 22/Stand B 19/1
Olympus Optical Co.(Europa) GmbH	Halle 1/Stand 01/1
Panasonic Deutschland GmbH	Halle 1/Stand 6 C
Pinnacle Systems GmbH	Halle 22/Stand B 22

Speichermedien

ComLine GmbH	Halle 25/Stand B 50
Fuji Photo Film (Europe) GmbH	Halle 1/Stand 3 L 1
Hama GmbH & Co.	Halle 25/Stand B 24
JVC Deutschland GmbH	Halle 22/Stand A 24
Memorex	Halle 24/Stand E 19
Panasonic Deutschland GmbH	Halle 1/Stand 6 C
Olympus Optical Co.(Europa) GmbH	Halle 1/Stand 01/1
SanDisk	Halle 21/Stand D 23
Sony Deutschland GmbH	Halle 2/Stand C 02

HALLENPLAN



WICHTIGE AUSSTELLER NACH HALLEN

Halle 1

Canon Deutschland GmbH	5 B 2 + 4 E 4
Casio Europe GmbH	7 E 12
Fuji Photo Film (Europe) GmbH	3 L 1
Jenoptik Camera Europe	7 o 13
Kodak GmbH	6 D 12
Minolta	3 m 16
Olympus Optical Co. (Europa) GmbH	01/1
Panasonic Deutschland GmbH	6 C
Sanyo Fisher Vertriebs GmbH	7 H 2
Toshiba	6 h 2

Halle 2

Sony Deutschland GmbH	C 02
-----------------------	------

Halle 4

Adobe Systems	G 67
---------------	------

Halle 12

Jamba! AG	B 46
my-extra	B 80/1

Halle 13

Wearnes Technology/Nixvue	E 20
---------------------------	------

Halle 21

Mitsubishi Electric Europe B.V.	C 51
SanDisk	D 23
Ricoh Europe	B 63

Halle 22

E-Books Systems	A 23
Electronic Design	B 42
Jenoptik L.O.S. GmbH	C 23
JVC Deutschland GmbH	A 24
Kodak GmbH	B 14

MGI Software	B19/1
Mustek GmbH	C 11
Nikon GmbH	B 28
Pinnacle Systems GmbH	B 22

Halle 23

Epson Deutschland GmbH	B 42
PSI Printer Systems International GmbH	C 03
Hewlett-Packard GmbH	A 10

Halle 24

Memorex	E 19
---------	------

Halle 25

ComLine GmbH	B 50
Hama GmbH & Co.	B 24
Komsa AG	B 50
imaging+foto-contact/PoS-MAIL	B 50

Sony-Cyber-shots DSC-P31 /DSC-P51 /DSC-P71



Kameras auch eine Reihe klassischer Fotofunktionen. Dazu zählen beispielsweise ein Multipoint-Autofokus oder die Mehrfeldbelichtungsmessung. Abgerundet wird die Ausstattung durch das Autofokus-Hilfslicht und neue Einstellungen für den Weißabgleich. Letztgenannten kann der Fotograf jetzt unter anderem auf Tageslicht, Bewölkung, Kunstlicht oder Fluoreszenz abstimmen.

Neue Technologien für bessere Fotos

Die neue Pocket-Klasse bietet zwei Technologien, die zu einer weiter verbesserten Bildqualität beitragen. Clear Color NR (Noise Reduction) sorgt für brillante Farben und scharfe Farbübergänge, Luminanz NR (Noise Reduction)

unterdrückt wirkungsvoll das Helligkeitsrauschen.

Die Kameras verfügen außerdem über eine neue Multibildfunktion, die es ermöglicht, 16 Bilder in schneller Folge aufzunehmen, die anschließend als ein einziges JPEG-Bild abgespeichert werden können. Die Funktion ist ideal, um auch

schnelle Bildfolgen beispielsweise bei sportlichen Ereignissen in verschiedenen Phasen festhalten zu können.

Optimierte Videoqualität

Mit den neuen Digitalkameras können aber nicht nur Fotos, sondern auch Videosequenzen im MPEG-Format aufgezeichnet werden. Mit Hilfe von MPEG HQX (High Quality Extended) geht das jetzt auch in einer höheren Qualität (16,6 Bilder pro Sekunde).

Auf einem Memory Stick mit einer Kapazität von beispielsweise 128 MB können bis zu sechs Minuten Videomaterial aufgezeichnet werden. Bei Wahl einer niedrigeren Auflösung zum Beispiel für eine Video-Mail sind in der Länge unbegrenzte Aufzeichnungen möglich, die ausschließlich durch die Kapazität des eingesetzten Speichermediums limitiert werden.



Sony stellt mit den Digitalkameras DSC-P31/P51/P71 gleich drei neue Modelle der erfolgreichen Pocket-Serie des Unternehmens vor. Neben dem bewährten kompakten Design im Taschenformat bieten die neuen Cyber-shots Technologien, die für noch bessere Fotos mit brillanten Farben sorgen.

Herzstück der DSC-P31 und der DSC-P51 ist ein 2,0 Megapixel Super HAD CCD. Bei der DSC-P71 sorgt ein Super HAD-CCD mit 3,2 Megapixeln mit speziellem 14bit A/D-Wandler für eine hohe Qualität der Aufnahmen. Mit dem Bildwandler der DSC-P31 und der DSC-P51 sind damit maximale Auflösungen von 1.600x1.200 Pixeln, mit der DSC-P71 von 2.048 x 1.536 Pixeln zu erzielen.

Das neue Einstiegsmodell, die DSC-P31 verfügt über einen dreifach digitalen Zoom. Die DSC-P51 hat einen zweifach optischen, sechsfach digitalen Zoom, und die DSC-P71 ist sogar mit einem dreifach optischen und sechsfach digitalen Zoom ausgestattet.

Für die Bildaufnahme und rasche Kontrolle der Fotos haben alle drei Modelle ein LC-Farbdisplay mit einer Diagonalen von knapp vier Zentimetern und einer Auflösung von 123.000 Pixeln. Der Monitor ist mit einer Funktion für eine automatische LCD-Aufhellung ausgestattet, so daß auch bei schwachem Umgebungslicht die Motive betrachtet werden können.

Klassische Fotofunktionen

Alle drei Modelle lassen sich leicht über ein Einstellrad oder den bewährten Jog Dial bedienen. Neben verschiedenen Programmautomatiken und zahlreichen digitalen Effekten bieten die

Datenübertragung

Die mit den Digitalkameras aufgenommenen Fotos und Kurzfilme lassen sich schnell und einfach übertragen. Zum einen können sie direkt mit dem Memory Stick aus der Digitalkamera zum Computer beziehungsweise einem Drucker übertragen werden, zum anderen sind alle Pocketmodelle mit einer USB-Schnittstelle für den Datentransfer ausgestattet.

Mehr Energie

Das clevere Energiemanagement Stamina von Sony wurde bei den neuen Kameras wesentlich verbessert, so daß sie noch länger im Einsatz bleiben können. Darüber hinaus zählen zum Lieferumfang NiMH-Batterien (1700 mAh). Mit ihrer Hilfe bringt es die DSC-P31 auf eine Laufzeit von zwei Stunden und 30 Minuten (zirka 3.000

Bilder), die DSC-P71 auf ganze zwei Stunden (zirka 2.400 Bilder und die DSC-P51 sogar auf bis zu drei Stunden (etwa 3.600 Bilder).

Im Lieferumfang aller Modelle sind zwei NiMH-Batterien, ein Ladegerät, Memory Stick (DSC-P31, DSC-P51: 8 MB; DSC-P71: 16 MB), USB- und Videokabel sowie ein Softwarepaket für Windows und Mac OS (Pixela Image Mixer, USB-Treiber) enthalten.

Zubehör

Sony bietet wie zu allen Digitalkameras auch zu der neuen Pocketfamilie ein reichhaltiges Zubehörprogramm an. Dazu zählen beispielsweise Ersatzakkus. Die bereits im Lieferumfang enthaltenen Nickel-Metall-Hydrid-Akkus NH-AA-2DI werden im Zweierpack zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 11 Euro erhältlich sein. Zum Schutz der Kameras bietet Sony

für alle Kameras der Pocket-Familie die gepolsterte Schultertragetasche LCS-CP2 an (29 Euro). Ebenfalls im Angebot ist das Zubehör-Kit ACC-CSNQ (75 Euro). Es beinhaltet 2 Ni-MH Akkus NH-AA-DI, das Schnellladegerät BC-CSQ und die Fototasche LCS-CP2 und bietet gegenüber den Einzelprodukten einen Preisvorteil. Das zu dem Kit gehörende Ladegerät bewältigt einen Ladevorgang bis zu sechsmal schneller als das im Lieferumfang der Kameras enthaltene Gerät. Als Schutz und Aufbewahrungshilfe für den Memory Stick ist das hochwertige Etui MSAC-HGA8 (29 Euro) im Angebot. Es glänzt silber-blau und bietet Platz für acht Memory Sticks oder vier Memory Sticks und einen PC-Card-Adapter MSA-PC2.

Die DSC-P31 und die DSC-P71 werden ab März, die DSC-P51 wird ab Mai dieses Jahres lieferbar sein. Die Preise stehen zur Zeit noch nicht fest. höl

imaging+foto-contact sprach mit Christian Lücke, Senior Product Manager Digital Photo der Sony Deutschland GmbH, über die Einführung der neuen Pocketfamilie von Sony

imaging+foto-contact: Herr Lücke, Sony hat sich innerhalb der letzten zwei Jahre als Digitalkamera-Hersteller etabliert. Wie positionieren Sie die Neuheiten dieses Frühjahrs?

Christian Lücke: Die Cyber-shot-Modelle DSC-P31, DSC-P51 und DSC-P71 stellen die neue „Einstiegsklasse“ der Pocket-Modelle von Sony dar. Wobei der Begriff „Einstiegsklasse“ bedeutet, daß auch diese Modelle bereits mit hochwertigen technischen Features wie Mehrfeldbelichtungsmessung oder Multipoint-Autofokus ausgestattet sind. Damit werden diese Kameras selbst schon gehobeneren fotografischen Ansprüchen gerecht. Darüber hinaus belegen die GfK-Zahlen der letzten Zeit, daß der Trend bei den Digitalkameras eindeutig zum Kauf von kleiner werdenden Kompakt-Modellen geht. Diese Käuferschichten fühlen sich von technisch hochwertigen und gleichzeitig designorientierten Life-Style-Produkten angezogen. Die Pocket-Klasse von Sony setzt hier Trends. Diese und weitere spektakuläre Produktneuheiten zeigen wir auch auf der CeBIT in Hannover in Halle 2, Stand C02. Mit unserem neuen Standort auf der CeBIT sind wir räumlich noch näher an den Bereich Digital Imaging herangerückt.

imaging+foto-contact: „Innovationen braucht der Markt“, lautet ein vielzitiertes Schlagwort. Welche Neuerungen bietet Sony mit seiner Pocket-Klasse?

Christian Lücke: Natürlich hat auch die neue Pocket-Klasse ein paar echte Innovationen zu bieten. Zum einen sorgen

zwei neue von Sony entwickelte Verfahren zur Rauschunterdrückung (Clear Color NR und Luminanz NR) für eine verbesserte Bildqualität. Zum anderen haben wir uns auch um Details gekümmert, die gerade bei preiswerten Digitalkameras oftmals den Spaß am Fotografieren ein bißchen trüben. Stellvertretend sind da die automatische LCD-Aufhellung, die bei kritischen Lichtverhältnissen zum Tragen kommt, sowie die Weiterentwicklung des bisher vor allem bei Camcordern bekannten Stamina Energiemanagements zu nennen. So bringt es z. B. die DSC-P51 auf bis zu drei Stunden Betriebszeit mit den von Hause aus mitgelieferten NiMH-Akkus, die übrigens samt Ladegerät auch im Lieferumfang enthalten sind. Darüber hinaus verfügen alle Neulinge über die neue Videofunktion MPEG HQX, die es mittlerweile erlaubt, in einer Qualität von 16,6 Bildern/Sek. Endlos-Sequenzen aufzuzeichnen, die nur durch die Speicherkapazität des Memory Sticks begrenzt sind.

Damit lassen sich auch mit diesen Modellen schon „ausgewachsene“ Videos aufzeichnen, die auch über das Verschicken im Internet hinaus auf dem heimischen Fernseher überzeugen können.

Dank neuer mitgelieferter Software lassen sich Videos und Bilder sogar einfach am Computer zusammenschneiden.

imaging+foto-contact: Herr Lücke, wir danken Ihnen für dieses Statement!



Fujifilm präsentiert neue FinePix-Modelle mit Super CCD der 3. Generation

Seit der Vorstellung des ersten Super CCDs 1999 hat Fujifilm kontinuierlich die Leistungen des Bildwandlers weiterentwickelt und verbessert. Zur CeBIT präsentiert das Unternehmen den Super CCD der dritten Generation, der in drei neue FinePix-Modelle integriert wurde. Während das 3,1 Megapixel Super CCD-Sensormodell FinePix F601 Zoom eher die Consumer-Klasse anspricht, wendet sich die mit dem gleichen Sensor ausgestattete FinePix S602 Zoom an das semi-professionelle Segment. Eine Kamera für professionelle Ansprüche ist die auf dem Nikon F80 Body basierende FinePix S2 Pro.



HOHE EMPFINDLICHKEIT – VERBESSERTE VIDEOQUALITÄT

Fujifilm hat den Super CCD mit der nun eingeführten dritten Generation entscheidend weiterentwickelt und dabei auch die integrierte Signalverarbeitung und die Bildverarbeitungsalgorithmen optimiert. Resultat dieser Optimierungen sind entscheidende Fortschritte in der Bildqualität sowie bei der Lichtempfindlichkeit und Video-Aufnahmen.

Bis ISO 1600

Bei der FinePix F601 Zoom können Empfindlichkeiten von ISO 1600 er-

reicht werden, was nach Angabe von Fujifilm dem derzeit höchsten Wert (Stand Januar 2002) bei digitalen Kompaktkameras entspricht. Eine erhöhte ISO-Empfindlichkeit geht in der Regel mit einer unschönen Körnigkeit des Bildes – bei digitalen Bildern auch als Rauschen bekannt – einher. Dem setzt der neue Super CCD die Noise Reduction Technology entgegen, die der ebenfalls neuentwickelte Signalprozessor (LSI) einsetzt. Er nutzt die Chroma und die Lumineszenz der aufgenommenen Daten und ermöglicht so sowohl eine hohe Bildqualität als auch eine hohe Lichtempfindlichkeit. Die hierbei eingesetzte „Pixel Data Coupling Technology“, bei der Informationen von vier aneinander grenzenden Pixeln zu einem einzigen Pixel zusammengefaßt werden, macht Empfindlichkeiten von 800 bis 1.600 ISO im 1.280 x 960 Modus möglich.

Darüber hinaus sorgt der Super CCD der dritten Generation der FinePix F601 Zoom mit 3,1 Millionen effektiven Pixeln für eine hohe Bildauflösung. Er erzeugt eine Ausgabedatei von 2.832 x 2.128 Pixeln, also 6,03 Millionen Bildpunkten. Mit dieser Auflösungsleistung lassen sich problemlos Ausdrucke mit einer hohen Qualität bis zu einer Größe von 20 x 30 cm anfertigen.

Die schnelle Verarbeitungsgeschwindigkeit des Super CCD ermöglicht bei dieser Digitalkamera eine Serienbildfunktion, die kontinuierliche Aufnahmen von 1,8 Bildern pro Sekunde realisiert, bei bis zu 40 Aufnahmen im 1.280 x 960 Pixel Modus. In jedem beliebigen Modus können fünf Bilder pro Sekunde bei bis zu vier Aufnahmen fotografiert werden.



Die Rückseite der FinePix F601 Zoom ist für die Bildkontrolle mit einem 1,5 Zoll-Niedertemperatur-Polysilikon-TFT mit 110.000 Pixeln ausgestattet.



Zu der FinePix F601 Zoom ist optional eine Docking-Station erhältlich, die über die Anschlüsse Gleichspannungseingangsbuchse, Digitalbuchse (USB), Audio/Video-Out und eine Anschlußbuchse für die Kamera verfügt.

Ergänzt wird die Kameraleistung durch ein 3fach optisches EBC Fujinon Zoom-objektiv. Weitere Features sind verschiedene Belichtungsprogramme, zu denen diverse Programmautomatiken, Blenden- und Zeitvorwahl sowie die manuelle Einstellung für Zeit-/Blendenkombination zählen.

Optimierte Videoqualität

Neben der Aufnahme von perfekten Fotos bietet die FinePix F601 Zoom eine Reihe von Multimediafähigkeiten. So erweitert der neue Super CCD Sensor auch ihre Videoaufnahme-Funktion. Durch die erstmalig eingesetzte „Pixel Mixing Technik“, die vorhandene Pixel in horizontaler und vertikaler Richtung nutzt, sind Bildfolgen in erhöhter Geschwindigkeit von 15 Bildern pro Sekunde in VGA-Qualität möglich. Als Audio-Aufnahmegerät kann sie beim Einsatz einer 16 MB-SmartMedia-Karte bis zu 33 Minuten lange Tonaufnahmen speichern. Darüber hinaus kann die Kamera auch als Webcam eingesetzt werden. Das zum Lieferumfang zählende USB-Kabel sorgt dabei für eine schnelle Datenübertragung. Zu der Kamera ist optional eine Docking-Station erhältlich, die für eine optimale Nutzung der Audio- und Videoschnittstellen sorgt und über die die Batterien aufgeladen werden können. Die FinePix F601 Zoom wird voraussichtlich ab April lieferbar sein. Sie hat eine unverbindliche Preisempfehlung von 769 Euro.

FinePix S602 Zoom

Mit der FinePix S602 Zoom stellt Fujifilm eine verbesserte Weiterentwicklung der FinePix 6900 Zoom vor. Die Digitalkamera im griffigen Spiegelreflex-Design bietet dem ambitionierten Fotografen zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten, die dem Profi-Segment entlehnt wurden. Für ihre Auflösungsleistung ist wie bei der FinePix F601 Zoom der Super CCD der dritten Generation mit 3,1 Millionen effektiven Bildpunkten verantwortlich. Die damit zu erzielende höchste Auflösung beträgt 2.832 x 2.128 Pixel. Kombiniert wurde die hohe Auflösungsleistung der Kamera mit einem Super EBC Fujinon 6fach Zoom-Objektiv, das im Vergleich zum Kleinbildformat eine Brennweite von 35 bis 210 mm bietet. Auch in der Wahl des Speichermediums zeigt die

Kamera Flexibilität. So lassen sich die Bilddaten wahlweise auf SmartMedia-, Compact-Flash-Karten oder dem IBM-Microdrive ablegen.

Auch bei der FinePix S602 Zoom kommen die Fujifilm-Verfahren „Noise Reduction Technology“ und „Pixel Data Coupling Technology“ zum tragen, so daß sie mit ISO-Werten von bis zu 1600 selbst schwierigen Aufnahmesituationen wie Aufnahmen ohne Blitz, Action Shots und bewegten Motiven gewachsen ist. Zu den fotografischen Features der Kamera zählt ein hochentwickelter Autofokus-Sensor, der für Bilder mit einer hohen Schärfe sorgt. Wie bei einer analogen Spiegelreflexkamera verfügt auch die FinePix S602 Zoom über zahlreiche manuelle Einstellmöglichkeiten. Belichtungszeiten, Blenden- und Scharfeinstellung sowie Weißabgleich lassen sich individuell steuern. Darüber hinaus stellt sie eine Vollautomatik-Funktion mit intelligenter Technik sowie diverse Belichtungsprogramme zur Verfügung. Weitere fotografische Gestaltungsmittel sind Verschlusszeiten, die von 3 bis zu 1/2000 Sekunde im Automatik-Modus sowie von 15 bis zu 1/10.000 Sekunde im manuellen Modus variiert werden können. Der elektronische Sucher mit einer gegenüber der FinePix 6900 Zoom weiter erhöhten Auflösung von 180.000 Pixeln liefert eine klare Sicht auf die Motive.



Vom Einsatz des Super CCDs der dritten Generation verspricht die FinePix S602 eine weiter verbesserte Bildqualität, eine extrem hohe Lichtempfindlichkeit und verbesserte Features für die Aufnahme von Videosequenzen.

Herausragende Serienbildfunktion

Hervorzuheben ist auch bei dieser Kamera die Serienbildfunktion, mit der sich im 1.280 x 960 Pixel-Modus 1,8 Bilder pro Sekunde bei bis zu 40 Bildern in Folge und in jedem anderen Modus fünf Bilder pro Sekunde aufnehmen lassen. Zusätzlich steht ein weiterer Modus zur Verfügung, der unbegrenzt in schneller Folge Bilder aufnimmt, solange der Auslöser gedrückt bleibt. Dabei werden jeweils die letzten fünf Bilder gespeichert. Zu den Fotos können Sprachnotizen von bis zu dreißig Sekunden Länge pro Aufnahme gespeichert werden. Die Aufzeichnung von Video-Sequenzen ist bei der FinePix S602 Zoom dank der Pixel-Mixing-Technik sogar mit einer Verarbeitungsgeschwindigkeit von



Übersichtlich positionierte Bedienelemente und ein elektronischer Sucher mit einer Auflösung von 180.000 Pixeln vereinfachen die Bedienung der FinePix S602 Zoom.

Auf dem Body der Nikon F 80 basiert die digitale Spiegelreflexkamera FinePix S2 Pro von Fujifilm.

bis zu 30 Aufnahmen pro Sekunde in VGA-Qualität möglich. Die FinePix S602 wird ab Juni ausgeliefert. Ihr unverbindlich empfohlener Verkaufspreis wird nach Angaben von Fujifilm voraussichtlich unter 1.000 Euro liegen.



Digitale Profikamera

Für professionelle Fotografen stellt Fujifilm die auf dem Nikon F 80-Body basierende FinePix S2 Pro vor. Das Nachfolgemodell der FinePix S1 Pro ist mit dem neuen Super CCD ausgestattet, der mit 6,17 Millionen effektiven Pixeln Bildauflösungen von 4.256 x 2.848 Pixeln möglich macht. Dieser Wert entspricht einer Ausgabedatei von 12,1 Millionen Bildpunkten. Profifotografen, die mit einer analogen Nikon-Ausrüstung arbeiten, können ihre AF Nikkor Objektive vom Typ D oder G auch mit der FinePix S2 Pro einsetzen. In der Wahl des Speicherformats stellt die Kamera dem Fotografen verschiedene Optionen zur Verfügung. So können die Bilder als CCD-Raw-Dateien ausgegeben werden, bei denen die internen Algorithmen der Bildverarbeitung umgangen werden können. Zudem können die Fotos auch als TIFF-RGB oder als JPEG in den Komprimierungsstufen Fine oder Normal abgespeichert werden.

Fotografische Vielfalt

Die Profikamera bietet sowohl vielfältige manuelle Wahlmöglichkeiten als auch eine Reihe von Programmautomatiken, unter denen die Anwender wählen können. Bei den Verschlusszeiten stehen Optionen zwischen 30 Sekunden und 1/4.000 Sekunde, bei der Empfindlichkeit Werte zwischen ISO 100 und 1600 zur Auswahl, so daß Aufnahmen selbst unter schwierigen

Lichtverhältnissen gelingen.

Bei der Belichtungssteuerung stehen neben der Programmautomatik die Blenden- und Zeitvorwahl sowie die manuell einstellbare Zeit-/Blendenkombination zur Verfügung.

Der Weißabgleich kann über neun verschiedene Einstellungen, darunter drei Einstellungen für Kunstlicht sowie zwei programmierbare Einstellungen, ausgewählt werden.

Weitere Ausstattungsmerkmale sind neben einem integrierten Blitz ein zusätzlicher Blitzschuh für den Anschluß eines externen Blitzgerätes und ein 1,8 Zoll großer TFT-Monitor mit rund 117.000 Pixeln, der auch eine Histogramm-Funktion bietet.

Für die Wiedergabe der Bilder stehen die Optionen Einzelbild, Vierer- beziehungsweise Neunerbild oder die vergrößerte Bildwiedergabe zur Verfügung.

Mit Hilfe der Serienbildfunktion bringt es die FinePix S2 Pro auf zwei Bilder in der Sekunde bei bis zu sieben Bildern maximal.

Für Selbstauslöser-Aufnahmen stehen dem Fotografen vier Auslösungszeiten zwischen zwei und zwanzig Sekunden zur Auswahl.

Sprachnotizen

Beim Einsatz eines IBM-Microdrive für die Speicherung der Bilder kann die S2 Pro je nach gewähltem Dateiformat zwischen 29 und 469 Bilder aufnehmen. Praktisch ist bei so vielen Aufnahmen die Funktion für Sprachnotizen, mit der jedem Bild bis zu 30 Sekunden lange Mitteilungen hinzugefügt werden können.

Für die rasche Übertragung der Bilddaten zum PC ist die Kamera sowohl mit einer USB- als auch einer FireWire-Schnittstelle ausgerüstet.

Mit ihrem Ausstattungspotential eignet sich die Profi-Digitalkamera gleichermaßen für den Einsatz im Studio als auch für Außenaufnahmen. Der Super CCD der dritten Generation verspricht eine Bildqualität, wie sie sich Profifotografen wünschen. Das fotografische Potential der Kamera mit zahlreichen individuell beeinflussbaren Funktionen und Automatikprogrammen gewährleistet ein hohes kreatives Potential, mit dem die Anwender für alle Aufnahmesituationen gewappnet sind. *höl*

Der 1,8 Zoll große TFT-Monitor der Profikamera ist mit 117.000 Bildpunkten ausgestattet und bietet zusätzlich eine Histogramm-Funktion.



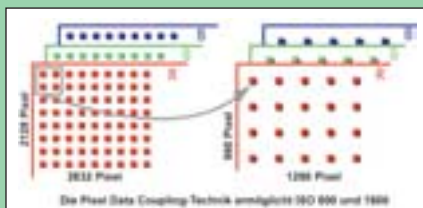
Interview mit Kazuhiko Takemura, Chefentwickler Super CCD bei Fuji Photo Film Tokio

„Digitalkameras für den Massenmarkt“

Zu den herausragenden Eigenschaften des von Fujifilm aktuell vorgestellten Super-CCD der dritten Generation zählen eine erhöhte Lichtempfindlichkeit und eine verbesserte Leistung bei Videoaufnahmen. imaging+foto-contact sprach mit dem japanischen Chefentwickler für den Super CCD, Kazuhiko Takemura von Fuji Photo Film, Tokio, darüber, wie diese Verbesserungen erreicht werden konnten.

imaging+foto-contact: Herr Takemura, die neuen Digitalkameras von Fujifilm warten mit extrem hohen Empfindlichkeiten bis zu einem Wert von ISO 1.600 auf. Wodurch wurde das möglich?

Takemura: Charakteristisch für den Super CCD von Fujifilm sind die Form und die achteckige Anordnung seiner Foto-



Mit Hilfe des Fujifilm Pixel Data Coupling-Verfahrens können Empfindlichkeiten von ISO 800 und 1600 eingesetzt werden.

dioden. Durch diese verfügt jeder einzelne Bildpunkt des Sensors über eine erhöhte Aufnahmekapazität für Bildinformationen. Die so gesteigerte Empfindlichkeit und die spezifischere Informationsaufnahme führen zu einer verbesserten Bildqualität. Beim Super CCD der dritten Generation ist es uns durch die Kombination des Sensorelements mit einem neuartigen LSI (Signalprozessor) gelungen, die

Empfindlichkeit gegenüber den Vorgängermodellen noch einmal spürbar zu steigern.

imaging+foto-contact: Eine höhere Empfindlichkeit ist in der Digitalfotografie stets mit der Gefahr des erhöhten Bildrauschens verbunden. Wie haben Sie dieses Problem in den Griff bekommen?

Takemura: Durch den Einsatz eines neuen Verfahrens der „Noise Reduction Technology“, bei der über die interne Signalverarbeitung des LSI Lumineszenz und Chroma der aufgenommenen Bilddaten für eine Rauschunterdrückung genutzt werden. Darüber hinaus ermöglicht die neuentwickelte Signalsteuerung den Einsatz der von uns entwickelten Pixel Data Coupling-Technik. Bei diesem Verfahren sorgt ein neu entwickelter Algorithmus dafür, daß die Informationen aus einer Gruppe von vier aneinander grenzenden Pixeln (Modus 2.832 x 2.128 Pixel) zu einem einzigen Pixel (Modus 1.280 x 960 Pixel) zusammengefaßt werden. Hierdurch lassen sich mit der Auflösung von 1.280 x 960 Pixeln die hohen Empfindlichkeiten von ISO 800 und 1.600 erreichen.

imaging+foto-contact: Warum halten Sie einen großen Empfindlichkeitsspielraum für so wichtig?

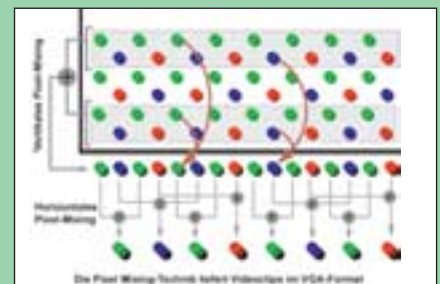
Takemura: Unser Ziel ist es, Digitalkameras zu entwickeln, die einen breiten Massenmarkt ansprechen. Die Möglichkeit, zwischen einem großen Spektrum an Lichtempfindlichkeiten wählen zu können, bedeutet auch, daß die Kameras nahezu allen Aufnahmesituationen gewachsen sind. Hinzu kommt die hohe Auflösungsleistung (bei der F601 und S602 mit Bilddateien in einer Größe von über 6 Millionen Bildpunkten) der Kameras, die in Kombination mit dem neuen



Signalprozessor mit leistungsstarken Algorithmen für eine optimale Qualität der Aufnahmen sorgen. Unser Hauptaugenmerk liegt also nicht auf der Steigerung der Auflösung, sondern wir optimieren die Gesamtbildeigenschaften.

imaging+foto-contact: Die neuen FinePix-Modelle bieten eine Videoqualität in VGA-Qualität. Wie haben Sie das erreicht?

Takemura: Durch den Einsatz der von uns entwickelten „Pixel Mixing Technik“, bei der im Gegensatz zu unseren Mitbewerbern nicht nur die Informationen zweier Pixel aus der Vertikalen



Die Pixel-Mixing-Technik von Fujifilm ermöglicht Videoaufnahmen in einer für Digitalkameras ungewöhnlich hohen Qualität.

zu einem neuen Pixel zusammengefaßt werden, sondern zusätzlich die Informationen zweier neu geschaffener Pixel in horizontaler Richtung zu einem einzigen Pixel vereint werden. So wird eine schnelle Bildfolge von 15 fps bei der F601 und von 30 fps bei der S602 erreicht. Das Ergebnis sind Videos, die so gut sind, daß ich sie als „Movie-Foto-Qualität“ bezeichne.

Herr Takemura, vielen Dank für das Gespräch!

Vier gewinnt:

Panasonic-Digitaltechnik kombiniert mit Leica-Optik

LUMIX-DIGITAL-KAMERA-SERIE



Lumix DMC-LC5

Bereits Mitte letzten Jahres hatten Matsushita Electric Industrial, bei uns vor allen durch Produkte der Marke Panasonic bekannt, und die Leica Camera AG ihre Zusammenarbeit bekanntgegeben. Panasonic stellt nun mit der Digitalkamera-Serie „Lumix“ das Ergebnis dieser Kooperation vor: Vier neue Digitalkameras, die die innovative Digitaltechnik Panasonics mit der weltweit renommierten Optiktechnologie des Solmsers Traditions-Unternehmens Leica verbinden.

An der Spitze der neuen Panasonic-Digitalkameraserie stehen die 4-Megapixel-Kameras Lumix DMC-LC5 und Lumix DMC-LC40. Sie liefern Bilder in einer maximalen Auflösung von 2.240 x 1.680 Pixeln. Das in den Kameras eingesetzte DC Vario-Summicon-Objektiv steht in der Tradition der unter Profifotografen geschätzten Leica-Summicon-Objektivserie. Es verfügt über eine Lichtstärke von F2,0 und bietet ein dreifach optisches Zoom mit einer Brennweite von 35 bis 105 Millimetern im Vergleich zum Kleinbildformat. Durch das zweifache digitale Zoom läßt sich der Zoombereich auf das Sechsfache erweitern.

Die Kameras können in der Makrofunktion Aufnahmen mit nur sechs Zentimetern Abstand zum Motiv bewältigen. Das Leica-Objektiv mit mehrfach vergüteter und zwei asphärischen Linsen sorgt in Kombination mit dem empfindlichen CCD, einem Sekundär-Farbfiler und einem neuen Farbprozessor für eine optimale Farbverarbeitung und scharfe Bilder.

Mit Hilfe des Multitask Image Processing-Verfahrens können Serienaufnahmen von bis zu acht Bildern mit einer Geschwindigkeit von bis zu vier Bildern pro Sekunde aufgenommen werden. Über die Autobracketing-Funktion und die Focus Bracket-Funktion besteht die Möglichkeit,

automatische Belichtungsreihen zu erstellen.

Die LC5 und die LC40 eignen sich aber nicht nur für die Aufnahme von Fotos, sondern können auch Videosequenzen im Quicktime-Format aufnehmen. Auf das von Panasonic entwickelte Speichermedium SD Card passen bei einer Kapazität von 512 MB bis zu 48 Minuten Film mit Ton.

Unterschiede zwischen den beiden Kameras gibt es vor allem

im Design. Während das Spitzenmodell LC5 über ein Gehäuse mit Magnesiumlegierung verfügt, ist die LC40 mit einem Metallgehäuse ausgestattet. Der Monitor der LC5 hat eine Größe von 2,5 Zoll, der der LC40 von 1,8 Zoll.

Neben einer Vollautomatik stehen bei beiden Kameras verschiedene Automatikprogramme für unterschiedliche Motive zur Verfügung. Parameter wie Schärfe, Belichtungszeit, Blende, Weißabgleich sowie ISO-Empfindlichkeit lassen sich sowohl durch die Kameraautomatik regeln als auch manuell beeinflussen. Für die Belichtungsmessung stehen dem Anwender als Alternativen Spot- oder eine multiple Meßmethode zur Auswahl.

Der integrierte Blitz mit verschiedenen Modi wird neben der Steuerung über einen konventionellen Sensor auch über eine digitale Kontrolle gesteuert, die ihre Informationen direkt vom CCD erhält. Die LC5 verfügt zusätzlich über einen externen Blitzschuh.

Eine Kompensation von Gegenlicht ist bei beiden Kameras in 0,25-EV-Stufen von -2 bis +2 EV möglich. Für die Wiedergabe der Fotos bieten sie die Modi: 9-Images Multi-Playback, Slide Show, Playback Zoom mit 16facher Vergrößerung sowie für die kurzfristige Betrachtung eine Review-Funktion mit achtfacher Vergrößerung.

Die Lumix DMC-LC5 ist ab März, die DMC-LC40 ab April lieferbar. Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 999 Euro (LC5) beziehungsweise 799 Euro (LC40).

Das Designer-Modell unter den neuen Kameras von Panasonic ist die im



Ein 4-Megapixel-CCD und eine hochwertige Leica-Optik bietet die kompakt gestaltete Lumix DMC-LC40.

Aluminium-Gehäuse gestaltete Lumix DMC-F7. Die kompakte Kamera wiegt lediglich 150 Gramm und wurde mit einem hochwertigen Leica DC Vario-Elmarit-Objektiv mit einer Lichtstärke von F 2,8 ausgestattet. Das Zweifach-Zoomobjektiv stellt eine Brennweite von 35 bis 70 mm (equivalent zum Kleinbildformat) zur Verfügung.

Wie alle neu vorgestellten Panasonic-Digitalkameras bietet auch die F7 eine besonders schnelle Reaktionszeit, die durch den Ersatz der zeitraubenden sequentiellen Signalverarbeitung durch eine schnelle parallele möglich wurde. Dank dieser verkürzten Wartezeit zwischen dem Auslösen und der Erstellung des Bildes reagiert die F7 bei Schnappschüssen besonders schnell und nimmt Bildserien mit bis zu vier Bildern pro Sekunde in maximaler Auflösung auf. Digitales Herzstück der Kamera ist ein 2-Megapixel-CCD mit Primär-FarbfILTER, der Bilder in einer maximalen Auflösung von 1.600 x 1.200 Pixeln erzeugt.



An designorientierte Anwender wendet sich die in einem besonders schmalen Aluminium-Gehäuse gestaltete 2 Megapixelkamera Lumix DMC-F7.

Videosequenzen können mit der Kamera in einer Länge von bis zu 20 Sekunden in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln (Quicktime-Format) aufgenommen werden. Die elegante Kamera bietet wie die LC5 und die LC40 zahlreiche Parameter, die sowohl manuell als auch automatisch beeinflusst werden können. So lässt sich zwischen manuell gesteuerter Aufnahme und Automatik wählen. Darüber hinaus stehen im AE-Modus abhängig vom gewählten Motiv verschiedene Automaten zur Verfügung. Zusätzlich können Weißabgleich und ISO-Einstellung individuell oder durch die Automatik festgelegt werden. Der Makro-Modus erlaubt Nahaufnahmen ab einer Entfernung von 10 Zentimetern. Weiteren kreativen Gestal-

Philipp Heintzenberg, Produkt Manager, Camcorder/Digital-kameras bei der Panasonic Deutschland GmbH, kommentiert die Einführung der Lumix-Digitalkamera-Reihe wie folgt:



Auslösen und Fokussieren und Sie können fotografieren, so schnell Sie wollen. Damit bieten wir engagierten Fotografen ganz neue Möglichkeiten und die bestmögliche Mischung aus Optik und Elektronik.“

„Mit der Kombination aus Leica Optik und Panasonic Digitaltechnologie haben wir Kameras geschaffen, die den höchsten Ansprüchen gerecht werden. Alle Panasonic Lumix Kameras sind mit Leica Objektiven ausgestattet, die exklusiv für diese digitalen Kameras entwickelt wurden. Darüber hinaus haben wir ganz neue CCD's entwickelt und die Bedienung deutlich verbessert. Bei Lumix gibt es keine Verzögerung beim

tungsfreiraum bietet die Kamera durch Digital-Effekte wie Schwarzweiß, Sepia oder Negativ.

Betrachtet werden können die Bilder der F7 wahlweise im 9-Image-Multi

Playback, als Slideshow oder über den Playback Zoom in zwei- und vierfacher Größe. Sie ist ab März lieferbar und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 499 Euro.

Auch das Einstiegermodell der Panasonic-Digitalkamerareihe,

die DMC-LC20, ist bereits mit einem Leica DC Vario-Elmarit-Objektiv ausgestattet. Das Dreifachzoom bietet eine Brennweite entsprechend dem Kleinbildformat von 35 bis 105 Millimetern. Ergänzt wird diese Leistung durch ein zweifaches Digitalzoom.

In der Serienbildfunktion nimmt die Kamera bis zu fünf Bilder pro Sekunde in maximaler Auflösung auf.

Ihre höchste wählbare Bildauflösung liegt bei 1.600 x 1.200 Pixeln. In der Videofunktion können bis zu 20 Sekunden lange Mini-Movies in einer Auflösung von 320 x 240 Pixeln gefilmt werden.

Auch diese Kamera kann sowohl manuell als auch über diverse Automatikprogramme bedient werden.

Das Blitzsystem verfügt über eine digitale Kontrolle, die auch im Dunkeln Aufnahmen aus direkter Nähe von bis zu 10 Zentimetern erlaubt. Das Einstiegermodell ist ab April im Handel erhältlich und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 399 Euro.

Für die Energieversorgung sorgen bei der LC20 Nickel-Hydrogen-Akkus, die bei Bedarf auch durch einfache Alkaline-Batterien ersetzt werden können, bei allen übrigen Modellen liefern energiesparende Lithium-Ion-Akkus den Strom.

Alle Kameras der Lumix-Serie werden mit einem kompletten Softwarepaket für die Übertragung und die Bearbeitung der digitalen Bilder ausgeliefert. höl



Über eine hochwertige Ausstattung und Leica-Objektiv verfügt bereits das Einstiegermodell, die Lumix DMC-LC20.



Sony Mavica mit Memory Stick
und Fotodrucker im Mini-Format:

Einfach und schnell zu digitalen Bildern

Mit der MVC-FD200 stellt Sony die neueste Generation der Mavica-Diskettenfamilie vor. Neben der obligatorischen Speicherung auf Disketten kann die Kamera ihre Aufnahmen zusätzlich auf einem Memory Stick speichern, so daß sie auch größere Bild-datenmengen mühelos bewältigt. Mit dem DPP-MP1 stellt das Unternehmen einen extrem kleinen Fotodrucker vor.

Über den zusätzlichen Memory Stick-Speicherslot der Mavica MVC-FD200 kann das von Sony favorisierte und entwickelte Speichermedium, das zur Zeit mit Kapazitäten von bis 128 MB angeboten wird, eingesetzt werden.

Der 2,1 Megapixel Super-HAD-CCD und das 3fach optische Zoom (sechsfach digital) garantieren hochwertige Bilder und den richtigen Ausschnitt. Die maximale Bildauflösung der Kamera beträgt 1.600 x 1.200 Pixel.

Mit einem Gewicht von 520 Gramm ist die neue Mavica zwar ein wenig leichter als ihr Vorgängermodell (MVC-FD92), bietet aber ansonsten die bewährten Ausstattungsmerkmale der Disketten-Kameras. Der LC-Farbmonitor mit einer Bilddiagonale von 6,35 Zentimetern und 123.000 Pixeln ermöglicht eine genaue Bildkontrolle der Motive. Der Transfer zum Computer und die Archivierung der Bilder sind durch die 3,5 Zoll-Diskette einfach

zu handhaben. Über eine USB-Schnittstelle oder den Memory Stick direkt

können auch größere Datenmengen schnell und bequem an den Computer übertragen werden.

Neben der Aufnahme von Fotos kann die MVC-FD200 auch für die Aufzeichnung von bis zu 60 Sekunden langen MPEG-Videos (8,3 Bilder pro Sekunde) eingesetzt werden.

Zum Lieferumfang der Mavica MVC-FD200 zählen der Ladeadapter und der Lithium-Ionen-Akku NP-F330 sowie die Bildbearbeitungssoftware MGI PhotoSuite, MGI VideoWave und ein USB-Treiber. Zum Anschluß an ein Fernsehgerät wurde ein AV-Kabel hinzugefügt. Die Kamera ist seit Februar 2002 lieferbar und hat einen unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 799 Euro.

Fotodrucker

Mit dem im Hosentaschenformat gestalteten Fotodrucker DPP-MP1 lassen sich digitale Bilder direkt an Ort und Stelle ausdrucken und beispielsweise auf Partys gleich weiterverschenken. Der ultrakompakte Drucker ist der ideale Begleiter für unterwegs und wiegt mit Batterien gerade mal 450 Gramm.

Die Bilder, von denen ein Ausdruck gewünscht wird, können direkt vom Speichermedium Memory Stick gedruckt werden. Alternativ ist es auch möglich, mit Hilfe von DPOF (Digital Print Order Format) direkt in der Kamera auszuwählen, welche Aufnahmen

zum Druck kommen sollen. Nachdem der Memory Stick in den Drucker gesteckt wurde, braucht man nur den DPOF-Knopf zu drücken, und alle ausgewählten Fotos werden ausgedruckt. Über einen integrierten USB-Anschluß kann der „Druck-Winzling“ auch an jeden Computer mit entsprechender Schnittstelle angeschlossen werden.

Der DPP-MP1 kann über ein externes Netzteil oder mit Nickel-Metallhydrid-Akkus (NiMH) betrieben werden. Für den Akku-Betrieb ist das optional erhältliche Batteriefach notwendig, das in einem Kit zusammen mit vier NiMH-Akkus und Schnellladegerät für 119 Euro angeboten wird. Mit vier NiMH-Akkus lassen sich mindestens 24 Fotos drucken. Das optionale Papier im For-



Fotodrucker im MiniFormat: Mit dem DPP-MP1 können auch unterwegs randlose Ausdrücke im Kreditkartenformat gemacht werden.

mat 10,5 x 5 cm, von dem ein Paket mit 24 Blatt im Lieferumfang enthalten ist, kostet 29 Euro. Der Fotodrucker ist seit Ende Februar lieferbar und hat einen empfohlenen Verkaufspreis von 449 Euro. höl

MV500 Digital Camcorder-Serie von Canon

Canon präsentiert mit der neuen MV500-Serie vier kompakt gebaute Camcorder für Videofilmer, die ihre Aufnahmen in digitalen Bildern festhalten möchten. Einsteiger haben die Wahl zwischen dem MV500 und MV500i, der anspruchsvolle Hobbyfilmer wird sich zwischen dem MV530i oder dem Topmodell MV550i entscheiden.

Mit einer Größe von 58 x 99 x 144 mm Größe (B x H x T) und einem Gewicht von 530 Gramm liegen die Camcorder gut in der Hand.



Möglich wurde die kompakte Bauweise durch den Einsatz eines kleinen CCD-Chips mit einer Diagonalen von 1/6" und 540.000 Pixeln.

Unterstützt wird die Auflösungsleistung des CCDs durch ein auf den Bildwandler abgestimmtes Objektiv. Die Modelle MV500, MV500i und MV530i bieten ein 18faches Zoom (360fach digital), das Topmodell MV550i sogar einen 22fachen Zoombereich (440fach digital). Für eine weitgehende Neutralisierung von Verwacklungsunschärfen sorgt ein elektronischer Bildstabilisator. Kreativen Spielraum bieten umfangreiche Digitaleffekte. Die Camcorder sind mit vielfältigen Belichtungsprogrammen ausgestattet, die stets für eine der jeweiligen Aufnahmesituation angemessene Belichtung der Aufnahmen sorgen. Über den zuschaltbaren Nachtmodus können selbst bei schwachen Lichtverhältnissen gute Aufnahmen erzielt werden.

Über die integrierte Fotofunktion besteht die Möglichkeit, Fotos auch während der Filmaufnahmen auszulösen und auf der DV-Kassette abzuspeichern. Die Modelle MV530i und MV550i sind zusätzlich mit einem Steckplatz für MultiMedia-Karten (8 MB-Karte im Lieferumfang) ausgestattet, so daß Fotos auf dieses Medium abgespeichert werden können. Die Aufnahmequalität der Standbilder bietet dank der „progressive photo function“ eine bessere Schärfe und gewährleistet für die im Vollbildmodus aufgezeichneten Fotos eine höhere Qualität beim späteren Ausdruck. Zum Lieferumfang der beiden Camcorder gehört das PC-Connection Kit, bestehend aus Software und USB-Kabel für den direkten Transfer der auf der Speicherkarte abgelegten Bilddaten zum Computer. Die Modelle MV500i, MV530i und MV550i sind neben einem digitalen Eingang auch mit einem analogen Eingang ausgestattet. Eine FireWire-Schnittstelle (IEEE 1394) ermöglicht den schnellen Transfer der Bilddaten zum PC.

Das Topmodell MV550i bietet neben dem etablierten Standard-Aufzeichnungsverfahren mit Standard Play (SP) und Long-Play (LP) die Möglichkeit, die Aufnahmezeit mit einer wahlweise zuschaltbaren Datenkompression zu verdreifachen. Die Camcorder der MV500 Serie kosten zwischen 799 und 1.199 Euro und sind ab April 2002 (MV550i ab März 02) lieferbar.

Ihre Partner für Foto und Digital Imaging!

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
e-mail: info@hansephot.de • www.hansephot.de

Kleffel + Aye (GmbH & Co.)

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

Photo Universal Kleiber GmbH & Co. KG

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

Carl Wöltje GmbH & Co. KG

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

Ihre Fachberater für den Einkauf in 2002



Durst Sigma Scanner für professionellen Input High-End in High-Speed

Nach dem großen Erfolg mit dem High-End Ausgabegerät Lambda stellt Durst nun auch auf der Eingabeseite eine professionelle Lösung vor: die Scanstation Sigma – ein universeller Scanarbeitsplatz, der speziell für hohe Scanaufkommen und große Datenmengen konzipiert wurde. Der Vertrieb liegt wieder in den bewährten Händen von PSL Photosysteme, Ahrensburg.



Stolz auf den neuen Scanner (von links): Uwe Moebus (Geschäftsführer PSL), Helmuth Munter (Produktmanager Durst Phototechnik) und Matthias Hübener (Geschäftsführer Tetenal).

Foto: Jürgen Günther

Der universelle High-Speed Filmscanner mit der Bezeichnung „Sigma“ ist ausgelegt für die hohen Anforderungen im Fotofinishing- und Fachlabor. Er fertigt hochwertige Scans von allen Filmvorlagen bis zum Format 4x5 inch an, ganz gleich ob Dia oder Negativ, Schwarzweiß- oder Color.

Ausgestattet ist der Sigma mit einer leistungstarken Dual-Pentium III Workstation, einem RGB-10.500 Pixel Zeilen-sensor für die Bilddatenerfassung und einer universellen, vollautomatischen Filmbühne mit Spannmasken für die vollautomatische Verarbeitung von Filmrollen sowie für Einzel-Negative und gerahmte Dias. Die Filmsteg-Erkennung zur präzisen Positionierung, eine automatische DX-Code Erkennung für Kleinbild-Filme und das automatische Spannsystem der Filme ermöglichen eine effiziente, vollautomatische Produktion qualitativ hochwertiger Scans von ungeschnittenen Filmrollen in den Formaten APS, 135 und 120.



Zum Scannen einer 4 x 5 inch Vorlage in einer hochauflösenden Datei von 322 MB werden nur etwa 34 Sekunden benötigt. Kleinere Vorlagen und niedrigere Auflösungen sind bereits nach 3,5 bis 17 Sekunden abgearbeitet. Wie die beiden Bildbeispiele einer 4 x 5" (links) bzw. 6 x 6 cm (oben) Vorlage zeigen, braucht die Qualität der Scans keinen Vergleich zu scheuen.

Schnelle und einfache Bedienung

Die anwenderorientierte Software beinhaltet mehrere praxisbezogene Scan-Funktionen: Scan-to-Print, Scan-to-File, Preview/Scan-to-Print, automatische Korrektur von Farbe, Dichte, Bildkontrast und Farbsättigung sowie stufenlose Bildausschnitte. Die Preview-Bilder eines gesamten Films werden am Farbmonitor des Sigma für eine bessere Beurteilung einzeln vergrößert dargestellt, um individuelle Korrekturen durchzuführen oder den geeigneten Bildausschnitt wählen zu können etc. Eine integrierte, beiden Filmseiten zugeführte Druckluft und eine spezielle „Auto-Dust-Removal“ Software sorgen für staub- und kratzerfreie Scans, die nachträgliche zeitaufwendige Retuschen vermeiden.

Mit High-Speed zu High-Quality-Scans

Im High-End-Bereich setzt der Sigma neue Maßstäbe. Ganze 34 Sekunden benötigt er für den größtmöglichen Scan von einer 4 x 5 inch Vorlage in eine hochauflösende 322 MB Datei. Kleinere Vorlagen und niedrigere Auflösungen erfordern zwischen 3,5 und 17 Sekunden. Der Scanner produziert je nach gewählter Auflösung Dateigrößen von 3 MB mit niedriger Auflösung bis hin zu

Dateigrößen von 322 MB mit höchster Auflösung. Die gescannten Bilddaten können in diverse Dateiformate konvertiert werden (z.B. TIFF, JPEG, BMP, PPM), was die Weiterverarbeitung bzw. direkte Ausgabe auf unterschiedliche Ausgabegeräte ermöglicht.

Sigma unterstützt die Durst Autopooling Software mit Durst ASCII Datei und ermöglicht dadurch einen völlig automatischen Datenfluß und Produktionsablauf mit Durst Theta Laser Lab und der gesamten Produktreihe der Durst Lambda Laser Printer.

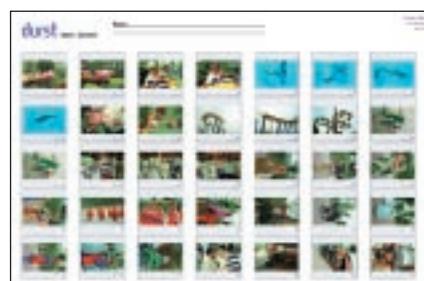
Erster Einsatz in München

Als weltweit erstes Unternehmen erhielt das renommierte Münchener Fotofachlabor Reger Studios den Durst High-Speed Filmscanner. Frank Reger, Geschäftsführer der Reger Studios,

über seine neue Investition: „Eine wahre Scanner-Revolution. Mit dem neuen Sigma können wir künftig noch mehr Filme digitalisieren. Dabei rechnen wir derzeit mit rund 500 Scans pro Woche, abhängig von Vorlage, Qualität und Größe. Dieser Service kommt vor allem Bildagenturen, Bildarchiven, Industrie, Marketingabteilungen und Fotografen zugute, die große Volumen kurzfristig, hochauflösend und in Spitzenqualität benötigen.“

Qualität hat ihren Preis

Natürlich hat ein derartiger Spitzen-scanner seinen Preis. Etwa 62.000 Euro muß man für den kompletten Arbeitsplatz investieren, aber in Anbetracht der Spitzenleistung, die dieses Gerät aufweist, dürften sich die Investitionskosten schnell amortisieren. JG



Per Knopfdruck lassen sich von den gescannten Bildern Kontaktbogen/Indexprints in jeder Größe anfertigen. Die Größe der Indexbilder und deren Anordnung berechnet der Scanner automatisch.



Sanyo-Digitalkamera VPC-AZ1 bei Jobo im Vertrieb

Sensor dreht Portraits ins Hochformat

Mit dem Angebot von Sanyo-Digitalkameras vervollständigt die Jobo Labortechnik GmbH ihr Produktportfolio rund um die digitale Fotografie. Bei ihrem Besuch in der Redaktion von imaging+foto-contact stellten Geschäftsführer Johannes Bockemühl und sein Sohn Johannes Bockemühl-Simon, Vertriebs- und Marketingleitung bei Jobo, die neue 4-Megapixel Digitalkamera Sanyo VPC-AZ1 vor.

Die Auflösungsleistung der mit einem CCD-Chip mit 4.130.000 Pixeln ausgestatteten Digitalkamera läßt sich bei

Bedarf von vier Megapixeln auf bis zu acht Millionen Pixel steigern. Hierbei kommt das von Sanyo entwickelte „Smooth Resolution Raise-up“-Interpolationsverfahren zum Einsatz.

Eine Weltneuheit ist laut Aussage von Johannes Bockemühl-Simon die Fähigkeit der Kamera, mittels eines Portrait-sensors querformatig fotografierte Portraits erkennen zu können. Diese werden automatisch ins Hochformat gedreht und können so auf dem LC-Display der Kamera mit einer Auflösung von 110.000 Bildpunkten, dem PC oder dem Fernsehgerät wiedergegeben werden.

Bei dem Objektiv der VPC-AZ1 handelt es sich um ein hochwertiges 2,8fach



Zoomobjektiv (11fach digital) aus dem Hause Canon, das eine Brennweite im Vergleich zum Kleinbildformat von 35 bis 98 mm bei einer Lichtstärke von F2,8 bis 4,8 bietet.

Zur fotografischen Standardausstattung zählen eine Matrixmessung mit 256 Feldern, sowohl automatisch voreingestellte als auch individuell beeinflussbare Belichtungssteuerungen (Programmautomatik, Motivprogramme, Zeit- und Blendenaomatik, manuelle Belichtungssteuerung, automatische Belichtungsreihen, manuelle Belichtungskorrektur) sowie automatisch und individuell einsetzbare Lichtempfindlichkeitsstufen von ISO 100 bis 400.

Herausragend ist auch die Serienbildfunktion der Kamera mit neun Bildern pro Sekunde in der höchsten Auflösung. Videosequenzen inklusive Ton lassen sich mit ihr in einer maximalen Länge von 340 Sekunden aufzeichnen. Ton- und Bilddaten kann der Anwender wahlweise auf CompactFlashkarten Typ I und II oder auch auf dem IBM Microdrive speichern.

Allen Energieproblemen vorgebeugt wird durch den Lieferumfang der bereits erhältlichen VPC-AZ1, zu dem zwei Sätze hochwertiger NiMH-Akkus (1700 mA) und ein Schnellladegerät zählen. Darüber hinaus gehören Video-, Audio- und USB-Anschlußkabel sowie die Kamerasoftware Sanyo Photo Labo 5,4 mit zur Grundausstattung. Die unverbindliche Preisempfehlung für die mit einem edlen Metallgehäuse im Titan-Design ausgestattete Kamera beträgt 899 Euro. höl

Führungswechsel bei Jobo



Johannes Bockemühl-Simon bot bei seinem Besuch schon einmal eine Vorschau auf die Produkte, die Jobo auf der kommenden CeBIT präsentieren wird.

Nachdem sich der vormalige Vertriebs- und Marketingleiter von Jobo, Jörg Schönbeck, dazu entschlossen hatte, nach vielen Jahren guter Zusammenarbeit das Unternehmen Ende letzten Jahres zu verlassen, übernahm Bockemühl-Simon seine Position.

Neben der Präsentation der neuen Sanyo-Digitalkamera gab es noch einen weiteren Anlaß für den Besuch von Jobo in der imaging+foto-contact-Redaktion: Die Vorstellung von Johannes Bockemühl-Simon (28), der seit dem 1. Dezember 2001 die Vertriebs- und Marketingleitung der Jobo Labortechnik GmbH übernommen hat. Nach seinem BWL-Studium an der Universität Passau arbeitete Johannes Bockemühl-Simon als Key Account Manager im internationalen Vertrieb der Firma Sanyo Fisher in München. Hier war er für den Vertrieb des gesamten Unterhaltungselektronik-Line ups in Skandinavien, Baltikum und den Benelux-

- **Ständig neue Nachrichten**
- **Kostenlose Kleinanzeigen**
- **Downloads**
- **Heftarchiv**
- **der grosse foto-katalog**
- **Produktdatenbank**

www.cat-verlag.de



www.cat-verlag.de • www.foto-contact.de

www.worldofphoto.de • www.pos-mail.de

www.prepressworld.de

www.worldofprint.de • www.worldofprint.com

Minox Kompakt-Fernglas im nostalgischen Look

Minox hat sein Fernglas-Sortiment durch das neue Minox BD 6 x 20 CP erweitert. Das kompakte Porro-Fernglas besitzt eine robuste, spritzwasserdichte



Ganzkörper-Metallkonstruktion und sechsfache Vergrößerung. Die umstülpbaren Gummi-Augenmuscheln sind besonders für Brillenträger geeignet. Das Fernglas soll durch seinen nostalgischen Chrome-Look an den Glanz der 50er- und 60er-Jahre erinnern. Es hat die Abmessungen 95 x 75 x 38 mm und wiegt zirka 245 g. Das neue Mitglied der Minox-Fernoptik-Familie wird mit Trageriemen und Nylontasche ausgeliefert.

Entfernungsmeßgerät Leica LRF 1200 Rangemaster

Mit dem LRF 1200 Rangemaster hat die Leica Camera AG ein neues lasergestütztes Entfernungsmeßgerät mit stärkerem Laser vorgestellt. Die präzise



Meßleistung wird bis zu einer Reichweite von maximal 1200 Yard (1097 m) gewährleistet.

Auch unter ungünstigen Beobachtungsbedingungen wie Regen oder Dunst erzielt das neue Produkt mit siebenfacher Suchervergrößerung ziel-sichere Meßergebnisse. Durch die höhere Laserleistung erfolgt der Meßvorgang zudem schneller als beim Leica LRF 800 Rangemaster; dies ist vor allem bei bewegten Objekten von Vorteil.

Fujicolor Portrait Film NPZ 800 Professional

Fujifilm hat den neuen Porträtfilm Fujicolor Portrait Film NPZ 800 Professional vorgestellt. Der hochempfindliche (ISO 800/30°) Farbnegativfilm wurde speziell für Porträts im Freien oder im Studio konzipiert und eignet sich vor allem für die Hochzeits- und Modelfotografie. Durch die Anwendung der Vier-Farbschicht-Technologie und



der Fine-Sigma-Technologie erzielt der Film eine lebendige und sehr natürliche Hauttonwiedergabe. Darüber hinaus bietet der als Rollfilm angebotene Fujicolor Portrait Film NPZ 800 Professional einen großen Belichtungsspielraum und eine exzellente Detailzeichnung; homogene Flächen weisen ein kaum wahrnehmbares Korn auf. Der neue Film ersetzt den NHG II Professional.

Metz mecablitz 34 CS-2 digital

Nach dem Erfolg des Vorjahres wird Metz auch in 2002 wieder zusammen mit Casio auf der CeBIT vertreten sein. Auf dem Casio Messestand in Halle 1, Gang 7E, Stand 12 wird der handliche Metz mecablitz 34 CS-2 digital präsentiert, der sich sogar für Digitalkameras ohne externen Blitzkontakt eignet. Die digitale Fotografie bietet viele Vorteile: Die Ergebnisse lassen sich nicht nur via E-Mail verschicken, sondern auch per Mausklick prima nachbearbeiten. Doch



auch dafür muß erst mal die Ausgangsbasis stimmen. Nach wie vor entstehen nur dann gute Fotos, wenn das Licht ausreicht. Hierfür werden leistungsstarke Blitzgeräte benötigt. Mit dem mecablitz 34 CS-2 digital lassen sich Motive ganz einfach in ein besseres Licht rücken. Dieser extrem kleine und doch leistungsstarke Blitz (Leitzahl 34 bei ISO

100/21° und 85 mm Brennweite) bietet eine spezielle Auslöse-Verzögerung und eignet sich somit für viele Digitalkameras – sogar für Modelle ohne spezielle Blitzanschlußmöglichkeiten, die mit einem Meßvorblitz ausgestattet sind. Die Voraussetzung hierfür schafft sein eingebauter Servoblitzauslöser, der vom in die Kamera integrierten Blitz mit ausgelöst wird. Dank einer handlichen Kameraschiene läßt sich der 34 CS-2 digital auf einer Ebene mit dem Fotoapparat befestigen. Der Blitz kann jedoch auch völlig losgelöst verwendet werden. Auf seinem Slave-Standfuß fixiert ist dadurch so genanntes entfesseltes Blitzen möglich. Eine ausgezeichnete Methode für effektvolle Beleuchtungsvarianten – Seitenlicht läßt Motive beispielsweise besonders plastisch wirken. In Kombination mit einem anderen Metz-Blitz wird der 34 CS-2 digital sogar noch vielseitiger. In diesem Fall lassen sich zusätzlich zum Hauptlicht noch eine separate Hintergrundbeleuchtung oder interessante Zusatz-Lichteffekte setzen. Wobei das Metz-Blitzgerät an der Kamera den 34 CS-2 digital steuert und auslöst. Natürlich läßt sich der „34 CS-2 digital“ auch mit analogen Kameras verwenden. Der Metz mecablitz „34 CS-2 digital“ ist zu einem UVP von 149,90 Euro erhältlich. Im Lieferumfang enthalten ist ein praktischer Slave-Standfuß, eine kleine Kameraschiene, die das Fixieren dieses Geräts zu einer Blitz-Kamera-Einheit ermöglicht, und ein Synchronkabel für Kameras mit Synchronanschluß.



CentralVerband
Deutscher
Berufsphotographen



sponsored by Kodak
ARBEITSKREIS PORTRAIT
PHOTOGRAPHIE INTERNATIONAL



3/2002

Inhalt:

Editorial
Seite 2

Impressum
Seite 2

Erste Eindrücke aus Eisenach
Bärenstarke Workshops
Seite 3

Hochzeitsfotos ohne Streß
Darf's ein bißchen mehr sein?
Seite 4

News
Seite 6

Portraitfotografie – analog oder digital ?

**Liebe Kolleginnen,
liebe Kollegen,**

mal ganz ehrlich, wo ist eigentlich der Unterschied zwischen digital und analog? Hauptsächlich doch nur im Datenträger. Ob Film oder Speicherkarte, das Ergebnis ist heute nicht mehr zu unterscheiden.

Auf den Bärenstarken Fototagen, die gerade in Eisenach zu Ende gingen, kristallisierte sich heraus, daß die immer noch bestehenden Berührungsängste gegenüber dem neuen Medium nicht an der Technik liegen, sondern vielmehr am Generationsunterschied. Die jungen Leute gehen heute wie selbstverständlich mit diesen Geräten, die ja nicht neu sind, um. Hasselblad, Nikon, Canon oder Mamiya sind Kameras, die uns allen seit Jahren bekannt sind. Nur der Datenträger, das Aufzeichnungsmedium, ist ein anderes. Auf den Bärenstarken Fototagen gab es wieder mehrere Workshops. Die einen beschäftigten sich mit analoger, die anderen mit digitaler Fotografie, und bei wieder anderen gab es eine friedliche Koexistenz zwischen beiden Verfahren. Irgendwie war alles „nur“ Fotografie, und niemand machte sich Gedanken darüber, ob er nun gerade auf Film oder Chip belichtete, er tat es



Foto: Inge Techau

einfach. Warum also Glaubenskriege heraufbeschwören, was besser oder schlechter ist. Die Fotografie verändert sich seit ihrem Bestehen ständig – zugegeben, in letzter Zeit immer rasanter. Wer versucht, gegen den Strom zu schwimmen, wird über kurz oder lang das Nachsehen haben und seinen Beruf nicht mehr ausüben können.

An Fernsehgerät, Videorekorder, Handy etc., ebenfalls elektronische „Teufelsgeräte“, haben wir uns auch gewöhnen müssen. All diese Geräte möchten wir heute nicht mehr missen, da sie unser Leben in vielen Situationen enorm erleichtern. Ebenso wird auch digitales Equipment bald zu unserem täglichen Leben gehören.

Verstehen Sie mich richtig, ich möchte

nicht, daß die gute alte analoge Fotografie verschwindet, aber ich möchte daß wir Fotografen uns professionell mit der Fotografie auseinandersetzen – egal ob analog oder digital. Mit „Micky Maus“ Kameras werden wir von unseren Kunden nicht mehr ernst genommen.

Einen Tintenstrahldrucker mit „GTI-Tuning Kit“ sowie eine digitale Kamera mit Millionen von Pixeln haben viele Hobbyfotografen bereits, und das Profipapier mit den edelsten Oberflächen gibt es in jeder Papierabteilung im Supermarkt oder im Kaufhaus. Aber was hat der Hobbyfotograf meistens nicht? Natürlich die gute Ausbildung, das geschulte Auge und die Sehweise eines guten, erfahrenen Fotografen.

Aber warum um alles in der Welt unterstreichen so wenige Kollegen ihre Kompetenz durch gute Bilder – und ich meine wirklich gute Bilder? Kann es sein, daß durch die vielen sogenannten kreativen Möglichkeiten in der elektronischen Bildbearbeitung unser Auge „entschärft“ wird? Oder glauben wir vielleicht, Licht zu setzen wäre nicht mehr nötig, weil es ja Lichtfilter in Photoshop gibt?

Wie dem auch sei, wir professionellen Fotografen haben das große Glück, einen der schönsten Berufe ausüben zu können (oder sollte ich besser sagen ausüben zu dürfen?). Die Fotografie ist ein kreatives Medium, mit dem wir perfekt umgehen können, ganz gleich ob digital oder analog... der Rest ist Technik und lernbar.

Fotografie heißt bekanntlich „zeichnen mit Licht“. Nur wenn wir auch weiterhin das Licht richtig setzen und erkennen und dabei im richtigen Moment den Auslöser betätigen, werden wir im immer härter werdenden Wettbewerb bestehen können.

In diesem Sinne wünsche ich allen „Gut Licht“.

Ihr/Euer

Rolf Hartenfels

Impressum:

profi-contact

Offizielles Organ deutscher
Berufsfotografen-Verbände

appi: Hohenfeldstraße 26, 49809 Lingen,
Telefon 0591/9131-200, Telefax 0591/9131-202
Internet: www.appi.de

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

aph: Langenfelder Straße 93, 22769 Hamburg,
Telefon 040/8504643, Telefax: 040/8514378
Internet: www.aph-ev.de

Herausgegeben vom C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen, www.cat-verlag.de

Redaktionsbüro: Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon 0 21 02/2027-0, Telefax 0 21 02/2027-90

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.

Anzeigen: Thomas Blömer, DGPh (verantwortlich);
Ralf Gruna. Gültige Anzeigenpreisliste: Nr. 29.

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 übernommen, Rückporto ist beizufügen. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Ratingen.

Druck: Franz W. Wesel, Baden-Baden.

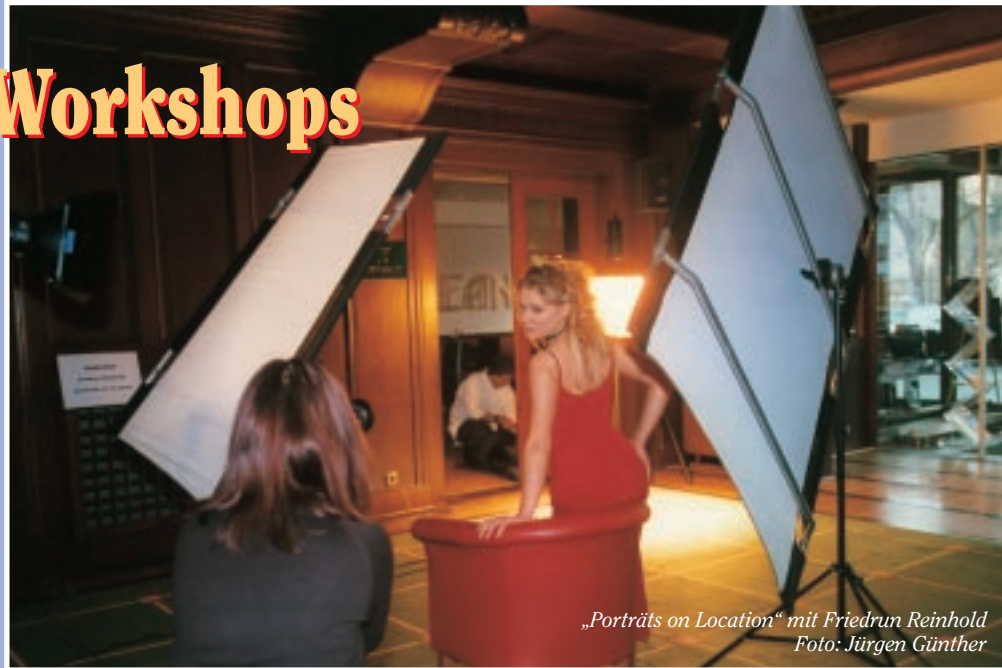
Copyright by C.A.T.-Verlag Blömer GmbH.

Eisenach, die fünfte Bärenstarke Workshops

In der Zwischenzeit ist es schon Tradition. Jedes Jahr im Februar trifft sich in Eisenach der fotografische Nachwuchs, in diesem Jahr bereits zum fünften Mal. Und wie in den Jahren zuvor, waren die zwölf überaus attraktiven Workshops innerhalb kürzester Zeit ausgebucht. Wen wundert's, keine andere Fortbildung bietet so hochkarätige Referenten und solch ein vielseitiges Angebot für so wenig Geld.

Das Wochenende vom 16. bis 18. Februar war wieder ein Event der Extraklasse. 156 hochmotivierte und lernwillige Fotograf(inn)en verteilten sich auf zwölf Workshops. Bei den namhaften Referenten fiel auch in diesem Jahr die Entscheidung schwer: Lars Neumann (Fun Style), Maja Uphoff (Food), Friedrun Reinhold (Porträts on location), Jens Werner (Erotik), Stephan Rußkäfer (Digitale Peoplefotografie), Manfred Zimmermann (Industriefotografie), Manfred Esser (Plattencover), Jens Brüggemann (Moderne Erotische Fotografie), Silvia Pecota (People/Beauty), Thomas Herbrich (Spektakuläre Bilder – und wie man sie macht), Olff Appold (Großbildererotik) und last but not least der Altmeister der Dessous, Peter H. Fürst (Wir entkleiden eine Frau).

Die hier gezeigten Bilder geben erste Eindrücke von der Arbeit in den Workshops wieder. Weitere Bilder sowie Ergebnisse aus den Seminaren stellen wir im nächsten Heft ausführlich vor.



„Porträts on Location“ mit Friedrun Reinhold
Foto: Jürgen Günther



Links: Gespannt warten die Teilnehmer auf den Beginn der Veranstaltung. Rechts: Rolf Hartenfels, APPI, (links) und Tom Pochert, Centralverband Deutscher Berufsphotographen, begrüßen die Teilnehmer und Gäste und stellen die Workshopleiter vor.



Fotos: Jürgen Günther



Großbild-Erotik mit Olff Appold
Foto: Tom Pochert



Die ersten Ergebnisse werden begutachtet
Foto: Jürgen Günther



„Digitale Peoplefotografie“ mit Stephan Rußkäfer
Foto: Jürgen Günther



„Fun Style“ mit Lars Neumann
Foto: Jürgen Günther



„Food“ mit Maja Uphoff
Foto: Jürgen Günther



Hochzeitsfotos ohne Streß

Darf's ein bißchen mehr sein?

Jeder, der mit professioneller Hochzeitsfotografie seinen Unterhalt bestreitet, kennt die Probleme, mit denen der Fotograf am Tag der Hochzeit zu kämpfen hat. Mal regnet es, mal ist die Sonne zu grell, mal ist es zu diesig, mal zu kalt, mal zu warm, mal steht die ausgewählte Location nicht zur Verfügung, mal hat die Braut einen Schnupfen, mal ist der eigene Assistent/Azubi krank... die Liste der Unwägbarkeiten ließe sich beliebig ausweiten. Auch wenn alles glatt läuft, kommen noch die Faktoren Zeit und Streß hinzu, denen das Brautpaar am Hochzeitstag ganz besonders ausgesetzt ist. Daß man Hochzeitsfotos auch ohne Streß und Hektik machen kann, beweisen die Bilder von Michael Jongbloed, der seine Erfahrungen und Tips gerne an seine Kollegen weitergibt.



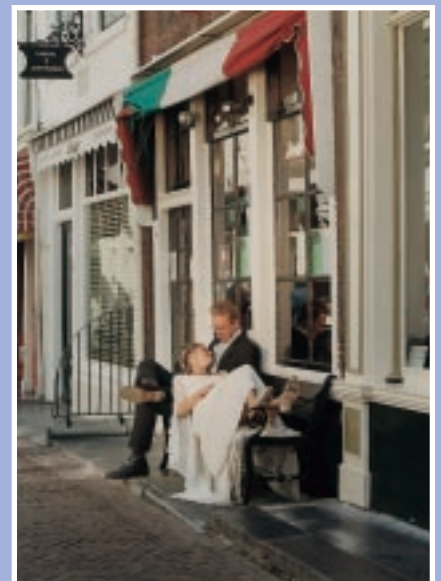
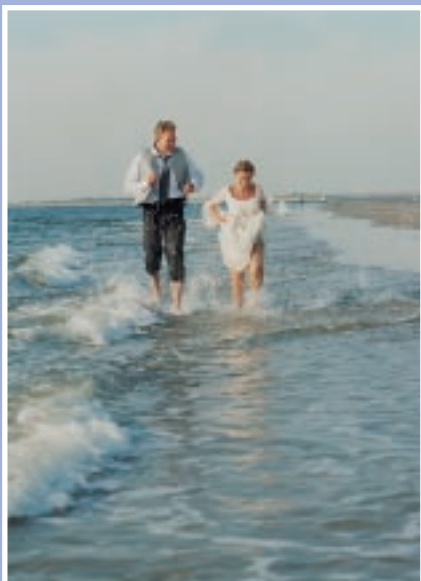
Lange Zeit hatte Michael Jongebloed auch mit den eben erwähnten Problemen am Hochzeitstag zu kämpfen. Inzwischen fotografiert er 85 Prozent seiner Hochzeitsaufnahmen nicht mehr am Tag der Hochzeit, sondern zu einem späteren Zeitpunkt, mit großem Erfolg. Das Brautpaar ist viel entspannter und hat erheblich mehr Zeit für außergewöhnliche Aufnahmen. Seit zwei Jahren hat der Geilenkirchener Fotograf sein Hochzeitsprogramm erweitert. Neben extravaganten Aufnahmen wie beispielsweise • Klavier im Kornfeld (sie spielt, er liegt auf dem Klavier) • Paar in einer Fußgängerzone • Bräutigam springt Fallschirm • Brautpaar auf der Kirmes (in einer Schiffschaukel oder am Schießstand) • in einer alten Scheune oder fast abgerissenen Fabrikhalle • in einem modernen Museum • Picknick im Kornfeld (Braut mit spritzender Sektflasche) etc., bietet Jongebloed auch Aufnahmen am Meer, in Paris oder Venedig an. Außerdem im

Angebot eine „Hausreportage“, in der dokumentiert wird, wie sich das Brautpaar für den Tag der Tage ankleidet und stylt. Für die Aufnahmen am Meer (holländische oder belgische Nordseeküste) werden eineinhalb Tage, für Paris und Venedig drei Tage (inkl. An- und Abreise) veranschlagt. Das bei diesen Reisen ein ganz besonderes freundschaftliches Verhältnis zwischen Brautpaar und Fotograf entsteht, das wiederum Folgeaufträge nach sich zieht, versteht sich von selbst. Diesen Luxus leisten sich natürlich nicht alle Paare, aber das Interesse ist riesengroß und hat das Studio Mijo weit über die Grenzen von Geilenkirchen (20 km nördlich von Aachen) bekannt gemacht. So kommt ein großer Teil der Kunden bereits aus benachbar-



ten Orten wie Düsseldorf, Köln, Bonn, Aachen, Krefeld und sogar aus Belgien und den Niederlanden. Selbst in Würzburg (370 km) und Hamburg (450 km) wurde Michael Jongebloed schon gebucht. Michael Jongebloed (Jugendbeauftragter des APPI) gibt seine Erfahrungen gerne an interessierte Kollegen weiter; Telefon 02451/5155.

Die hier gezeigten Aufnahmen wurden an der holländischen Nordsee fotografiert.



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: 04172-96 1142 • Fax: 04172-96 1143

CALIFORNIA SUNBOUNCE III®
LIGHT • MODULATING • PHOTOGRAPHIC • EQUIPMENT

Polaroid-Preis an aph-Studentin

Jedes Jahr lädt Polaroid zu einem Fotowettbewerb für Universitäten und Hochschulen aus Deutschland und Österreich ein. Kreativität, neues Sehen und Denken stehen im Mittelpunkt. Über 30 Unis und Hochschulen nahmen dieses Jahr mit fast 900 Arbeiten daran teil.

Der Sonderpreis für das Jahr 2001 geht an Monika Faßmer von der akademie für photographie.

„...ich kann's noch nicht glauben, ich freue mich riesig, das ist ja irre...“, war Monika Faßmers erste Reaktion auf die fantastische Nachricht. Genauso freuten sich ihre Dozentinnen Susann Reinhold und Yvonne Vinhage, die ihre Studenten mit Rat und Tat unterstützten. „Besonders freut es uns, daß die Jury diese einmalige Arbeit, die vom Zusammenspiel von analoger und digitaler Technik lebt, mit einem Sonderpreis gewürdigt hat. Monika Faßmer hatte die Idee, den Spaß am sofort entwickelten Bild sichtbar und greifbar zu machen, und es ist ihr mehr als gelungen. Selbstverständlich werden wir bei der diesjährigen Abschlusfeier und Vernissage der Diplomarbeiten von Monika Faßmer's Klasse der Arbeit unserer Gewinnerin von der aph einen Sonderplatz einräumen“, so Susann Reinhold, Leiterin der aph und begleitende Dozentin.

Mit der Vision für ein fotografisches Berufsbild von morgen setzt die akademie für photographie in der täglichen Ausbildung schon heute neue Maßstäbe in der Förderung junger Menschen.

Neuer Meisterkurs im BTZ Stuttgart

Ein Vorbereitungs-Kurs für die Meisterprüfung im Fotografen-Handwerk startet im Mai 2002 im Bildungs- und Technologiezentrum (BTZ) der Handwerkskammer Region Stuttgart. Digitale Fotografie und professionelle Präsentationstechniken sind durch die neue Prüfungsverordnung jetzt Bestandteile.

Der Lehrstoff ist in „Module“ gegliedert und kann je nach individuellem Bedarf teilweise auch einzeln belegt werden. Das spart Zeit und Kosten. Fotografen, die nicht die Prüfung ablegen wollen, sondern sich nur zu bestimmten Themen weiterbilden möchten, können diese Form ebenfalls nutzen.

Das Realisieren von kompletten Foto-Projekten wird die Praxis dominieren. Nach der konzeptionellen Erarbeitung gehört auch die Präsentation vor dem Kunden dazu. Das erforderliche Wissen ist weitestgehend in praktische Aufgaben verpackt, die allein oder in einem Team erarbeitet werden.

Weitere Schwerpunkte sind die digitale Fotografie, Bildbearbeitung sowie der Einsatz von Text- und Präsentationsprogrammen.

Der arbeitspädagogische Teil der Meisterprüfung kann auch berufsbegleitend und nach eigener Zeiteinteilung im BTZ als Tele-Learning-Kurs absolviert werden.

Infos und Anmeldungen: Bildungs- und Technologiezentrum der Handwerkskammer Region Stuttgart, Thomas Pfeiffer, Tel. 0711/8670053/54, E-Mail: Thomas.Pfeiffer@hwk-stuttgart.de

Meistervorbereitung im Doppelpack

Die aph (Akademie für Photographie Hamburg) bietet auch in diesem Jahr wieder Meistervorbereitungskurse der Extra-Klasse an; auf Grund der großen Nachfrage sogar zweimal. Der erste Kurs findet im März, der zweite im August statt.

Das Besondere an der Weiterbildung der aph ist die Vollzeitschulung in Theorie und Praxis über drei Monate mit anschließender vierwöchiger Meisterprüfung. Somit ist es möglich, die Teile 1 und 2 in kürzester Zeit zu absolvieren. Neben der handwerklichen Ausbildung stehen an der aph die Förderung neuer Sichtweisen und zeitgemäße Licht- und Aufnahmetechniken an erster Stelle.

Darüber hinaus beinhaltet der Meisterunterricht an der aph verschiedene Workshops mit namhaften Fotografen aus verschiedenen Bereichen.

Nähere Informationen gibt es im Internet, www.aph-ev.de, oder unter Telefon: 0 40 / 8 50 46 43.

Orvieto Fotografia

Auch in diesem Jahr findet in Umbrien wieder das Treffen der italienischen Berufsfotografen statt. Das Programm ist reichlich mit Veranstaltungen und Workshops gespickt. Außerdem zeigen bei diesem Event Fotografen aus der ganzen Welt den italienischen Partnerverbänden die neuesten Trends der Fotografie. Die Veranstaltung findet vom 16. bis 19. März statt.

Weitere Informationen von der CV-Geschäftsstelle, Tel. 02 21 / 2 07 04 66.



Foto: Gabi Höss

Hochzeitsfotos in der Wüste

Auch in diesem Jahr veranstaltet der Club der Hochzeitsfotografen wieder seine „zweiten Flitterwochen“. Wie in den Jahren zuvor stehen extravagante Fotoshootings vor exotischer Kulisse im Mittelpunkt der Reise. Abgerundet wird das Programm durch interessante Seminare, u.a. mit Andreas Björge und einer Zwei-Tages-Off-Road-Tour in die Sahara. Ziel ist ein Top-Hotel in einer Oase im Süden Tunesiens, direkt am Strand. Die Reise findet vom 21. bis 28. Oktober statt. Sobald der genaue Reiseablauf vorliegt, werden wir detaillierter über diese interessante Reise berichten. Vorabinfos von Jochen Michels, Telefon 06151/22322.

Maco – Zuverlässiger Partner in Sachen Schwarzweiß

Mehr als nur Nischenprodukte

In einer Zeit, in der das Thema digitale Fotografie in aller Munde ist, bekommt das Thema Schwarzweißfotografie einen ganz besonderen Stellenwert. Das hat auch das agile Hamburger Handelsunternehmen Hans O. Mahn & Co. erkannt und sich sowohl mit bewährten als auch mit innovativen Produkten in diesem Marktsegment etabliert. Unter dem Label „Maco Photo Products“ findet der Anwender heute eine breite Produktpalette für den anspruchsvollen künstlerischen Bereich in der bildmäßigen sowie für nahezu alle Anwendungen in der technisch-wissenschaftlichen Fotografie.

Während die etablierten Markenanbieter – wie alle großen Konzerne – den Zwängen von Kostendeckung, Vertrieb und Stückzahlen unterliegen und ihr Sortiment straffen, schließt Maco die dort entstehenden Lücken und erweitert sein Angebot successive um interessante Filmentwicklungen, Chemikalien und Fotopapiere – mit Schwerpunkt Schwarzweiß. Derzeit hat Maco 14 Filmtypen im Angebot; auf der photokina wird Nummer 15 vorgestellt. Zwölf dieser Filme kommen aus eigener Produktion. Die Fabrikationsstätten in Kroatien, seit Jahrzehnten mit der Produktion von hochwertigen Filmen



Hartmuth Schröder,
Director Photo Products, leitet seit zehn Jahren die Photo Division von Hans O. Mahn & Co. Bei einem Redaktionsbesuch stellte er die neuen Filme vor.

vertraut, wurden 1998 komplett auf den neuesten Stand der Technik gebracht und brauchen kaum einen Vergleich mit den Mitbewerbern zu scheuen.

Film trotz digital

Für den Uneingeweihten ist es schwer vorstellbar, daß der Film im digitalen Zeitalter überhaupt noch eine Daseinsberechtigung respektive Zukunft hat. Aber überall dort, wo höchste Auflösung und Top-Qualität gefragt sind, kommt man am traditionellen Film nicht vorbei. Filme für die Elektronenmikroskopie, für Überwachungskameras und zur Archivierung sind nur einige wenige Beispiele für die immer noch starke Präsenz der analogen Fotografie. So werden, wegen der besseren Täteridentifizierung, nach wie vor in vielen Überwachungskameras der Banken und

bei der Verkehrsüberwachung Negativfilme eingesetzt. Und auch die Auflösung der Filme für die Elektronenmikroskopie (die nur noch von Kodak und Maco geliefert werden) kann bislang von keinem Digitalsystem erreicht werden. Mit seiner extrem langen Haltbarkeit von über 500 Jahren spielt der Polyesterfilm bei der Archivierung wichtiger Dokumente (Krankenhäuser, Behörden, Regierungsstellen etc.) ebenfalls eine wichtige Rolle. Diese Spezialfilme sowie Röntgenfilme haben einen entscheidenden Anteil am geschäftlichen Erfolg von Maco Photo Products.

Maco und der Handel

Aber auch in der bildmäßigen Fotografie hat Maco einiges zu bieten. Immer mehr Händler und Anwender nutzen die herausragende Qualität und das gute Preis-/Leistungsverhältnis der Maco Produkte. Der Handel kann in zweifacher Hinsicht davon profitieren: Zum einen entzieht er sich mit den Produkten dem direkten Vergleich mit den Markenprodukten seiner Mitbewerber, zum anderen bieten sie eine gesunde Rendite.

Neben den S/W-Fotoprodukten bietet Maco in der Zwischenzeit auch Colorfilme, Inkjet-Materialien und Druckerpatronen an.

Weitere Infos unter: photo@mahn.net.



Macophot Cube 400c

Jüngster Sproß aus dem Hause Maco ist der Cube 400c, der trotz seiner hohen Nennempfindlichkeit von ISO 400 extrem scharf und feinkörnig ist. Der Film auf glasklarer, blau eingefärbter Unterlage aus 100 µ Polyester überzeugt außerdem

durch einen idealen Kurvenverlauf, eine sehr hohe Auflösung und eine erweiterte Rotempfindlichkeit bis in den Infrarotbereich. Der Cube 400c ist als Rollfilm 120, Kleinbildfilm 135-36 sowie als Meterware 35 mm x 30,5 Meter und 35 mm x 610 Meter erhältlich.

Ladenbau orientiert sich an Lifestyle-Lösungen

Themenorientierte Warenpräsentation

Die Läden der Zukunft werden weitaus stärker als bisher ihr Gesicht laufend verändern müssen, um über die Schaffung neuer Waren- und Erlebniswelten ihren Kunden immer wieder neue Reize und Anregungen bieten zu können. So lautet eine der wichtigsten Erkenntnisse des EHI-Trendbarometers Ladeneinrichtung*, das in den vergangenen Monaten branchenübergreifend unter führenden Unternehmen aus Handel und Ladenbau-Industrie erstmals durchgeführt wurde. Folglich wird sich der Trend zu einer themenorientierten Warenpräsentation (zum Beispiel nach Anlässen oder Lifestyle-Lösungen) weiter verstärken.

Mit der Loslösung von bisher gültigen, traditionellen Warengliederungen geht der Trend immer mehr zu Mischsortimenten, die bisher bestehende Branchengrenzen ignorieren und ganz neue Anforderungen an Ladenbild und Visual Merchandising stellen. Denn trotz (neuer) Themenwelten soll der Kunde sich immer wieder schnell zurechtfinden. Der moderne Laden der Zukunft ist daher übersichtlich und transparent, die Raumplanung wirkt offen und großzügig. Helle Farben (Natur-/Pastelltöne, Weiß, helles Grau) dominieren in allen Bereichen der Ladengestaltung. Hauptgänge werden zunehmend breiter. In das Ladenbild der Zukunft gehört auch eine „sanfte“ Kundenführung. Sie soll unterstützen, aber nicht bevormunden. „Zwangsabläufe“ werden daher zunehmend aufgelöst, die Orientierung der Kunden erfolgt über

- Bildzeichen, farbliche Markierungen oder großformatige Produktfotos, oft auch als Key-Visuals an den Rückwänden, die auf Warengruppen und Abteilungen hinweisen.
- Material- und Farbwechsel oder unterschiedliche Verlegemuster bei der Fußbodengestaltung, die insbesondere

in Zukunft eine wesentlich geringere „Technisierung“ der Läden (Instore-TV, Self-Scanning) als die befragten Ladenbau-Unternehmen.

Die häufige Änderung von Waren- und Ladenbildern setzt eine hohe Einrichtungs- und Präsentationsflexibilität voraus.

Deshalb wird sich der Trend zu einer Modul- und Leichtbauweise und damit zu leicht austauschbaren Einrichtungsselementen weiter fortsetzen: Kulissen- statt Ladenbau lautet der Grundsatz.

Gefragt sind bei der Mehrheit der Handelsunternehmen Einrichtungslösun-



Vor allem Nonfood-Händler können in Zukunft von ihrem Ladenbauer eine weitaus größere Spezialisierung als bisher erwarten.
Foto: CK GmbH

in Warenhäusern und großflächigen Fachhandelsgeschäften Abteilungen und Verkaufszonen (verschiedene Preislagen) voneinander abgrenzen.

- die Integration von Ruhezeiten und Focal Points, letztere als Blick- und Faszinationspunkte inszenierter Warenwelten, die die herkömmliche Abteilungsgliederung auflockern.
 - flexible, nach Warengruppen differenzierte Beleuchtungskonzepte, die den Raum in Verkaufszonen gliedern.
 - Punkt-/Bewegungsstrahler zur Betonung von Sortiments-Highlights.
 - Multimedia-Terminals/Kiosksysteme als elektronische Verkaufshilfe.
- Insgesamt erwartet der Handel jedoch

gen, die zwar den individuellen, unternehmensspezifischen Charakter eines Geschäfts betonen, dabei aber zugleich kostenbewußt auf bereits vorhandene Standardprodukte aufbauen und sich dank einer funktionalen, möglichst werkzeuggestützten Technik der Warenträger jederzeit leicht verändern lassen. Daneben wird es aber auch immer mehr vor allem Nonfood-Händler geben, die ihre Konzepte auf genau definierte, vergleichsweise kleine Zielgruppen zuschneiden und damit vom Ladenbauer eine weitaus größere Spezialisierung als bisher erwarten.

Ein individueller Marktauftritt, der das Unternehmen als Store Brand in den

Vordergrund rückt, wird immer wichtiger. Ladenarchitektur, Farben, Materialien und Warenpräsentation müssen daher mit dem Ziel einer ganzheitlichen Corporate Identity genau aufeinander abgestimmt sein, wobei die CI eines Handelsunternehmens noch wesentlich stärker als bisher über die ladenbauliche Gestaltung zum Kunden transportiert werden muß.

Rund 500 Euro pro Quadratmeter Verkaufsfläche

Mit Gesamtinvestitionen von rund 500 Euro pro Quadratmeter Verkaufsfläche müssen Inhaber von Fachhandelsgeschäften mit am tiefsten in die Tasche greifen. Zum Vergleich: Die Mindestkosten für die Neueinrichtung eines SB-Warenhauses liegen bei zirka 213 Euro, Baumärkte können schon für etwa 164 Euro errichtet werden. Der Anteil der Sachkosten liegt dabei zwischen 56 Prozent (Fachhandel) und rund 80 Prozent (Baumärkte, Warenhäuser). Diese Zahlen hat das EuroHandelsinstitut (EHI) in einer weiteren Studie* („Einrichtungskosten im Einzelhandel“) ermittelt. Wie schon bei der ersten

Studie aus dem Jahr 1998 ging die EHI-Erhebung erneut von einer Neueröffnung aus, also Geschäften, die komplett neu einzurichten sind.

Die hohe Bedeutung einer hochwertigen und attraktiven Ladengestaltung für nahezu alle untersuchten Branchen und Betriebstypen zeigen die vergleichsweise hohen Aufwendungen für Warenträger, Innenausbau, Dekoelemente und sonstige Einrichtungs- und Ausstattungsteile. Der Anteil der so definierten Ladeneinrichtung im engeren Sinne an den Sachinvestitionen beläuft sich im Food-Handel auf etwa 43 Prozent. Im Nonfood-Handel entfallen zwischen 42 Prozent (sonstiger Fachhandel, ohne Textil) und 82 Prozent (Baumärkte) der Sachinvestitionen auf den Erwerb von Warenträgern als dem größten Investitionsbereich, gefolgt von den Ausgaben für Beleuchtung, die vor allem im Fachhandel und den Drogeriemärkten 20 Prozent der Sachkosten ausmachen.

Bei den Ausgaben für Warenträger und sonstige Elemente der Ladenausstattung handelt es sich vielfach um Erstinvestitionen in modulare Einrichtungssysteme. Flexible Warenträger und Einrichtungssysteme gehörten für die Mehrheit der Handelsunternehmen in den letzten Jahren zu den größten

Kostentreibern im Bereich der Sachkosten.

Einen Grund dafür, daß die gesamten Einrichtungskosten pro Objekt heute zum Teil deutlich höher als 1998 ausfallen, sieht das Euro-Handelsinstitut zum einen im Trend zu größeren Verkaufseinheiten, vor allem im Bereich der Discount- und Supermärkte wie auch im Fachhandel, begründet. Zum anderen sei die Entwicklung auf eine Steigerung der Personalkosten zurückzuführen, die nicht allein auf einem durch Tarifierhöhungen oder sonstigen gesetzlichen Regelungen begründeten Preisauftrieb, sondern ebenso auf einer gestiegenen Nachfrage nach Bera-

Wunsch nach Beratung läßt die Kosten steigen

tungsleistungen basiert. Der Handel zeigt sich zunehmend an Beratungs-Know-how von außen interessiert. Immer mehr Ladenbauunternehmen bieten daher auch separate Planungsleistungen an, die getrennt nachgefragt werden können. Damit bewegen sich die deutschen Ladenbauer immer stärker auf den Spuren des US-amerikanischen und britischen Marktes. Dort ist eine deutliche Trennung zwischen den Leistungsangeboten Beratung und Einrichtung schon seit Jahren üblich. Mit höherem Anspruch an die Laden-

* Die EHI-Studien „Trendbarometer Ladeneinrichtung – Anforderungen an den Ladenbau von morgen“ und „Einrichtungskosten im Einzelhandel“ können zum Preis von jeweils 38,35 Euro (plus MwSt. und Versandkosten) beim EHI-Verlag, Telefon 0221/57993-64, Telefax 0221/57993-45, bestellt werden.

GRUPPENAUFNAHMEN, die sich lohnen: mit der fahrbaren ALUMINIUM-FOTOTRIBÜNE und der ALUMINIUM-KOMBITRIBÜNE

HINFAHREN - AUFBAUEN - FOTOGRAFIEREN



Für Gruppen von 50 - 250 Personen empfehlen wir unsere schnell und überall einsatzbereite fahrbare Al-Fototribüne, die von einem PKW gezogen wird. Sie ist in acht verschiedenen Ausführungen erhältlich.



Für kleinere Gruppen empfehlen wir unsere handliche und schnell aufzubauende Al-Kombitribüne. Sie ist mit 3 Stufen (ohne Geländer, 1.230,-) oder mit 4 Stufen (mit Geländer, 2.020,-) erhältlich. Standardmäßig sind sie 4 m lang.

Besuchen Sie uns auch im Internet unter www.hf-freutsmiedl.de

HELMUT FREUTSMIEDL • AM HANG 3 • 83308 TROSTBERG-EGLEE • TEL. 0 86 21/41 59 • FAX 6 32 89



Zwei Beispiele dafür, wie Clemens Kramer Marken im neuen Photohaus Besier in Frankfurt in den Mittelpunkt des Interesses rückt.

CK Innenarchitektur – seit Jahren ein guter Name in der Fotobranche

Einer der Ladenbauer, die seit vielen Jahren der am Anfang dieses Beitrags geforderten Spezialisierung Rechnung tragen, ist das Erkrather Unternehmen CK Innenarchitektur. Seit vielen Jahren besitzt das Team von Clemens Kramer in der Fotobranche einen guten Namen, nicht zuletzt als Partner von Foto-Handelskooperationen.

Das Planungsbüro CK ist auf den Innenausbau und die Fassadengestaltung spezialisiert. Jüngst machte CK mit der Neugestaltung des Photohauses Besier in Frankfurt auf sich aufmerksam (ifc berichtete in Ausgabe 1-2/02, S. 47).

Seiner Erfahrung nach schätzen Kunden an freien Architekten wie ihm die unabhängige Beratung, die neutrale Ausschreibung und den damit verbundenen Preisvorteil, meinte Kramer. Anders als die reinen Einrichter, die zwangsläufig die rationelle Auslastung ihrer Fertigung im Hinterkopf haben müßten, könne der Architekt seinen und den Ideen seines Kunden freien Lauf lassen. Dabei habe sich das Leistungsspektrum des Architekten gewandelt, stellte Kramer fest. So seien zu den traditionellen Leistungen des Designers, wie Vorentwurf, Entwurfsplanung, Gestaltung, Ausschreibung und fachliche Begleitung der Arbeiten, weitere Dienstleistungen hinzugekommen. Neben der Grundlagenermittlung, die von der Standortanalyse über die Aufnahme der Bausituation bis zur Budgetfestlegung reicht, könnten auch betriebswirtschaftliche Leistungen angeboten, die weit über den Eröffnungstermin hinaus reichten.

Einer der Vorteile für den Bauherrn bei

der Zusammenarbeit mit dem freien Architekten liege über das vielfältige Angebotsspektrum hinaus in der Tatsache, daß die Angebote bis ins Detail vergleichbar seien. Schon im Vorfeld werde die Ausführung genau festgelegt. Der Architekt lege gemeinsam mit dem Bauherrn den Ausschreibungstext fest und übernehme das Einholen der Angebote, beschrieb Kramer die übliche Vorgehensweise. Durch die enge Kooperation mit dem Bauherrn könne unter anderem auch festgelegt werden, ob und in welchem Rahmen einheimische Handwerker in die Bauausführung miteinbezogen werden sollten, zum Beispiel, weil sie zu den Kunden des Fotohändlers gehören.

Der Preis für die Architektenleistung ist nach Kramers Ausführungen exakt geregelt, da es für Architekten eine Honorarordnung gäbe. Allerdings bestünden wie bei anderen Berufsgruppen, etwa Rechtsanwälten oder Ärzten, auch Spielräume. Kramer riet deshalb allen potentiellen Bauherren, sich bereits im Vorfeld detaillierte Informationen über das Honorar und mögliche Spielräume einzuholen, um das notwendige gute Verhältnis zwischen Auftraggeber und Architekt nicht durch unnötige finanzielle Nachforderungen zu belasten.

gestaltung steigt im Fachhandel die Nachfrage nach den Dienstleistungen von externen Planern, Architekten und Einrichtungsberatern. Im Schnitt arbeitet ein Handelsunternehmen heute mit 21 Lieferanten von Einrichtungsgegenständen und 15 Handwerkern zusammen. Je größer die Zahl der Handwerker, Lieferanten und Berater eines Handelsunternehmens und der damit verbundene Koordinationsaufwand ist, umso entscheidender sind für die Lieferantenauswahl Faktoren wie Liefertreue, schnelle Lieferung und kurze Lieferzeiten.

Die Internationalität eines Anbieters ist nur für jene Handelsunternehmen bedeutend, die selbst bereits im Ausland tätig sind, sei es durch eigene Filialen, die Beteiligung an einem ausländischen Handelsunternehmen oder aber die Einbindung in einen internationalen Konzern. In diesem Fall liegt der Anteil ausländischer Partner zwischen 10 und 30 Prozent. Ansonsten kommen jeweils nur rund acht Prozent aller Einrichtungslieferanten und Handwerker aus dem Ausland.

Beleuchtung gewinnt zunehmend an Bedeutung

Als wichtiges gestalterisches Element für Verkaufsräume gewinnen Charakter und Qualität der Beleuchtung immer weiter an Bedeutung, insbesondere im Zusammenhang mit neuen, verkaufsfördernden Trends in der Gestaltung und Warenpräsentation. „Die Zeiten, in denen allein eine hohe, ausgewogene Beleuchtungsstärke bei Wartungskosten gefragt waren, sind damit wohl endgültig in den meisten Anwendungen vorbei“, so Dr. Roland Miller von der Karstadt Warenhaus AG. „Besonders im Hinblick auf die beginnende, verstärkte Polarisierung durch neue Vertriebswege, wie zum Beispiel E-Commerce, wird es im stationären Einzelhandel zunehmend wichtiger, dem Kunden neben perfektem Warensortiment, Preis-Leistungsverhältnis und optimalem Service auch ein anziehendes Ambiente zu bieten, in dem das Einkaufen zum Erlebnis wird.“ Eine perfekte und gezielt an die verschiedenen Anforderungen und Ausrichtung des individuellen Einzelhändlers angepasste Lichtlösung, die sich durch Effizienz, Waren- und Rauminszenierung

positiv differenziere, sei dabei sehr entscheidend für den Erfolg.“

Die auf die spezifischen Anforderungen hin maßgeschneiderten Lichtlösungen für Verkaufsräume sind genauso vielfältig wie der Einzelhandel selbst. Das Spektrum reicht von der Bereitstellung der für das komfortable Sehen erforderlichen Beleuchtungsstärke über die gezielte Betonung von Ware bis zur dramatischen Inszenierung und Illusionierung durch Licht. Die stetige Veränderung in den Ansprüchen an das Licht- und Verkaufsraumdesign sollte dabei die permanenten Veränderungen in der Gesellschaft und deren Einkaufsverhalten reflektieren.

Daß die grundsätzliche Ausrichtung der Beleuchtung gezielt zur Unterstützung eines bestimmten Geschäftstyps und einer generellen Verkaufsstrategie benutzt werden kann, ist nicht neu: Eine funktionale, helle und gleichmäßige Beleuchtung fördert das niedrigpreisorientierte Geschäft, während eine Designer Boutique ihr Image durch eine hochwertige, stimmungsvolle Lichtinszenierung unterstreicht. Erfolgreiches Lichtdesign zum Verkaufen muß zunächst eine ausreichende Beleuchtungsstärke für einen sicheren Aufenthalt von Kunden und Mitarbeitern zur Verfügung stellen und bei Ausfall der Stromversorgung für das gefahrlose Verlassen des Geschäftes den richtigen Weg weisen. Für den Verkaufserfolg wichtiger ist allerdings, daß das durch Lichtdesign geschaffene Ambiente des Verkaufsrumes die Kunden anzieht, deren Aufmerksamkeit auf die Waren lenkt und eine positive Einkaufsstimmung erzeugt. Dabei sollten die Waren so ins rechte Licht gerückt werden, daß dadurch ihre Attraktivität den Kauf regelrecht stimuliert. Wenn dazu ein wirtschaftlicher Betrieb der Beleuchtungsanlage bei möglichst geringen Investitionen garantiert wird, dann sind alle Anforderungen an ein perfektes Licht zum Verkaufen erfüllt.

Bei den Beleuchtungskonzepten für den Einzelhandel

ist zwischen der Grundinklusive Sicherheitsbeleuchtung, der Sonder- oder Akzentbeleuchtung, der architektonischen Beleuchtung und der Effektbeleuchtung zu unterscheiden. Dabei hat die Grundbeleuchtung die Aufgabe, eine angemessene Grundbeleuchtungsstärke und die grundsätzliche Lichtstimmung im Verkaufsraum zu erzeugen. Die Sonder- oder Akzentbeleuchtung wird im wesentlichen dazu eingesetzt, die Waren perfekt zu beleuchten und dadurch hervorzuheben. Unter architektonischer Beleuchtung werden

Das Image durch Lichtinszenierung unterstreichen

die Beleuchtungselemente verstanden, mit denen die Innenraumarchitektur herausgearbeitet und unterstrichen wird. In der Effektbeleuchtung als letz-

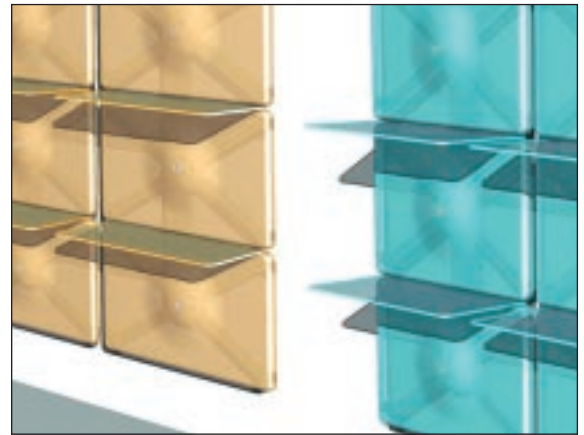
tes Element wird das Licht selbst zur Erzeugung von Aufmerksamkeit vor allem durch Veränderung unserer gewohnten und erwarteten Sichtweise als Attraktion benutzt. Alle Beleuchtungssysteme im Zusammenspiel mit der Raumgestaltung und der Einrichtung schaffen die Atmosphäre,

die das Image eines Geschäftes prägt, ihm Individualität verleiht und ihm das gewisse Etwas geben kann.

Die Balance zwischen den vier grundsätzlichen Beleuchtungssystemen ist dabei entscheidend, um einen speziellen Geschäftstyp oder eine Verkaufsstrategie zu prägen bzw. zu unterstützen. In modernen, weiterentwickelten Lichtkonzepten werden allerdings oft die

klaren Abgrenzungen zwischen den Systemen verwischt. Besonders beachtet werden sollten allerdings, vor allem in hochwertigeren Geschäften, die architektonische Beleuchtung im Außenbereich und die Effektbeleuchtung im Schaufensterbereich.

Die für den Verkauf wichtigste Entwicklung in den letzten Jahren war die Entwicklung der Kompaktleuchtstofflampen und die Weiterentwicklung der Metaldampflampen. Beide Entwicklungen mit der damit verbundenen Verfügbarkeit von neuen Leuchtentypen haben bereits auf breiter Front Einzug in die Verkaufsraumbeleuchtung gehalten. Als interessante Neuerungen wurde von führenden Lampenherstellern kürzlich eine kleinere Version der Hochdruck-Metallhalogenlampen und der Natrium-Metaldampf-Lampe eingeführt. Neue Leuchtentechniken werden auch zur geeigneten Beleuchtung der jetzt auch in Europa mehr und mehr eingesetzten, raumhohen Warenpräsentation benötigt. Erste Typen von unauffälligen Decken-einbaustrahlern, die schon aus geringer Entfernung eine raumhohe Beleuchtung von Warenrückwänden gestatten, sind bereits verfügbar. hepä



Der österreichische Hersteller Assmann hat mit Frame ein modulares System mit der Möglichkeit zu individuellem Upgrading vorgestellt, das sich für alle Branchen eignet.



Produkt- oder themenbezogene Displays und Verkaufshilfen, hier zwei Beispiele der POS Standards Display GmbH, Heilbronn, gehören in Fotogeschäften zu den selbstverständlichen Einrichtungsgegenständen.



**der
grosse
foto
katalog**

www.cat-verlag.de

Jetzt den neuen

FACH- UND ²⁰⁰² 2003 PROFI- MARKT

bestellen!

Jetzt bestellen!
Fach- und Profi-Markt

2002/2003

Zum Preis von 20,- €
(inkl. MwSt. und Versandkosten)

Auslandspreis: 30,- €
Jetzt bestellen!

Das aktuelle Produktangebot der

Foto • Digital Imaging • Vid

Zum Preis von
€ 20,-

(inkl. MwSt. und Versandkosten)
Auslandspreis: € 30,-

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

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

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 2002/2003“

zum Preis von € 20,- inkl. MwSt. und Versandkosten
(Auslandspreis: € 30,-)

Datum: Unterschrift:

Name:

Firma:

Straße / Nr.:

Plz. / Ort:

Telefon:

Fax:

internationalen Markenindustrie

eo • Zubehör • Labor

Identitätskrise

Manche Sachen müssen erst von ganz oben entschieden werden. Wer ist zum Beispiel ein „Verbraucher“ im Sinne des „Verbraucherrechts“? Lieschen Müller, Otto Normalbenutzer, Friedhelm Feilscher, oder wer? Kann auch eine juristische Person Verbraucher sein? Schließlich verbraucht die ja auch was ... aber nee, ne? Endlich amtlich: Der EG-rechtliche Verbraucherbegriff ist so auszulegen, daß er ausschließlich natürliche Personen meint (EuGH – Urteil vom 22.11.2001 – Rs. C-541/99).

Altersprobleme

Schadensersatzansprüche wegen unerlaubter Handlung verjähren in drei Jahren, § 852 Abs. 1 BGB. Zu den unerlaubten Handlungen gehört auch die Benachteiligung einer Teilzeitkraft, § 4 Abs. 1 TzBfG. Wer dadurch etwas erlangt hat, muß es selbst nach Ablauf der Verjährung noch herausgeben, § 852 Abs. 3 BGB. Dieses „Etwas“ im Sinne des § 852 Abs. 3 BGB ist allerdings nicht die Vergütungsdifferenz zwischen Teilzeit- und Vollzeitbeschäftigung (BAG – Urteil vom 24.10.2001 – 5 AZR 32/00).

Blockversagen

Altersteilzeit gewinnt auch im Einzelhandel zunehmend an Bedeutung. Besonders beliebt sind sogenannte Blockmodelle: Darin arbeitet der Altersteilzeiter beispielsweise noch zwei Jahre voll durch und macht dann bis zu seinem Ausscheiden Pause. Während beider Blöcke bekommt er dann eine entsprechend angepasste Vergütung. Das setzt in der nachfolgenden Freistellungsphase allerdings nicht voraus, daß der Arbeitnehmer in dieser Zeit auch arbeitsfähig ist (LAG Köln – Urteil vom 11.5.2001 – 11 Sa 228/01).

Mangelercheinung

Die Verknappung von Wirtschaftsgütern sollte in den Ländern der EG eigentlich kein Thema mehr sein. Im Einzelhandel schon? Na ja, wenn einer sortimentsfremde Ware besonders bewirbt, die Teile dann aber nicht mal für zwei Tage zur Verfügung hat... Waren müssen halt so bevorratet werden, daß die üblicherweise zu erwartende Nachfrage gedeckt ist. Ohne ausreichende Bevorratung wird der Verbrau-

Im Focus: Wenn's wieder länger dauert...

Neue Fristen gibt es seit dem 1.1.2002 im Gewährleistungsrecht. Bislang war nach sechs Monaten Schluß mit Wandlung und Minderung. Jetzt haben Verbraucher nicht bloß mehr, sondern auch noch längere Rechte.

Mehr Gelassenheit darf König Kunde ab sofort mitbringen, wenn er seine Gewährleistungsansprüche geltend machen will. Nun hat er zwei Jahre dafür Zeit, sagt § 438 Abs. 1 Nr. 3 BGB. Die Frist beginnt mit Ablieferung der Sache. Das Datum der Bestellung oder des Kaufvertrags ist uninteressant.

Besondere Regeln gelten für den Verbrauchsgüterkauf (§§ 474 ff. BGB). Das ist nach dem gesetzlichen Leitbild ein Erwerbsvorgang, bei dem ein Verbraucher von einem Unternehmer eine bewegliche Sache kauft, § 474 Abs. 1 Satz 1 BGB. Der Verkäufer kann hier vor der Mitteilung des Mangels nicht einmal eine abweichende Haftung oder Verjährung vereinbaren, § 475 BGB.

Andere Verteilung heißt die Devise für die „Beweislast“. In § 476 BGB steht nämlich: „Zeigt sich innerhalb von sechs Monaten seit Gefahrübergang ein Sachmangel, so wird vermutet, daß die Sache bereits bei Gefahrübergang mangelhaft war, es sei denn, diese Vermutung ist mit der Art der Sache oder des Mangels unvereinbar.“ Das bedeutet im Klartext: Zu Lasten des Händlers wird in den ersten sechs Monaten davon ausgegangen, daß die Sache fehlerhaft ist.

Sichere Sache für den Kunden? Nicht wirklich, oder? Zunächst will ihm das Gesetz ja helfen. Es nimmt ihm die Beweisschwierigkeiten und vermutet zu seinen Gunsten, daß die Sache eben von Anfang an fehlerhaft war, wenn sich der Mangel in den ersten sechs Monaten zeigt. Die Beweislastumkehr führt aber nicht zu einer unwiderlegbaren Vermutung. Es ist jetzt bloß Sache des Verkäufers geworden, den Nachweis zu führen, daß die Sache halt doch nicht mangelhaft war. Er hat nun den Schwarzen Peter. Die Unaufklärbarkeit geht auf sein Konto.

Absehbare Zeit verheißt die Regelung in § 476 BGB. Der Sachmangel muß sich nämlich in den ersten sechs Monaten nach „Gefahrübergang“ zeigen. Gefahrübergang bedeutet Übergabe der Kaufsache. Die Frist beginnt, sobald der Kunde das Teil in der Hand hat. Von diesem Zeitpunkt an kann er die Sache nutzen und auf Mangelfreiheit oder Fehlerhaftigkeit untersuchen. Sind die sechs Monate vorbei, läuft wieder alles nach altem Recht. Dann muß der Kunde den Mangel beweisen, dann trägt er die Beweislast. Nur daß nach sechs Monaten nicht Schluß ist. Das neue Recht gibt ihm 18 Monate dazu.

cher in die Irre geführt und veranlaßt, ein anderes Produkt zu kaufen (LG Stuttgart – Urteil vom 5.9.2001 – 37 KfH O 45/01).

Ehrlichkeitsfaktor

Wird ein Arbeitnehmer von einem Dritten arbeitsunfähig gemacht, gehen seine Ersatzansprüche gegen diesen Dritten auf den Arbeitgeber über, § 6 EFZG. Der Arbeitgeber, der Entgeltfortzahlung leistet, darf sich entsprechend dem Rechtsgedanken aus § 5 Abs. 1 Satz 2 EFZG beim Nachweis der Arbeitsunfähigkeit auf die ohne zeitliche Unterbrechung vorgelegten ärztlichen Bescheinigungen verlassen. Es sei denn, daß aufgrund tatsächlicher Umstände ernsthafte Zweifel an der Richtigkeit der vorgelegten Atteste bestehen

(BGH – Urteil vom 16.10.2001 – VI ZR 408/00)

Persönlichkeitsstörung

In der Bundesrepublik leben mehr als 80 Millionen Menschen, aus Fleisch und Blut, natürliche Personen, wenn man so will. Daneben gibt es auch noch juristische Personen, Existenzformen nach Recht und Gesetz, die GmbH beispielsweise. Sie kann Träger von Rechten und Pflichten sein. Aber sie darf nicht alles. So hat ihr das Kammergericht Berlin die Fähigkeit aberkannt, Prokura erteilt zu bekommen (Beschluß vom 23.10.2001 – 1 W 6157/00). Das passe nämlich nicht zum gesetzlichen Leitbild, das auf ein persönliches Vertrauensverhältnis setze.

Ass. jur. Heinz J. Meyerhoff

Minox-Erfinder besitzt jetzt die Ehrendoktorwürde

Walter Zapp, der Erfinder der Minox Kleinbildkameras, ist kurz vor seinem 96. Geburtstag von der lettischen Wirtschaftsakademie in Riga mit der Ehrendoktorwürde ausgezeichnet worden. Mit dieser Ehrung sollten sowohl Zapps Verdienste um die Fotografie als auch die Tatsache gewürdigt werden, daß der Erfinder Lettland rund um den Erdball bekannt gemacht hat. Zapp war 1905 in Riga geboren worden und absolvierte dort auch von 1922 bis 1924 eine Fotografenlehre.

Photo+Medienforum erhält Spende von europa-foto

„Neue Besen kehren gut“, sagt ein altes Sprichwort. Daß dies aber nicht automatisch bedeutet, alles umzuwerfen, was sich bewährt hat, bewies Robby Kreft, neuer Besen/Geschäftsführer der



Gabriele Scheibel, Geschäftsführerin des Photo+Medienforums Kiel, bedankt sich bei europa-foto-Geschäftsführer Robby Kreft für die Spende.

Händler-Kooperation europa-foto zu Beginn des Jahres: Der Tradition seines Vorgängers folgend, überreichte Kreft eine Spende an das Photo+Medienforum in Kiel. Dort sollen die 2.600 Euro in eines der vielen Projekte einfließen, die Gabriele Scheibel, Geschäftsführerin des Photo+Medienforums, und ihr Team planen. So sollen unter anderem der Seminarkomplex umgebaut und modernisiert, die digitale Ausrüstung im Studio aktualisiert und ein Musterladen (siehe Kasten rechts) eingerichtet werden. „Die Förderung des Personals sowie die ständi-

ge Verbesserung der Beratungsqualität und des Services sind das A und O für den erfolgreichen Fortbestand des Fotohandels“, betonte Kreft bei der Übergabe des Spendenschecks. „Das Photo+Medienforum verfolgt diese Ziele kunden- und marktorientiert. Ich halte eine Unterstützung unserer Brancheninstitution daher für sehr wichtig.“

Kölner Foto-Assi gewinnt Hasselblad Wettbewerb

Achim Hehn aus Köln hat den Hasselblad XPan Wettbewerb gewonnen, den das Ahrensburger Unternehmen im vergangenen Jahr zusammen mit zwei Foto-Anwenderzeitschriften veranstaltet hatte. Gesucht wurden Panoramabilder. Hehn setzte sich mit der Schwarzweißaufnahme einer Spätsommerlandschaft gegen die weiteren Wett-

Photo+Medienforum sucht Sponsoren zum Bau eines Musterladens

Das Photo+Medienforum Kiel will für eine noch effizientere und zielorientiertere Aus- und Weiterbildung einen Musterladen einrichten. Er soll zur intensiven Schulung in realistischer Umgebung dienen und nicht nur Produkte präsentieren, sondern auch zukunftsorientierte Konzepte des Ladenbaus veranschaulichen. Um den Plan in die Tat umzusetzen, braucht die Kieler Institution Sponsoren. Gesucht werden Unternehmen und Personen, die sich bei der Entwicklung und Realisation des Musterladen-Projektes engagieren wollen – ideell, finanziell oder durch die Bereitstellung von Hardware (Ladenbausystemen). Jede Geld- oder Sachspende wird ebenso gern akzeptiert wie Ideen und Visionen, die aufzeigen, in welche Richtung sich der Ladenbau der Zukunft entwickelt, welche Komponenten das Fachgeschäft der Zukunft enthalten muß und welche Art der Kommunikation notwendig ist, um zukunftsweisend und gewinnbringend arbeiten zu können. Beiträge können bis zum 30. April per E-Mail (musterladen@photomedienforum.de) an das Photo+Medienforum Kiel geschickt werden. Weitere Informationen gibt es dort schriftlich (Postanschrift: Feldstraße 9–11, 24105 Kiel; Telefax 0431/562568) oder Telefon (0431/579700).

HAGEE



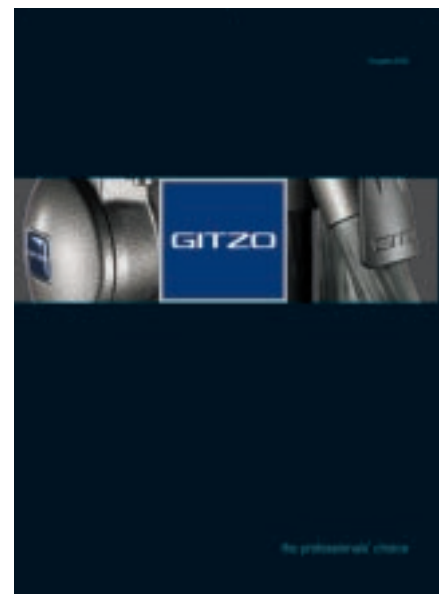
RAHMEN, ALBEN,
ORDNUNGSSYSTEME
FÜR FOTOS UND NEGATIVE,
SCHRÄGSCHNITT-PASSEPARTOUTS,
PORTRAIT-TASCHEN,
ENDLOS-LEPORELLOS

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

bewerbsteilnehmer durch. Für den Sieg erhielt er ein Hasselblad XPan Kit im Wert von 2.500 Euro. Überreicht wurde dem Gewinner, der als freier Fotoassistent arbeitet, der Preis im Kölner Fotogeschäft Foto-Lambertin. Dort hatte sich Hehn das „Werkzeug“ für das Wettbewerbsfoto geliehen.

Gitzo-Katalog 2002 ist erschienen

Die Stateg Foto + Medien Zubehör GmbH, Mainz, hat den Gitzo-Katalog 2002 vorgelegt. Er bietet auf 26 Seiten ausführliche Informationen zum neuesten Stand der Stativtechnik und listet über 40 Drei- und Einbeinstative aus



Aluminium und Karbon sowie 18 Kameraköpfe aus Aluminium und Magnesium auf. Der Katalog kann über das Internet (www.gitzo.de oder www.statec-gmbh.de) per Telefon 06131/507841 angefordert werden.



Ulrich Vielmuth

Mobil schneiden

Digitale, das heißt nonlineare Nachbearbeitung der Videoaufnahmen, ist mittlerweile ganz groß in Mode gekommen. Der dazu notwendige leistungsfähige PC ist meist schon im Haus. Er muß für die Videonachbearbeitung aber entsprechend aufgerüstet werden. Und dann kann im Prin-

zip geschnitten werden wie bei den Profis. Dies muß aber nicht zwangsläufig immer stationär ablaufen. Im Rahmen des Grundkurses „Fernsehschein“ des Bildungszentrums Bürgermedien habe ich neulich eine kompakte, mobile Schnitteinheit namens Canopus DV Station kennengelernt, die mir gefallen hat. Die Landesmedienanstalten sind Träger dieses Bildungszentrums. Es arbeitet bei seinen Seminar- und Kursangeboten mit den von den Landesmedienanstalten bzw. den Offenen Kanälen vor Ort bereitgestellten technischen Komponenten: Mini-DV Camcorder, Leuchten, Mikrofone, Stative usw. Diese Seminare sind übrigens offen für jedermann.

Tragbare Schnitteinheit

Die tragbare Canopus DV Station ist ein einfaches Gerät, das auch für den Anfänger gut zu verstehen ist. Der Vorteil dieses „All in One Systems“ liegt zum einen in seiner Mobilität. Es ist leicht zu transportieren. Zum anderen bietet es mit seiner integrierten Schnittsoftware „Raptor Edit“ ein einfach zu bedienendes und leicht verständliches Handwerkszeug für die Videonachbearbeitung.

Dazu der Diplom-Medienpädagoge Günter Bertram, Regionalbeauftragter für Offene Kanäle bei der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) in Rheinland-Pfalz, der bei seinen Seminaren schon viele Teilnehmer unterschiedlichster Vorbildung mit den praktischen Regeln des Videoschnitts erfolgreich vertraut gemacht hat: „Wer ein wenig Erfahrung mit der Windows-Oberfläche mitbringt, kann mit der leicht zu bedienenden integrierten Software Raptor Edit schnell gute Ergebnisse erzielen. Viele Bedienungselemente erschließen sich – vor allem jungen Menschen – durch einfaches Ausprobieren. Die möglichen Transitions (Szenenübergänge) und der eingebaute Titel-Editor erfüllen auch die Ansprüche ambitionierter Videofilmer. Da kann man die bei den Szenenübergängen nötige Zeit zur Berechnung der Effekte leicht verkraften.“

Das vor der Schnittarbeit nötige Capturing der Videosequenzen vom Videoband auf die Festplatte des PCs wird durch das Software-Element Raptor Navigator sehr erleichtert. Es erstellt aus dem Inhalt des Videobandes eine komfortable Schnittliste, die sich noch vor dem eigentlichen Capturing vielfältig bearbeiten läßt.

Die Nachteile des Software-Systems Raptor Edit zeigen sich vornehmlich bei der Audibearbeitung. So werden beispielsweise die Audiospuren auf der Timeline nicht in einer Wave-

Form (wellenförmig) dargestellt, was ein taktgenaues Schneiden, z. B. bei Videoclips, fast unmöglich macht. Wer diese Art von anspruchsvoller Videobearbeitung wünscht, den enttäuscht die Canopus DV Station trotzdem nicht: Für fortgeschrittene Schnittekünstler steht das Software-System Mediastudio Pro von der Firma Ulead auf dem Rechner zur Verfügung.“

Frank Becker hat ebenfalls seine Erfahrungen mit dem Gerät gemacht. Er ist Mediengestalter für Bild und Ton. Ein neues, staatlich anerkanntes Berufsbild (seit 1996), das die Absolventen auf Grund ihrer breit angelegten Ausbildung für die Zusammenarbeit im Filmproduktionsteam qualifiziert: „Das Schnittgerät DV Station gestattet einen sehr schnellen Arbeitsfluß bei recht einfacher Bedienung, die auch für den Anfänger gut zu verstehen ist. Leider besitzt es keine ‘Echtzeitfähigkeit’, die jedoch mit dem aktuellen Nachfolgegerät DV Station II erreicht sein soll. Die Audio-Bearbeitung ist aber zu kompliziert, auch ist nur eine Videospur vorhanden, so daß keine Bluebox-Effekte möglich sind. Ebenso sind nur harte Schnitte zu realisieren.“ Überhaupt macht das Nachfolgegerät einen kompletteren Eindruck. So ergibt sich für die praktische Arbeit eine Zeitersparnis, wenn zumindest die wichtigsten Übergangseffekte nicht mehr berechnet werden müssen.

quickpoint

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

„Was könnte verbessert werden?“ Günter Bertram: „Da ich zum Teil mit mehreren Gruppen gleichzeitig arbeite, beinhaltet die Festplatte der DV Station meist das Videomaterial mehrerer Projekte. Hier stößt die Platte schnell an ihre Grenzen. Eine größere Festplatte von z. B. 60 Gigabyte wäre sehr hilfreich.“

Raptor Edit kann die Musik einer eingelegten Audio-CD nicht in das nötige Wave-Dateiformat umwandeln. Hierzu müssen zusätzliche Programme wie z. B. Win DAC eingesetzt werden, die jedoch nicht zur Grundausstattung der DV Station gehören. Auch hier sollte bei einer Weiterentwicklung des Systems Abhilfe geschaffen werden.“

Bertram scheut aber auch keinen Vergleich mit längst etablierten Nachbearbeitungssystemen: „Ich hatte in der Vergangenheit die Möglichkeit, auch mit dem vielgerühmten Casablanca-Schnittsystem zu arbeiten. Im Vergleich schneidet aus meiner Sicht die DV Station von Canopus besser ab. Bei Casablanca war das Arbeiten mit dem Trackball gewöhnungsbedürftig. Auch benötigte ich einige Zeit, bis ich mich mit der Oberfläche des Casablanca-Betriebssystems vertraut fühlte. Das Rendern der digitalen Effekte beansprucht bei der DV Station sehr viel weniger Zeit als bei dem von mir getesteten Casablanca-Schnittsystem.“ Wer mehr wissen will: www.justedit.de

Sie sitzen auf zu hohem Rosse, die V.ER-Di-Gewerkschaftsbosse!

„Jetzt sind endlich die Beschäftigten dran“, so tönte der neue Verdi-Chef Frank Bsirske in der Welt am Sonntag am 3. Februar. Und weiter: „Die Lohnzurückhaltung hat nicht funktioniert.“ Schon in meinem letzten Kommentar mußte ich schreiben, daß sich die Verdi-Bosse von der Bescheidenheit bei Lohnforderungen verabschiedet haben. Je mehr ich in der Wirtschaftspresse, wie der FAZ, der Financial Times, dem Spiegel und der Welt am Sonntag usw. lese, erstaune ich darüber, mit welcher Dreistigkeit die Gewerkschaftsfunktionäre um „Zwickel und Co“ zur Zeit auftreten. Sie glauben, sich eine Forderung mit 6,5 % Lohnerhöhung leisten zu können, weil sie ja schließlich unsere Regierung mit an die Macht gebracht haben. Dank ihrer Millionen-Unterstützung und der Möglichkeit, den Zwickel-Stellvertreter, Herrn Riester, als Minister in der Koalitionsregierung mit einem Ministerposten untergebracht zu haben, sitzen sie auch noch mit einer Reihe von Mitgliedern bei jeder Gesetzesänderung oder -verabschiedung mit dabei, um zu kontrollieren, daß alles, was unsere Regierung beschließt, nur ja richtig im Gewerkschaftssinne läuft.

Ich kann jetzt also nur den Vers dichten: „Herr Schröder kriegt jetzt keine Ruh, die Zwickelmühle zieht sich zu. Ein hoher Lohn ist jetzt gefragt, doch hat Herr Schröder nein gesagt!“

Forderungen ohne Rücksicht darauf, ob die Zahl der Arbeitslosen zunehmen wird und ob die betroffenen Betriebe weitere Lohnerhöhungen, die über der Teuerungsrate liegen, verkraften können. Obwohl z. B. die „Welt am Sonntag“ am 17.02.2002 noch warnen mußte: „Steigende Schulden gefährden deutsche Großkonzerne.“, bereitet man jetzt schon Streiks vor!

Ich finde, daß die Dreistigkeit der Gewerkschaftsbosse schon beinahe bewundernswert ist. Wenn man sich die Lohnabschlüsse der letzten vier Jahre im Durchschnitt ansieht, dann hat die IG-Metall immer noch die höchsten Lohnforderungen mit durchschnittlich von 2,7 % durchsetzen können. Dieser Prozentsatz liegt über der allgemeinen Teuerungsrate, und darum haben die Metall-Arbeitnehmer, die weltweit an der Spitze liegen, ihr Einkommen doch noch weiter steigern können! Am schwächsten kam

das Baugewerbe weg, mit durchschnittlich 2 %, gegenüber den Banken mit 2,35 %, der chemischen Industrie mit 2,4 % und dem Einzelhandel mit 2,575 % durchschnittlicher Lohn- bzw. Gehaltserhöhung.

Die heutigen Zwickel-Vorstellungen hatten Anfang des vorigen Jahrhunderts sicher ihre Berechtigung, was uns in den letzten 50 Jahren ein Arbeiterproletariat erspart hat. Aber die Zeiten haben sich, besonders durch die Globalisierung, geändert. Wenn man jetzt schon weltweit gesehen Spitzenlöhne erreicht hat und noch mehr verdienen will, dann kann das nur auf der Basis einer paritätischen Partnerschaft zwischen Unternehmern und Arbeitnehmern erfolgen. Insofern, daß man bei guten Geschäftsergebnissen die Mitarbeiter am Gewinn teilhaben läßt, daß sie aber auch entsprechende Kürzungen hinnehmen müssen, wenn unterm Strich nichts oder sogar rote Zahlen übrig geblieben sind.

Natürlich sind die Gewerkschaften daran interessiert, die Arbeitnehmer standes-

mäßig immer noch fein säuberlich aufzuteilen nach Angestellten, Leistungslöhnen und Zeitlöhnern, weil man dann auf diesem Klavier viel besser spielen kann, als wenn man alle gleich behandelt und nur noch von Arbeitnehmern spricht. Im Augenblick herrscht an der Tariff front noch Ruhe, obwohl hinter den Gewerkschaftskulissen schon kräftig daran gearbeitet wird, die Mitglieder auf Streik einzustimmen. Es soll aber erst nach Ostern richtig losgehen, so daß wir uns, von der gesamtwirtschaftlichen Situation betrachtet, in Sachen Streiks auf ein heißes Frühjahr einstellen müssen. Sofern nicht doch bei vielen Arbeitnehmern die Erkenntnis reift, daß wir erst einmal wieder in den Betrieben Geld verdienen müssen und wieder eine Wirtschaftslokomotive in Europa werden, und daß die Lohn-Taube in der Hand doch immer besser ist, als die Arbeitslosen-Krähe auf dem Dach.

Wenn ich jetzt zum Schluß noch das mit einbeziehe, was ich auf dieser Seite noch gesondert über den Fußball geschrieben habe, dann komme ich immer mehr zum Schluß, daß Friedrich Schiller 1799 in seinem „Lied von der Glocke“ richtig geschrieben hat: „Jedoch der schrecklichste der Schrecken, das ist der Mensch in seinem Wahn!“

H. J. Blömer

Warum mir die Freude am Fußballspiel verleidet ist

Als ich 1940 in die Jugendabteilung des Turn- und Rasensport Union 1880 e.V. in Düsseldorf eingetreten bin, konnte ich nicht wissen, daß es heute Fußballspieler gibt, wie der Franzose Zinedine Zidane bei Real-Madrid, die pro Tag 28.767,- Euro oder umgerechnet DM 56.263,- verdienen (natürlich ohne das, was aus den Werbekassen repräsentativer Firmen dazu kommt). Zidane erreicht mit seinen 20–30 Millionen im Jahr zwar nicht einen Michael Schumacher, der es alleine schon auf DM 50 Millionen gebracht hat (ohne Werbeeinnahmen), der aber bei jedem Rennen Kopf und Kragen riskieren muß, was denn noch eine andere Dimension ist, als das, was unsere Fußballtreter aufwenden müssen. Der nachdenklich geschriebene Bericht in der FAZ vom 25. Januar 2002 zitiert eine Krankenschwester, die eine Bezahlung wie bei Zidane gegenüber dem, was sie bekommt und was sie tun muß, als ungerecht empfindet.

Bisher habe ich immer gesagt, ich weiß nicht, was soziale Gerechtigkeit ist, aber bei diesen Geldern, die die Fußballspieler einstreichen, wird mir klar, daß ich langsam weiß, was soziale Ungerechtigkeit ist.

Leider muß ich mir selbst den herben Vorwurf machen, daß ich oder meine Söhne keine Fußballer geworden sind und immer geglaubt haben, Erfolg und Geld verdienen seien nur mit relativ viel Arbeit, Disziplin und Einsatz verbunden. Wenn ich dann aber lesen muß, daß so ein Torhüter bei den Bayern, wie Oliver Kahn, „jeden Pfennig, den ich verdiene, als absolut gerechtfertigt“ ansieht, dann scheint mir,

daß dieser Herr offensichtlich jeden Maßstab für seine Arbeitsentlohnung verloren hat.

Trotzdem möchte ich den Spielern nicht vorwerfen, daß sie soviel Geld nehmen, wie sie kriegen können. Die eigentlichen Verursacher sind diejenigen, die ihnen das Geld zahlen, seien es Club-Manager oder Vertreter der werbenden Industrie. Wenn ich dann noch höre, daß Leute wie Herr Beckenbauer und viele andere ihre hohen Einkommen nicht in Deutschland versteuern, wo sie das Geld scheffeln, sondern günstig in irgendeinem Ausland, dann scheint mir, daß damit die soziale Ungerechtigkeit, die wir erleben, noch um ein Vielfaches gesteigert wird. Ich kann zum Schluß nur resigniert feststellen: „Und das dumme Volk klatscht Beifall.“



Virtuelle Informationsplattform für den Fotohandel



Darstellung gegebenenfalls inklusive Foto liefert weitere Details zu der betreffenden Meldung. Über die Funktion „Schnellsuche“ hat der Anwender die Möglichkeit, nach für ihn persönlich relevanten Themen zu fahnden. So kann er beispielsweise den Begriff „Digitalkameras“ eingeben und erhält innerhalb kürzester Zeit alle unter den Neuheiten aufgeführten News zu diesem Stichwort. Weitere auf der



Die Möglichkeit eine kostenlose Kleinanzeige aufzugeben, liefert die Rubrik „Pinnwand“. Wer Glück hat, kann hier auch ein lang gesuchtes „Kameraschätzchen“ entdecken.



Startseite angebotene Rubriken sind Pinnwand, Terminkalender, der grosse foto-katalog und das ifc-Heftarchiv. Neben den virtuellen Seiten des „grossen foto-katalogs“ gehören die Neuheiten-Meldungen zu den am häufigsten aufgesuchten Seiten des Internetauftritts.

Pinnwand

Ebenfalls häufig besucht wird der Link „Pinnwand“. Hier bieten wir den Gästen unseres Internetauftritts Gelegenheit,

www.foto-contact.de

Unter der Adresse www.foto-contact.de finden die Leser unserer Zeitschrift den Internetauftritt von **imaging+foto-contact**. Neben einem umfangreichen Heft-Archiv gibt es hier Links zu den aktuellen Neuheiten der Imaging- und Fotobranche, eine Pinnwand für den An- und Verkauf von Produkten und eine virtuelle regelmäßig aktualisierte Ausgabe des grossen foto-katalogs.



Eine interne Auswertung der Besuche der **imaging+foto-contact**-Homepage hat ergeben, daß innerhalb einer Woche im Durchschnitt 17.000 Seiten des ifc-Auftritts heruntergeladen werden.

Drei Adressen führen zum Internetauftritt von **imaging+foto-contact**. Zum einen ist er über den Verlagsauftritt unter www.cat-verlag.de unter An klicken des entsprechenden Buttons zu finden, zum anderen durch die Eingabe der Adresse: www.foto-contact.de, und drittens kann er über die Adresse www.worldofphoto.de erreicht werden. Die Startseite des foto-contact-Auftritts eröffnet den Blick auf die Neuheiten-Meldungen. Innovative Produkte, personelle Entwicklungen und Veranstaltungen finden sich hier brand-aktuell in Kurzform dargestellt und werden täglich aktualisiert. Ein Klick auf die Meldung und eine ausführlichere

Die fortlaufend aktualisierte Startseite des **foto-contacts** informiert die Besucher der Webseite über neue Produkte und Branchenneuheiten.



Wer auf der Suche nach einem bestimmten Artikel ist, der in der Zeitschrift imaging+foto-contact erschienen ist, wird im PDF-Archiv fündig. Der gefundene Artikel kann direkt heruntergeladen und ausgedruckt werden.



kostenlos Kleinanzeigen aufzugeben. Wer schon längere Zeit auf der Suche nach einem Sammlerstück ist oder selber beispielsweise eine Kamerararität anbieten möchte, ist hier genau richtig. Aber auch Objektive, Blitzanlagen, Studiohintergründe und Printer stehen hier zur Disposition. Zusätzlich können Jobangebote und -Gesuche einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Ebenfalls für mögliche Inserenten offen stehen die Rubriken „Dienstleistungen“ und „Sonstiges“. Die Aufgabe einer kostenlosen Kleinanzeige gestaltet sich dabei ganz einfach. Nach dem Anklicken des entsprechend gekennzeichneten Feldes öffnet sich automatisch eine Maske, unter der die gewünschte Rubrik, Überschrift der Anzeige, Anzeigentext sowie die E-Mailadresse des Anzeigenkunden eingetragen werden. Nach Anklicken des Buttons „Anzeige aufgeben“ steht das Inserat sofort im Internet zur Verfügung. Um die Aktualität zu bewahren, werden Anzeigen nach 14 Tagen wieder gelöscht. Der „Terminkalender“ hält zahlreiche für die Branche interessante Termine wie Messen, Kongresse, Kamerabörsen und Fotoausstellungen bereit.

Fotokatalog

Unter der Rubrik „der grosse foto-katalog“ findet sich die virtuelle Fassung des jährlich erscheinenden Standardwerks des C.A.T.-Verlags. Die laufend aktualisierte Produktdatenbank ist eine wertvolle Ein- und Verkaufshilfe für den Fotohandel, die die Vielfalt und Innovationskraft der internationalen Fotoindustrie durch die hier aufgeführte Fülle von Produkten und Systemen ausdrückt. Die Startseite listet von „A“ wie APS bis „V“ wie Video insgesamt 25 Produktkategorien auf, unter denen gesucht werden kann. Wählt der Besucher der Seiten beispielsweise die Kategorie „Digitalkameras“ werden ihm innerhalb von Sekunden die ersten fünfzig Produkte aufgelistet. Durch Anklicken eines dieser Produkte gelangt er auf die Folgeseite, die ihm neben einem Produktfoto detaillierte technische Daten anzeigt. Wer auf der Suche nach einem Produkt eines bestimmten Herstellers



Reichhaltiges Potential für die Suche nach einem bestimmten Produkt beziehungsweise nach der Produktpalette eines Herstellers bietet die Rubrik „der grosse foto-katalog“. Nach dem Aufrufen des gesuchten Produkts erscheint eine Seite, die sowohl ein Foto als auch die technischen Daten auflistet.



oder nach dessen Gesamtsortiment ist, findet hierfür einen weiteren Suchbutton.

Abonnenten, denen eines unserer Hefte verlorengegangen ist und die auf der Suche nach einem ganz bestimmten Artikel sind, und alle übrigen Besucher der foto-contact-Seite, die mal in den Inhalt der größten Fachzeitschrift der Fotobranche blicken wollen, ist das PDF-imaging+foto-contact-Archiv zu empfehlen, das von Jahrgang 1998 bis zur aktuellen Ausgabe alle Artikel zum Download bereithält.

Wer danach ein Original-Heft in den Händen halten möchte, kann ein kostenloses Probeheft über eine E-Mail-Maske, die sich nach dem Anklicken des Buttons „Gratis-Heft anfordern“ öffnet, bestellen.

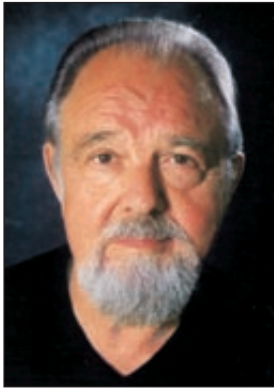
PoS-MAIL

Spätestens nach dem Einzug der digitalen Technologien und Produkte in die Fotobranche wurde deutlich, daß eine strikte Trennung ehemals getrennter multimedialer Bereiche nicht mehr zeitgemäß ist. Darum darf auf der imaging+foto-contact-Seite auch nicht der Link zum Internetauftritt unserer Zeitschrift „PoS-MAIL, Informationen für das High-Tech-Marketing“ fehlen. Sie stellt ein kompetentes Medium für aktuelle Informationen aus den Bereichen Telekommunikation, Informationstechnik und Unterhaltungselektronik dar.

Den Abschluß der i+fc-Seiten bietet ein E-Mail-Button, der den direkten Kontakt zu dem in Ratingen ansässigen Fachverlag C.A.T.-Verlag Blömer GmbH herstellt.

Noch ein Tip: Die Verlagsinternetseite bietet Buttons zu weiteren Medien und Internetauftritten, die vom C.A.T.-Verlag angeboten werden, darunter beispielsweise PrePress, die Zeitschrift für Publishing und Druck oder der Internetauftritt „World of Print“ mit Informationen rund um den Digitaldruck und das Computer Publishing. höl





Horst Dieter Lehmann

Vorfrühling

So wie bekanntlich eine Schwalbe noch keinen Sommer macht, ist ein strahlend blauer Himmel mit Temperaturen wie im Mai noch nicht das Ende des Winters, sondern ein absoluter Rekord für Anfang Februar. Weder in Holland noch in Deutschland konnte man vorhersehen, daß der 2.2.2002 ein traumhafter Tag

für die Hochzeit werden würde. Die Standesämter waren für den Ansturm gerüstet, die Kirchen ohnehin. Doch der Vergleich mit der „Schnapszahl“ anno 9.9.99 fiel deutlich niedriger aus. Das lag in erster Linie an der Jahreszeit, denn der Februar ist nun mal kein Hochzeitsmonat. Einige Städte und Städtchen nutzten den Tag, der ja zudem ein Samstag war, für ihre Hochzeitsmessen.

Die Doppelseite einer Zeitung in einer Großstadt im Norden hatte da nur eine ungünstige Einleitung gefunden. Bevor sich die ausstellenden Firmen präsentierten, wurde auf das gestiegene Alter der Hochzeitswilligen hingewiesen. Daran ist ja weiter nichts zu beanstanden. Dann folgte jedoch der Hinweis, daß ohnehin jede dritte Ehe eher früher als später in die Brüche geht. Leider zu bedauern und allzu wahr, aber an dieser Stelle ein Schlag in die Hochzeitstorte.

Der Porträtist und Hochzeitsfotograf darf beim leichten Frühlingslüftchen aber mit ein wenig Vorfreude darauf hoffen, daß für ihn und seine Kollegen möglichst viele Hochzeiten den Weg zum Fachmann (!) finden. Dann soll es viele Rosen ohne Dornen regnen, von einem Himmel wie am 2. Februar.

Ganz andere Überraschungen stehen uns aber ins Haus – in der Fotografie und allem, was damit zusammenhängt, tut sich viel. Manchmal zu viel! Da kann der Fachmann leicht die Übersicht verlieren.

Eine klare Linie

wäre vielleicht für alle Beteiligten vorteilhafter. Fangen wir bei den Formaten an. Was soll, bitte sehr, das neue Format 11 x 17 bewirken? Wo liegt der Vorteil gegenüber dem altbewährten 13 x 18? Trotz massivster Werbung konnte APS die formulierten Erwartungen nicht erfüllen.

Lag es daran, daß Digital vor der Tür stand oder die drei möglichen Formate doch nicht so verlockend waren?

Das Format 7 x 10 ist beinahe vergessen. 9 x 13 wurde durch 10 x 15 immer mehr verdrängt. Dazu trugen auch die Labore mit ihren Auftragsaschen bei, auf denen das 10 x 15-Format suggestiv in den Vordergrund gerückt wurde, was beim Kunden auch meist sehr gut ankam. Ein gutes Format mit dem seit Jahrzehnten beinahe unschlagbaren Kleinbildfilm. Erwähnenswert an dieser Stelle ist die hervorragende Qualität des 200er Films. Wir erzielen mit der Spitzenkleinbildkamera so gute Ergebnisse, die früher nur mit dem Mittelformat erreicht werden konnten.

Bei den größeren Formaten ist auch das 15 x 20-„Fachformat“ zu erwähnen. Die Wirkung ist ähnlich wie bei einem

9 x 13-Bild, verglichen mit dem 10 x 15 Gegenstück, wenn man das 15 x 20 Exemplar einem 13 x 18 gegenüberstellt.

Der Amateur beklagt jedoch des öfteren den Platzbedarf solcher großer Aufnahmen in seinen Fotoalben. Weitaus bedeutender für dieses und die nächsten Jahre aber ist das

Wort des Jahrzehnts: Digital!

Wir wissen, wie viele Digitalkameras bei Aldi in drei Stunden verkauft wurden. Andere Anbieter hatten nicht ganz so viele Kameras an den „Digitalisten“ bringen können, aber das Ergebnis war über alle Erwartungen gut.

Kamera verkauft und Kunde weg kann aber nicht die Lösung sein! Wir Händler sollten die „Bildermacher“ sein und mit vielen verkauften Bildern und einer vernünftigen Rendite die Anlaufstelle für den Amateur bleiben – und das in zunehmendem Maße.

Dabei ist es egal, ob der Amateur nun analog oder digital fotografiert. Wichtig ist, daß das Bild in der Hand, im Album, im Rahmen und bei der Großmutter auf der Kommode nicht aus der Mode kommt, sondern als Endresultat der Wunsch der Spaßfotografier ist. Gleichgültig, ob sie nun die preiswerte Kleinbildkamera benutzen oder die zumeist etwas teurere Digitalkamera der „Computergeneration“.

Und dann gibt es noch ein Thema, welches zuletzt ad acta gelegt wurde:

Die Pauschale

Wie APS begann diese Aktion mit einem „Fehlstart“. Kommando zurück, auf ein Neues. Die Preise wurden erhöht, hinzu kam die Pauschale. Nur, wie sage ich's meinem Kunden? Wie mache ich ihm die Pauschale plausibel?

Ein Labor erhöhte in diesem Jahr die Preise, ließ die Pauschale aber fallen. Was machen die anderen? Überwältigend gut sieht es nirgendwo an der Front aus. Wie sollte es anders sein, bei Bilderpreisen von 5 Cent?

Ohne Hellseher zu sein, könnte man voraussagen, daß die Preise auch beim Bild aus der digitalen Kamera, wenn es erst in die Massenfertigung geht, ein Kellerdasein führen werden. Vorerst aber gilt es, mit allen verfügbaren (Werbe-) Mitteln dem Verbraucher klarzumachen, daß er mit seiner Technik und seinen Bildern bei uns in guten Händen ist.

Dabei käme dem Amateur (und auch uns) die eingangs erwähnte „klare Linie“ zugute. Noch gibt es einige Fotografen und Händler, die sich bestens mit der Schwarzweißtechnik auskennen und sogar in der Lage sind, hochwertige Schwarzweißbilder herzustellen. Beim Nachwuchs? Fehlanzeige! Dafür, das muß man zugeben, kennt sich die Computerjugend besser mit den neuen Spielregeln aus. Ein Universalgenie wird selten geboren, ein Alleskönner auch nicht. Umfassende Kenntnisse sind von jeher nur durch Fleiß zu erringen.

Dieser Fleiß müßte dann aber auch belohnt werden, und das fängt beim Lob an und hört mit klingendem Euro nicht auf. Der Vorfrühling sollte ein Vorgeschmack auf blühende Felder und Auen sein. Wunder gibt es immer wieder, selbst wenn es ein Maientag im Februar war.

Kompaktkamerafamilie Rollei Prego wächst weiter

Gleich fünf neue Modelle hat Rollei in seiner Kompaktkamerareihe Prego vorgestellt. Wichtigstes Unterscheidungsmerkmal der einzelnen Kameras ist ihre Optik: Das Topmodell, die Rollei



Prego 160, verfügt über ein Vario-Apogon 38–160 mm HFT, die Rollei Prego 120 besitzt ein Vario Apogon 38–120 mm HFT, die Rollei Prego 100 WA ist mit einem Vario-Apogon 38–105 mm HFT ausgestattet, im Gehäuse der Weitwinkel-Variante Rollei Prego 100 WA verbirgt sich ein Vario-Apogon 28–100 mm HFT, und die Rollei 90 schließlich hält die Motive mit einem Vario-Apogon 38–90 mm HFT fest. Gemeinsam sind allen neuen Pregos dagegen das robuste Aluminium-Gehäuse und das passive Autofokussystem. Außerdem bieten sie

jeweils ein integriertes Blitzgerät mit verschiedenen Funktionen, programmgesteuerte Belichtungsautomatik mit mehreren Meßfeldern und einen hellen Realbildsucher mit Autofokussuchfeld. Weiterhin besteht bei allen fünf neuen Modellen die Möglichkeit zur Dateneinbelichtung in fünf verschiedenen Versionen. Die empfohlenen Verkaufspreise liegen im Bereich von 249 Euro (Rollei Prego 90) bis 339 Euro (Rollei Prego 160).

Rollei modifiziert den Klassiker Rolleiflex 2,8 GX

Nach der Rollei 2,8 F Mini, die Ende des vorigen Jahres auf den Markt kam, hat Rollei seinen zweiäugigen Klassiker Rolleiflex 2,8 GX jetzt in einer weiteren, modifizierten Variante vorgestellt. Diese Version trägt den Namen Rolleiflex 2,8 FX und vereint das klassische Konzept mit modernem Belichtungskomfort. Zur technischen Ausstattung gehören das Aufnahmeobjektiv Planar 2,8/80 mm HFT sowie TTL-Belichtungsmesser und TTL-Blitzinnenmessung in Verbindung mit einem SCA 356-Adapter. Der Zentralverschluß arbeitet mit Verschlusszeiten zwischen einer und 1/500 Sekunde. Zwei SI-Fotoelemente hinter dem Sucherspiegel sorgen für eine mittenbetonte Integralmessung. Die jeweilige Anzeige erfolgt im Sucher über eine Lichtwaage,

und zwar abgestuft in 1/2 EV. Äußerlich zeigt sich die moderne Variante wie schon das klassische Modell: Die Kamerabelederung ist in braunem Rindsleder mit Krokoprägung gehalten. Der Schriftzug auf der Vorderseite ent-



spricht genau dem der Rolleiflex der 30er Jahre. Außerdem besitzt die Kamera eine mit verchromten Seitenkanten versehene Rückwand. Die Rolleiflex 2,8 FX ist ab März lieferbar. Unverbindliche Preisempfehlung: 3.495 Euro.

Minolta Riva Zoom Kameras besitzen ein neues, superschnelles AF-System

Minolta hat zwei Kompaktkameras mit einem neu entwickelten AF-System und der nach eigenen Angaben schnellsten Autofokus-Geschwindigkeit der Welt vorgestellt: die Riva Zoom 160 und die Riva Zoom 140. Beide Kameras verwenden Minoltas neues Area AF-System. Um auf ein Objekt zu fokussieren, ist es nur erforderlich, die Kamera ans Auge zu halten. Die Sensoren am Sucher aktivieren dann alle wichtigen Systeme der Kamera. Der große „Multi-line“-CCD-Bildsensor erkennt das Hauptobjekt und berechnet reaktionsschnell, präzise und flexibel Position und Entfernung sowie die Lichtverhältnisse und paßt Schärfe und Belichtung kontinuierlich an. Das Area AF-System verwendet nach Angaben Minoltas eine bahnbrechende Technologie für außergewöhnliche Leistung: Größtes AF-Meßfeld der Welt in einer Kleinbildkamera, erste Kompaktkamera der Welt mit Objekterkennungssystem,



erste Kompaktkamera der Welt mit Prädiktions-Autofokus, erste Kompaktkamera der Welt mit Matrix AF-Indikator und automatischer LED-Helligkeitssteuerung. Im schlanken Gehäuse der neuen Riva Zoom Kameras ist ein leistungsstarkes Zoomobjektiv eingebaut: Die Riva Zoom 160 besitzt ein 5,4–12,4/37,5–160 mm Objektiv, die Riva Zoom 150 ist mit einem 5,4–11,7/37,5–140 mm Objektiv ausgestattet. Weitere Ausstattungsmerkmale sind der geräuscharme Filmtransport, der Verriegelungsmechanismus, der ein versehentliches Öffnen der Filmkammer verhindert, Blitzautomatik mit Vorblitzfunktion, automatische Filmeinfädung und automatischer Transport bis zum ersten Bild sowie automatische

Filmrückspulung, programmierte Belichtungsautomatik, Selbstauslöser, manuelle Belichtungskorrektur und Dauerlauf-Filmtransportfunktion. Beide Kameras sind auch als Modell mit Datenrückwand und Fernsteuerungsfunktion erhältlich.

Polaroid „P“ Sofortbildkamera zeigt sich im neuen Jahr in neuem Design

Polaroid hat die Sofortbildkamera P, die vor drei Jahren auf den Markt gekommen ist, „runderneuert“, um den Wunsch vieler Kunden nach einem Fotogerät mit dem gewissen Etwas zu erfüllen. Die glänzende Ausführung der 600-Serie von Polaroid strahlt in dezent-mattem Silber-Finish, geöffnet erscheint der Schriftzug der P Cam auf dunklem Blau. Gefällig zeigt sich auch die neugestaltete Verpackung. In



strahlendem Blau mit Abbildungen der Sofortbildkamera auf Front- und Rückseite soll die Box in jedem Regal die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Mit der P Cam wird der Polaroid 600 extreme Sofortbildfilm verwendet. Ein Film ist schon im Kamera-Set enthalten. Die

quickpoint

47638 Straelen • Tel. (0 28 34) 10 84

Die einzigen Diarahmen mit

- * Format-Indikatoren
- * Haftfixierung
- * Seitenkennung

Polaroid P zeichnet sich durch die sprichwörtliche Zuverlässigkeit der Polaroid 600 Kamera aus und wird mit einer integrierten, vorgesetzten Nahlinse für Aufnahmen von 0,60 bis 1,20 m geliefert. Für Nahaufnahmen wird – bei aufgeklappter Kamera – der Schalter auf der Vorderseite auf das Porträtsymbol gestellt. Zur zusätzlichen Kennzeichnung erscheint dann im Sucher ein ovaler Rahmen, der das richtige Anvisieren des Motivs erleichtert. Die Naheinstellung schaltet sich automatisch ab, sobald die Kamera geschlossen wird. Für

CD-Ständer in formschönem Design

Zubehörspezialist Hama setzt bei seinem neuen Archivierungs-Rack für CDs und CD-ROMs ganz auf formschönes Design: Die exklusiv von Hama erhältliche „CD Bridge“ präsentiert sich in einer Kombination aus mokkafarbenem Echtholz und silbernem Metallbogen. In den Einkerbungen der Holzbrücke, durch die beide Bogenenden verbunden sind, lassen sich 16 CDs unterbringen und schnell durchblättern. Die unverbindliche Preisempfehlung für die CD Bridge lautet zirka 15 Euro.



Aufnahmen von 1,2 m bis unendlich muß der Schalter auf das zweite Symbol für Landschaftsaufnahmen zeigen. Die intelligente Belichtungssteuerung mit automatischem Aufhellblitz sorgt innen wie außen stets für optimale Lichtverhältnisse. Für

eine auffallende Platzierung stellt Polaroid dem Handel ausgefallenes, praktisches Display-Material und ansprechende, austauschbare Top-Schilder zur Verfügung.



b+h stellte auf der Frankfurter Ambiente neue Rahmenmodelle vor

Bilderrahmen-Hersteller Becker + Hach (b+h) hat auf der Ambiente in Frankfurt eine Reihe neuer Rahmenmodelle vorgestellt. Dazu gehörten spezielle, hochwertige antike Gold- und Silberrahmen der Serie „Elegance“ ebenso wie Aluminium- und Holzrahmen in neuen Farben und Formaten. Auf großes Interesse bei den Messebesuchern stieß unter anderem der Aluminium-Rahmen Carina, der in einer neuen abgewinkelten Form den Bildern eine besondere Plastizität verleiht und dadurch deren Wirkung effektiv unterstreicht. Neue



Holzrahmen wie das Modell Helia oder die Erweiterung der Be Happy-Serie durch das Modell BG folgen aktuellen Trends. Mit Energy Art Frame präsentierte b+h außerdem sein neuartiges, patentiertes Bilderrahmensystem. Während herkömmliche Bilderrahmen flach an der Wand hängen, scheint Energy Art Frame vor der Wand zu schweben.

Das Bild befindet sich zwischen zwei in den Raum hinein gebogenen Acrylglasscheiben, die rundherum um das Motiv herausragen und so für den plastischen Eindruck sorgen.

Mit neuen Produkten war Pentax auf der PMA in Orlando vertreten: Neben einer neuen Spiegelreflexkamera für Einsteiger und zwei neuen Kompaktmodellen der Espio-Reihe gab es auch zwei Objektive für die Autofokus-Mittelformatkameras Pentax 645 N und Pentax 645 N II zu sehen.

Bei der neuen MZ-60 Quartz Date handelt es sich einer Pentax Pressemitteilung zufolge um eine attraktive Einsteigerkamera mit überzeugenden Features zum bemerkenswerten Preis. Wie auch die anderen Spiegelreflexkameras aus dem Hause Pentax überzeugt das neue Modell nach Angaben

Mit der Espio 115V und der Espio 80V hat zur PMA auch die Espio-Familie zwei weitere Familienangehörige aufgenommen. Die silberfarbene Kleinbild-Kompaktkamera Pentax Espio 115V ist mit einem Dreifach-Zoomobjektiv 4,3–12,2/38–115 mm ausgestattet. Mit einem Gewicht von 240

Gramm und ihren Abmessungen von 120,5 x 70,5 x 49,3 mm bietet sie sich als

Espio-Familie wächst weiter

Immer-Dabei-Kamera an. Ein präziser aktiver Infrarot-Autofokus ermöglicht Aufnahmen ab einer Motiventfernung von 80 Zentimetern. Die korrekte Belichtung der Aufnahmen erfolgt über die Programmautomatik mit Verschlusszeiten zwischen 1/500 Sekunde und zwei Sekunden. Weitere Features sind das integrierte Blitzgerät mit Red Eye Reduction-Funktion, motorische Filmtransportfunktionen, die automatische Erkennung der Filmempfindlichkeit, ein Display auf der Kameraoberseite und der Selbstauslöser mit zehn Sekunden Vorlaufzeit.

Die Espio 115V ist ab Frühjahr auch als Data-Version erhältlich. Voraussichtlicher Verkaufspreis: ca. 130 Euro.

Abgerundet wurde das Pentax Neuheiten-Sortiment durch die Espio 80V. Ihre wichtigsten Kennzeichen sind: Zoomobjektiv 6,3–12,5/38–80 mm, Verschlusszeiten 1/300 bis zwei Sekunden, Naheinstellgrenze 80 cm, integriertes Blitzgerät, Selbstauslöser, Abmessungen: 120,5 x 70,5 x 53 mm, Gewicht: 230 g. VK-Preis: ca. 100 Euro.

SLR-Einsteiger finden bei Pentax ein neues Modell

des Herstellers durch robuste Bauweise, die ausgesprochen bedienungsfreundliche Ausstattung und die hochwertige Abbildungsqualität. Die Kamera verfügt über den Pentax Picture Mode, der das schnelle Wechseln zwischen sechs verschiedenen Automatikprogrammen (Standard, Porträt, Landschaft, Nahbereich, Action und Abendlicht) ermöglicht. Die Belichtung kann darüber hinaus manuell oder per Zeit- oder Blendenautomatik geregelt werden. Für kreatives Fotografieren steht außerdem die Funktion Langzeitbelichtung (B) bereit. Das präzise „Savox V“ Autofokussystem der MZ-60 Quartz Date gewährleistet die schnelle und einfache Scharfstellung. Der integrierte Automatikblitz wird aktiviert, sobald die Lichtverhältnisse nicht optimal sind. Er lässt sich aber auch ausstellen und bietet die Red Eye Reduction-Funktion.

Ein großzügig dimensioniertes LCD-Display auf der Kameraoberseite und ein im Sucher integriertes Display sind weitere Ausstattungsmerkmale. Die MZ-60 Quartz Date belichtet Informationen zum Aufnahmedatum auf das Bild ein. Die Kamera wiegt 325 Gramm. Sie ist mit allen Objektiven der Pentax MZ-Serie kompatibel und soll im Frühjahr auf den Markt kommen. Unverbindliche Preisempfehlung: 199 Euro.



Zwei Mittelformat-Objektive erweitern die Produktpalette

Pentax hat auf der PMA zwei neue Objektive für die Autofokus-Mittelformatkameras Pentax 645 N und Pentax 645 N II vorgestellt: das Standard-Zoom Pentax SMC-FA 645 Zoom 5,6/55–110 mm und das Ultraweitwinkel Pentax SMC-FA 645 Zoom 4,5/35–55 mm. Das neue Standard-Zoomobjektiv besteht aus neun Elementen in neun Gruppen. Es beinhaltet ein „ED“-Element (Extra-Low-Dispersion) gegen Verzeichnung und das original Pentax „ghostless coating“ für scharfe, brillante und kontrastreiche Bilder selbst bei Gegenlicht. Der Bildwinkel reicht von 65° bis 35° (entspricht dem eines 35–70 mm Objektivs im Kleinbildformat). Das neue Zoom ermöglicht Nahaufnahmen ab 80 cm bei einer maximalen 0,16fachen Vergrößerung. Die Fokussierung ist auf

manuell umschaltbar. Das neue Ultraweitwinkel deckt die klassischen Weitwinkelbrennweiten (ca. 20–35 mm im Kleinbildformat) in einem Objektiv ab. Das Objektiv besteht aus elf Elementen in acht Gruppen mit zwei asphärischen Linsenelementen für höchste Abbildungsqualität. Während das hybride Element Verzeichnungen bis in die Ränder minimiert, verhindert das aus Glas bestehende Element Abbildungsfehler über den gesamten Zoombereich hinweg. Auch dieses Objektiv verfügt über „ghostless coating“. Der Nahbereich beginnt bei 40 cm über alle Zoombereiche hinweg bei einer maximal 0,21fachen Vergrößerung in der Zoomeinstellung 55 mm. Die Umschaltung auf manuelle Fokussierung ist möglich.

Wildlife Fotografien des Jahres –**Das Buch zum Wettbewerb**

Bereits im elften Jahr präsentiert der Tecklenborg Verlag die Siegerbilder des BBC Wildlife Photographer of the Year Fotowettbewerbs. Jahr für Jahr verzeichnet die BBC über 20.000 eingesandte Dias aus über 60 Ländern in verschiedenen Wettbewerbskategorien.



Rund 150 der eindrucksvollsten und ausdrucksstärksten Fotos wurden von der Jury ausgezeichnet. Dieses Jahr kommt der Gewinner des Wettbewerbs aus Deutschland.

In diesem Band vermitteln die Fotos faszinierende Einblicke in die Vielfalt unserer bedrohten Natur und liefern gleichzeitig einen Überblick über die Wege, die die Fotografen bei der Umsetzung ihrer Bildideen beschreiten. Bei der Betrachtung dieser Sammlung sieht man mehr als künstlerische Perfektion, technisches Können und die Schönheit der Natur. Die Fotos zeigen auch Grausamkeiten, weisen auf Aufgaben des Naturschutzes hin und fangen die letzten Reste verllorener Paradiese ein. Solche Arbeiten rufen unterschiedliche Reaktionen hervor. Sie erzeugen nicht nur Staunen und Bewunderung, sondern auch ein Gefühl für Verlust und Scham. Aber auch dem Alltäglichen, Kuriosen und der Abstraktion wird Raum gegeben.

Von Mega über Makro bis Mikro, von Schnee bis Sand, von Tag bis Nacht und vom Himmel bis zum Meer zeigt diese Bildergalerie Momente auf, die nahe der Perfektion zu sein scheinen.

Wie auch im vergangenen Jahr erscheint das Portfolio der Sieger in deutscher Übersetzung.

Wildlife Fotografien des Jahres, Portfolio 11, Das Buch zum Fotowettbewerb, 160 Seiten, ca. 150 Abbildungen, gebunden, 26 x 26 cm, Tecklenborg Verlag, Steinfurt 2001, ISBN 3-924044-93-7, Euro 38,50.

David Wilson:**Porträts**

Porträts sind immer eine Herausforderung für den Fotografen. Erst das richtige Arrangement aus Bildkomposition und Ausleuchtung verleiht dem Porträt seine Ausdrucksstärke. Vor allem aber gilt es, den richtigen Zeitpunkt abzupassen. Intention und Pose sind ebenso entscheidend wie der Aufnahmeort. Ob in der freien Natur oder im Studio, ob formelles Porträt oder Schnappschuß – David Wilson zeigt, wie's geht. In jeweils drei Schritten führt Wilson von der Impression über die Bildidee bis zur konkreten technischen und gestalterischen Umsetzung. Er dokumentiert die Wahl des Bildausschnitts und das Einfangen des entscheidenden Moments. Ebenso erläutert er den Einsatz von Farben, Hintergründen und Requisiten. Im Detail informiert der Autor über das Fotografieren mit natürlichem Licht in Innenräumen und im Freien sowie den Einsatz von Blitzlicht und Effekten. Tips zu einer sinnvollen Auswahl von Kamera und Zubehör zur Archivierung und zur Präsentation ergänzen den Band.

David Wilson präsentiert in seinem Buch eindrucksvolle Porträtaufnahmen, die eine Fülle an Anregungen und Inspirationen bieten. Dabei sind die kleinen Faustregeln am Rande sehr



hilfreich. „Porträts“, aus der Reihe „Einfach besser fotografieren“, ist zugleich eine Schule des Sehens wie auch der Gestaltung des Motivs zum perfekten Bild.

David Wilson, Einfach besser fotografieren: Porträts, 128 Seiten, 39 farbige, 77 Schwarzweiß-Abbildungen und 11 Skizzen. Format 19 x 22 cm, broschiert, Verlag Laterna magica, München 2001, ISBN 3-87467-782-6, Euro 19,95.

Jost J. Marchesi:**Photokollegium –****Ein Lehrgang über die technischen Grundlagen der Fotografie – analog und digital**

Die Reihe Photokollegium aus dem Verlag Photographie ist mehr und mehr zum Standardwerk für den Fotografie-Studenten und einem beliebten Nachschlagewerk über die technischen Grundlagen der Fotografie geworden. Der jetzt vorliegende Band 1 ist eine aktualisierte und völlig neu überarbeitete Neuauflage des als Selbstlehrgang konzipierten Werkes. Mit neuem Layout, neuen Grafiken und Bildbeispielen wurde das Werk auf den neuesten Stand gebracht.



Auch im Zeitalter der digitalen Fotografie ist für eine solide fotografische Grundausbildung unerlässlich, das Basiswissen der analogen Fotografie zu beherrschen. Dabei ist der Autor Marchesi, Dozent für Fotografie an der Allgemeinen Berufsschule Zürich und international anerkannter Autor zahlreicher fotodidaktischer Bücher und Zeitschriften-Serien, Garant für didaktisch eingängig vermitteltes Fachwissen.

Das Themenspektrum des Buches umfaßt lichtempfindliche Halogensilberschichten, Grundbegriffe der Sensitometrie, Filmverarbeitung in Schwarzweiß, Schwarzweiß-Filmmaterialien, fotografische Effekte und Systemfehler und lichtempfindliche Positivmaterialien.

Jost J. Marchesi, Photokollegium, Band 1, Ein Lehrgang über die technischen Grundlagen der Fotografie – analog und digital, 128 Seiten, 202 Abbildungen und Grafiken, Pb, Format 21 x 26,5 cm, Verlag Photographie, Gilching 2001, ISBN 3-933131-60-X, Euro 16,95.

Stargalla Training mit neuem Verkaufskonzept

Leopold Stargalla, betriebswirtschaftlicher Berater und Verkaufsförderer, stellt am 8./9. März im Hotel Bayerischer Hof in Erlangen sein neues und nach eigenen Angaben außergewöhnliches Verkaufskonzept vor. Jeweils um 10, 12, 14 und 16 Uhr erfahren die Zuhörer, wie sie mit einem „Will-ich-auch-Produkt“ ihr Kundenpotential viel besser nutzen, neue Kunden gewinnen und diese zu Stammkunden machen können. Die Referate dauern jeweils zirka eine Stunde. Genaue Informationen zu den Veranstaltungen gibt es bei der Stargalla GmbH, Hauptstraße 89, 91054 Erlangen, Telefon 09131/28225, Telefax 09131/50537.

CeWe Color lädt zu Portrait-Workshops ein

Die Oldenburger Fotofinishinggruppe CeWe Color bietet ab dem 18. März eine Reihe von digitalen Portrait-Workshops an. In vier Veranstaltungen, die jeweils über drei Tage dauern, wird das Thema „Digitale Portraitfotografie für professionelle Anwender“ behandelt. Referentin der Seminarreihe ist die Andernacher Fotografin Elfriede Twardy, die seit fast fünf Jahren nur noch digital fotografiert. Zu den vermittelten Techniken gehört das Bearbeiten und Retuschieren von Fotos, das Teilkolorieren von Bildern, das Schwarz/Weiß-Einfärben oder das Arbeiten mit Weichzeichnern. Darüber hinaus werden Fragen zur benötigten IT-Hardware, Ausgabemöglichkeiten, Handhabung in Verbindung mit konventioneller Ausrüstung (Einbindung vorhandener Kamera und Blitzanlage) oder der „Verwertungskette“ digitaler Bilddaten im Portraitstudio beantwortet. Die Teilnehmerzahl pro Seminarveranstaltung ist auf 13 Personen begrenzt. Jedem Teilnehmer steht ein eigener PC zur Verfügung, um das erlernte Wissen vor Ort in die Tat umsetzen und diverse Techniken testen zu können. Termine und Orte: 18.–20.3.: Bad Schwartau, bereits ausgebucht; 14.–16.4.: Zirndorf/Nürnberg; 12.–14.5.: Mönchengladbach; 9.–11.6.: München. Die Teilnahmegebühren betragen 450 Euro für CeWe Color-Kunden und 525 Euro für Nichtkunden. An-

meldungen unter folgender Adresse: CeWe Color AG & Co. OHG, Helmut Stöver, Meerweg 30–32, 26133 Oldenburg, Telefon 0441/404-467, Telefax 0441/404-404, email: stöver@cewe-color.de. Online-Anmeldung ist auch möglich unter <http://www.cewe.de/seminar/seminar1.html>.

Bildservice Wehmeyer in neuen Räumen

Zum vierten Mal in 22 Jahren ist Bildservice Wehmeyer aus den alten Räumen herausgewachsen und in eine größere Produktionsstätte eingezogen: Jetzt präsentiert sich das Unternehmen



Bildservice Wehmeyer residiert jetzt auch in diesem denkmalgeschützten Haus in Kyllburg.

in einem eigenen Betriebsgebäude in der Kyllburger Waldeifel. Damit verfügt der spezialisierte Fachhandel für digitale und fototechnische Bildverarbeitung in drei Häusern über erheblich erweiterte Flächen für Warenlager, Technik und Versand. Drei weitere Mitarbeiter wurden für die Auftragsbearbeitung und zur Verstärkung des technischen Außendienstes eingestellt. Im soeben erschienenen Hauskatalog werden einige tausend Artikel vorgestellt. Professionelle Kunden können sich im Haupthaus in Einzelterminen die EBV-Technik vorführen lassen. Ferner finden regelmäßig Schulungen zu verschiedenen Themen der digitalen Bildverarbeitung statt. Bildservice Wehmeyer ist zu erreichen unter: Bahnhofstraße 13–18, 54655 Kyllburg, Telefon 06563/962812, Telefax 06563/962813, und im Internet unter www.bildservice-wehmeyer.de.

Bis Juli müssen Labore den Gehalt an EDTA und PDTA halbieren

Die Fotobranche hat 1998 eine freiwillige Selbstverpflichtung zur Reduzierung von gewässerrelevanten, schwer abbaubaren Komplexbildnern gegenüber dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit abgegeben. Der Fachverband der Photochemischen Industrie, als Vertreter der Hersteller von Fotochemikalien, ist zusammen mit dem Bundesverband der Photo-Großlaboratorien (BGL) und dem Verband der Fotofachlabore (ALR) eine entsprechende Selbstverpflichtung gegenüber dem Bundesministerium eingegangen. Ziel ist die Reduzierung des spezifischen Eintrages an Ethylendiamintetraessigsäure (EDTA) und Propylendiamintetraessigsäure (PDTA) in das Abwasser um 50 Prozent.

Die Hersteller haben sich verpflichtet, Bleich- und Bleichfixierbäder mit einem um die Hälfte verringerten Gehalt an schwer abbaubaren Komplexbildnern zu entwickeln und anzubieten, da in diesen Bädern die wesentlichen Mengen (90 bis 95 Prozent) an EDTA und PDTA eingesetzt werden. Die Fotolabore haben sich ihrerseits verpflichtet, die neuen Bäder nach der Markteinführung innerhalb eines Jahres einzusetzen bzw. die angestrebte Reduzierung im Abwasser durch andere Maßnahmen zu erreichen. Das Umweltbundesamt überprüft die Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen.

Seit Ende Juli 2001 sind alle neuen Bleich- und Bleichfixierbäder von mehreren Herstellern verfügbar. Die neuen Bleichfixierbäder wurden als letzte Stufe der Selbstverpflichtung im Markt eingeführt. CN-Filmbleichbäder, nach den Anforderungen der Selbstverpflichtung, sind bereits seit 1998 und die neuen CN-Papierbleichbäder seit 1999 im Markt. Mit dem 21. Juli 2001 haben die Hersteller von Fotochemikalien die Selbstverpflichtung umgesetzt. Alle Anwender sind jetzt zur Reduzierung der eingetragenen Komplexbildnermengen ins Abwasser bis Juli 2002 verpflichtet. Gegenüber dem Bundesumweltamt ist der Nachweis der Umstellung zu erbringen.

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Gutgehendes Fotogeschäft-Shop mit Video Paß und Portrait, ausbaufähig. J.U. 270.000,- wegen Umzug zu verkaufen, PnV. Mittlere Kleinstadt in der Lausitz, Elbe/Elster-Kreis, Land Brandenburg. Chiffre 1203873

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

Gelegenheit für Schnellentschlossene Biete Übernahme meines Foto- und Einrahmungsgeschäftes wegen Ruhestand zum 1.10.2002, ca. 240 qm, beste, zentrale Lage in 77971 Kippenheim, Tel. 0 78 25 / 96 67, Fax 97 18

Verkaufe Olympus P400 Thermosublimationsdrucker A4, neuw. f. 400 € + MwSt. + Versand. Tel. 01 73/9 48 81 05

Verkaufe Reprokamera Geisler A0, Agfa Rapiline 86, Kontaktkopiergerät Theimer, Auswaschbecken mit Unterschrank, Siebenwicklungsbecken 300 x 145 cm, Verkaufspreis ca. 5.000,- EUR Tel. 0 22 41 - 40 26 10

Videopaßanlage VST mit Drucker für 6er Paßset zu verkaufen. Preis 2.750,- €. **Foto Hage** 07768 Kahla, Roßstr. 29 Tel. 0 36424/50327

Fotourlaub auf Großsegelschiff Juni und Juli: Holländische Inseln, Dia-Entwicklung an Bord Tel. 05121/63209, Fax: 05121/63460

-- CCS FORM UND LICHT -- Beam-CCS-Sola-Windowlight Tel.: 04265/8772 Fax: 8792

Minilabbetrieb / Fotogeschäft ca. 60 qm in Kreisstadt (90.000 Einw.) aus Gesundheitsgründen kurzfristig sehr günstig abzugeben. Chiffre 1204013

Foto-Aktienkurse

	16.02.2001	20.02.2002	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa	EUR 22,5	13,55	12,8	15,5
Bayer	EUR 53,1	33,4	33,15	38,75
Canon	YEN 4.100	4.370	3.150	5.330
Casio	YEN 855	469	410	888
CeWeColor	EUR 18,35	10,3	10,3	13,5
Dow Chemical	USD 38,2	29,8	23,66	39,67
Du Pont	USD 43,95	45,88	32,64	49,88
Eastman Kodak	USD 44,85	30,05	24,4	49,95
Fujifilm	YEN 4.450	3.880	3.320	5.550
Gevaert	EUR 44,7	34,5	23	45,25
Gretag Imaging	CHF 420	8,3	4,51	78,95
Hewlett-Packard	USD 36,35	19,87	32,5	34
Hitachi	YEN 1.028	790	745	1.380
ICI	GBP 511	346	248	536,5
Imation	USD 22,19	23,36	17,52	25,55
Jenoptik	EUR 31	19,63	19,6	23,4
Konica	YEN 760	710	580	965
Kyocera	YEN 11.290	7.310	7.000	13.040
Leica	EUR 10	5,65	5,5	6,2
Lintec Computer	EUR 27,3	5,1	4,6	7,7
Minolta Camera	YEN 601	212	92	627
Olympus	YEN 1.594	1.816	1.430	2.060
PixellNet	EUR 6,45	2,98	2,85	5,35
Polaroid	USD 6,32	0,07	0,05	6,38
Samsung	KRW 39	70,5	49,75	68,48
Sharp	YEN 1.500	1.480	999	1.895
Sony	YEN 8.300	6.000	3.960	10.340
Specter	EUR 9,35	13	6,13	13,5
Toshiba	YEN 695	443	384	842
Varta	EUR 13,8	14,1	13,7	14,7

Kurs: 1 EUR = 1,9583 DM

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

Fotofachgeschäft im Großraum Aachen aus gesundheitlichen Gründen kurzfristig günstig abzugeben, 100 qm, Vollsortiment, Paßbildstudio, digitales Minilab, Einkaufsstadt mit 60.000 Einwohnern; 16 Jahre am Ort. Chiffre 1204023

AGFA MSC 101 Bauj. Oktober 1998; reichhaltiges Zubehör; 4 Papiermagazine; Sorter; LCD-Index Print KIT; Index Image Prozessor; APS-Einrichtung; vollst. Dokumentation. AGFA Neupreis 222.600,- DM = 113.813,57 € (Rechnungsbelege vorhanden); Preis VB 45.500,- € (Gerät in bestem Zustand). Chiffre 1203853

Inserenten-Verzeichnis

Bremaphot	7	Minolta	31
C.A.T.-Verlag	49, 62, 63	Noritsu	2. U.
Canon	80 - 82, 3. U., 4. U.	VGP	45
Freutsmiedl	59	Kleinanzeigen	76 - 79
Goldammer	65		
Jobo	23	profi-contact	
Kodak	12, 13	California Sinbounce	6
Loersch	72		

Beilage: Multimedia-Home

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studientechnik Mit Verlegerbeilage „Der Handel“

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Birgit Höker, M.A.
Lidija Mizdrak, M.A.

Dipl. Journ. Herbert Päge
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:

Theo Six

Redaktion profi-contact:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Grunz
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 29 v. 1. Januar 2002

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Theo Six

Vertrieb:

Karin Engemann

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Druckerei Franz W. Wesel, Baden-Baden

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

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

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.

Der Abonnementspreis beträgt:

Inland: 38,50 € jährlich

Ausland: 60,00 € jährlich

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121



Kleinanzeigen • Angebote

www.fotolabor.de • 0228-623177

Kamera-Reparaturen

Nikon • Minolta • Minox
Coolpix • Coolscan

Nikon Vertragswerkstatt
Kompetent, preiswert, schnell

**KARL-FENZ
HOPFAUER**
KAMERA
SERVICE GmbH

Rhönstraße 18 • 97422 Schweinfurt

Tel. 09721/28566 • Fax 09721/25716

www.hopfauer-kameraservice.de • e-mail: hopfauer-kameraservice@t-online.de

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 –

GAF Vertragswerkstatt

**W
W**

Service für: Film- + Fototechnik

Kameras

Objektive

Filmkameras

Dia-Projektoren

Schmalfilm-Projektoren

aller Systeme

Wolfgang Würz

Elsterweg 7

51149 Köln (Porz-Ensen)

Telefon/Fax (022 03) 12136

STADLER

Wir reparieren für Sie

PENTAX

Konica

MINOX

GERMANY

Fotoreparatur-Service

Otto Stadler

Max-Eyth-Str. 7

D-73733 Esslingen

Telefon 0711 - 32 60 999

Telefax 0711 - 32 60 909

internet www.fotoservice-stadler.de

e-mail fotoservice-stadler@t-online.de

Gute und preiswerte Color-Chrom- Farb-ANSICHTSKARTEN

4-farb Druckträger WPK

Einbildkarte nach Dia € 110,-

2-4 Bildkarte nach Dia € 165,-

-incl. Proof-Andruck-

Auflagendruck

1500er Aufl. € 60,- p.1000 St.

3000er Aufl. € 45,- p.1000 St.

5000er Aufl. € 40,- p.1000 St.

10000er Aufl. € 35,- p.1000 St.

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

WOLFG. HANS KLOCKE VERLAG, Nieheimer Weg 13, 33100 Paderborn

Tel: 0 52 51 / 6 26 14 • Fax: 6 50 46 • E-Mail: Klocke-Verlag@web.de

DVD DVD DVD DVD DVD

jetzt auch bei:

Vierhheimer Video Transfer

ob vom Film, Normal 8, Super 8, 16 mm, Dias
oder

vom Video: VHS, SVHS, Hi 8, Mini DV

wir brennen auf



bis 30 Minuten Netto 102,- €

jede weitere Minute:

vom Film 3,40 € vom Video 2,60 €

Vierhheimer Video Transfer 68519 Viernheim
Schultheißen Str. 9 Tel.: 06204/71984

DVD DVD DVD DVD DVD

Einmalig verarbeitete Stativ aus eigener Fertigung. Rex-Köpfe und Kugelhöpfe in Spitzenqualität. Passbildrockner EL 300 und EL 500. Temperierbox für Passbildfilme HZ 200 u. HZ 250. Viele Zubehörteile und Sonderanfertigungen. Lumpig Feinwerktechnik, Unterer Mühlweg 51, 72827 Wannweil. T.: 07121/52456. F: 52477

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

Kameraservice SCHÄFER OHG



Hausanschrift
Moritzstraße 47
Ecke 1. Ring
65185 Wiesbaden

Postfachanschrift
Postfach 2767
65017 Wiesbaden

Telefon 0611/39679
Telefax 0611/378173

Öffnungszeiten

Mo – Fr 9 – 17 Uhr

Samstag 9 – 12 Uhr

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

Kleinanzeigen Verkäufe/Gesuche

Gutgehendes Fotogeschäft-Shop mit Video Paß und Portrait, ausbaufähig. J.U. 270.000,- wegen Umzug zu verkaufen, PnV. Mittlere Kleinstadt in der Lausitz, Elbe/Elster-Kreis, Land Brandenburg. Chiffre 1203873

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

Gelegenheit für Schnellentschlossene Biete Übernahme meines Foto- und Einrahmungsgeschäftes wegen Ruhestand zum 1.10.2002, ca. 240 qm, beste, zentrale Lage in 77971 Kippenheim, Tel. 0 78 25 / 96 67, Fax 97 18

Verkaufe Olympus P400 Thermosublimationsdrucker A4, neuw. f. 400 € + MwSt. + Versand. Tel. 01 73/9 48 81 05

Verkaufe Reprokamera Geisler A0, Agfa Rapilene 86, Kontaktkopiergerät Theimer, Auswaschbecken mit Unterschrank, Siebenwicklungsbecken 300 x 145 cm, Verkaufspreis ca. 5.000,- EUR Tel. 0 22 41 - 40 26 10

Videopaßanlage VST mit Drucker für 6er Paßset zu verkaufen. Preis 2.750,- €. **Foto Hage** 07768 Kahla, Roßstr. 29 Tel. 0 36424/50327

Fotourlaub auf Großsegelschiff Juni und Juli: Holländische Inseln, Dia-Entwicklung an Bord Tel. 05121/63209, Fax: 05121/63460

-- CCS FORM UND LICHT -- Beam-CCS-Sola-Windowlight Tel.: 04265/8772 Fax: 8792

Minilabbetrieb / Fotogeschäft ca. 60 qm in Kreisstadt (90.000 Einw.) aus Gesundheitsgründen kurzfristig sehr günstig abzugeben. Chiffre 1204013

Foto-Aktienkurse

	16.02.2001	20.02.2002	niedrigst./höchst. Aktienkurs der letzten 12 Monate	
Agfa	EUR 22,5	13,55	12,8	15,5
Bayer	EUR 53,1	33,4	33,15	38,75
Canon	YEN 4.100	4.370	3.150	5.330
Casio	YEN 855	469	410	888
CeWeColor	EUR 18,35	10,3	10,3	13,5
Dow Chemical	USD 38,2	29,8	23,66	39,67
Du Pont	USD 43,95	45,88	32,64	49,88
Eastman Kodak	USD 44,85	30,05	24,4	49,95
Fujifilm	YEN 4.450	3.880	3.320	5.550
Gevaert	EUR 44,7	34,5	23	45,25
Gretag Imaging	CHF 420	8,3	4,51	78,95
Hewlett-Packard	USD 36,35	19,87	32,5	34
Hitachi	YEN 1.028	790	745	1.380
ICI	GBP 511	346	248	536,5
Imation	USD 22,19	23,36	17,52	25,55
Jenoptik	EUR 31	19,63	19,6	23,4
Konica	YEN 760	710	580	965
Kyocera	YEN 11.290	7.310	7.000	13.040
Leica	EUR 10	5,65	5,5	6,2
Lintec Computer	EUR 27,3	5,1	4,6	7,7
Minolta Camera	YEN 601	212	92	627
Olympus	YEN 1.594	1.816	1.430	2.060
PixNet	EUR 6,45	2,98	2,85	5,35
Polaroid	USD 6,32	0,07	0,05	6,38
Samsung	KRW 39	70,5	49,75	68,48
Sharp	YEN 1.500	1.480	999	1.895
Sony	YEN 8.300	6.000	3.960	10.340
Spectra	EUR 9,35	13	6,13	13,5
Toshiba	YEN 695	443	384	842
Varta	EUR 13,8	14,1	13,7	14,7

Kurs: 1 EUR = 1,9583 DM

Kursangaben: Deutsche Bank AG, Filiale Ratingen

Fotofachgeschäft im Großraum Aachen aus gesundheitlichen Gründen kurzfristig günstig abzugeben, 100 qm, Vollsortiment, Paßbildstudio, digitales Minilab, Einkaufsstadt mit 60.000 Einwohnern; 16 Jahre am Ort. Chiffre 1204023

AGFA MSC 101 Bauj. Oktober 1998; reichhaltiges Zubehör; 4 Papiermagazine; Sorter; LCD-Index Print KIT; Index Image Prozessor; APS-Einrichtung; vollst. Dokumentation. AGFA Neupreis 222.600,- DM = 113.813,57 € (Rechnungsbelege vorhanden); Preis VB 45.500,- € (Gerät in bestem Zustand). Chiffre 1203853

Inserenten-Verzeichnis

Bremaphot	7	Minolta	31
C.A.T.-Verlag	49, 62, 63	Noritsu	2. U.
Canon	80 - 82, 3. U., 4. U.	VGP	45
Freutsmiedl	59	Kleinanzeigen	76 - 79
Goldammer	65		
Jobo	23	profi-contact	
Kodak	12, 13	California Sinbounce	6
Loersch	72		

Beilage: Multimedia-Home

IMPRESSUM

imaging+foto-contact

Fachzeitschrift für Foto, digitale Bildverarbeitung, Video, Labor- und Studientechnik Mit Verlegerbeilage „Der Handel“

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

Herausgeber:

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

Redaktion:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Dipl. Kfm. Andreas Blömer
Birgit Höker, M.A.
Lidija Mizdrak, M.A.

Dipl. Journ. Herbert Päge
Jutta Ramlow
Dipl.rer.pol. Karla Schulze

Neuheitenredaktion:

Theo Six

Redaktion profi-contact:

Jürgen Günther

Text- und Bildbeiträge:

Horst-Dieter Lehmann, Heinz Jörg Meyerhoff,
Ulrich Vielmuth

Anzeigen:

Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich)
Ralf Grunz
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 29 v. 1. Januar 2002

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Dieter Heilenbach, Theo Six

Vertrieb:

Karin Engemann

Satz- und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Druck:

Druckerei Franz W. Wesel, Baden-Baden

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

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

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

Erscheinungsweise:

imaging+foto-contact erscheint zum 1. des Monats, außer am 1. Januar.

Der Abonnementspreis beträgt:

Inland: 38,50 € jährlich

Ausland: 60,00 € jährlich

Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1430-1121



10.085 Abonnenten (IVW 4/2001)

lesen Monat für Monat imaging+foto-contact – die größte Fachzeitschrift der Fotobranche – mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige.

Zusätzlich zur regulären Auflage erhalten alle in der Handwerksrolle eingetragenen Berufsfotografen imaging+foto-contact, dem profi-contact – das offizielle Organ deutscher Berufsfotografen-Verbände – beiliegend.

imaging+foto-contact erscheint 11 x jährlich mit einer Auflage von 10.800 Exemplaren bundesweit (IVW 4/2001). Mit Ihrer Klein- oder Personalanzeige sprechen Sie gezielt Fachanwender, Profifotografen und Fachhändler an. Für Klein- und Personalanzeigen gilt der im Verhältnis zur hohen Auflage von 110.800 Exemplaren besonders günstige Sondertarif mit einer Ermäßigung von 50% gegenüber den Textteilanzeigen. So kostet eine 1/4 Seite im Textteil 645,- €, im Klein- und Personalanzeigenteil nur 323,- €. Für Chiffre-Anzeigen wird eine einmalige Gebühr von 5,20 € berechnet (von Rabatten aus der Mal- und Mengentafel sind Klein- und Personalanzeigen ausgenommen). Berechnungsgrundlage Ihrer Klein- und Personalanzeige ist die Anzahl der Spalten und die Höhe Ihrer Anzeige in mm. Nachfolgend zeigen wir Ihnen einige Preis- und Gestaltungsbeispiele (nach der z. Zt. gültigen Anzeigenpreisliste Nr. 29 v. 01.01.2002) für Ihre Klein- oder Personalanzeige im imaging+foto-contact:

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

Wir verkaufen
1 B 17-Profilfilm, Hängemaschine, 2 Jahre alt -, Preis VB;
1 Schnellfix 007 + Sleeper, autom. Diarahmungs- und Eintauschgerät, fast neu - Preis VB.
Fotolabor Muster
Telefon 000/0000000

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

Fotografen/-in

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

Foto Studio • Rudi-Mustermann-Allee 86 • 01000 Dresden

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

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

zum

mm-Preis von

1,61 € x 85 mm hoch =

136,85 €

zzgl. gesetzl. MwSt.

foto
contact
IMAGING + FOTO-CONTACT

Auftrag

Klein- und Personalanzeigen

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

- ☐ einmal in der nächstmöglichen Ausgabe
☐ in den Ausgaben

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

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

☐ Ich bitte um Zusendung der aktuellen Anzeigenpreisliste.

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

D - 40832 Ratingen

Gelegenheits- und Stellenanzeigen

Mein Anzeigentext lautet:

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

IVW: 3/2002

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

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

Ort, Datum

Unterschrift/Firmenstempel
mit genauer Anschrift

you can
Canon

digital_video

Die neue MV 500-Serie: *Eine Familie mit Programm*

Perfekte Digitaltechnik, die alle Möglichkeiten der Nachbearbeitung am PC gleich mitbringt – mit der MV 500-Serie von Canon bieten Sie den Einsteigern ins Filmgeschäft nicht nur hervorragende digitale Camcorder, sondern auch genau die Programme, die angehende Regisseure für individuelle Filmsequenzen brauchen.

Um hervorragende Filme in digitaler Qualität zu produzieren, bieten die Camcorder im kompakten eleganten Design Technik, die sich sehen lassen kann:

- ▶ Canon-Objektiv mit 22fachem optischem Zoom (MV 550i) bzw. mit 18fachem optischen Zoom (MV 530i, 500i und 500)
- ▶ Night Mode-Funktion für Aufnahmen bei schlechter Beleuchtung
- ▶ Elektronischer Bildstabilisator zum Ausgleich von Verwacklern
- ▶ 2,5 Zoll Farb-LCD-Monitor für perfekte Kontrolle bei der Aufnahme

Für die perfekte Verbindung zur Weiterverarbeitung ist ebenfalls gesorgt:

- ▶ Dank USB-Anschluss (nur MV 550i / 530i) lassen sich Stehbilder direkt auf den PC übertragen
- ▶ SD- und Multi-Media-Card liefern höchste Speicherkapazität. (nur MV 550i und MV 530i)
- ▶ IEEE 1394 kompatibler DV-in und Analog-Line-in (nicht bei MV 500)



CeBIT
HANNOVER
12. - 20. 9. 2002

Canon auf der CeBIT
Halle 1; Stand 5b2 / 4e4

Auch der Kreativität in Sachen Nachbearbeitung sind keinerlei Grenzen gesetzt. Folgende Programme gehören zur serienmäßigen Ausstattung der MV 500-Serie:

- ▶ Videoworks unterstützt die Videonachbearbeitung (nur i-Modelle)
- ▶ Photostitch, ZoomBrowser (Windows) bzw. ImageBrowser (Mac) liefern alle Tools zur Fotonachbearbeitung (nur MV 550i und MV 530i)

Preise:

MV 550i	1.199,00* EUR
MV 530i	999,00* EUR
MV 500i	899,00* EUR
MV 550	799,00* EUR



Umfangreiches Zubehör erweitert die individuellen Möglichkeiten der neuen digitalen Serie:

▶ Weitwinkel-Konverter WD 30,5	142,99* EUR
▶ Tele-Konverter TL 30,5	142,99* EUR
▶ Filterset FS 30,5	75,99* EUR
▶ Richtmikrofon DM 50 (nur MV 550i)	199,99* EUR
▶ Videoleuchte VL 3 (nur MV 550i)	59,99* EUR
▶ Tasche Mary	39,99* EUR
▶ Tasche Paul	49,99* EUR

* Unverbindliche Preisempfehlung inkl. MwSt. der Canon Deutschland GmbH mit Original-Canon-Garantiekarte. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. Stand: Februar 2002

you can
Canon

digital_kameras

Sechs Richtige! *Die neue EOS D60*

Wer die Vorteile der digitalen Fotografie schätzt, auf die Flexibilität der Spiegelreflex-Kameras jedoch nicht verzichten will, der braucht eine EOS D60. Gerade für die kommerzielle Dokumentation, wie sie beispielsweise bei Gutachtern, Architekten oder Zahnärzten häufig gefordert wird, ist sie mit ihren 6,52 Millionen Bildpunkten ein perfektes Werkzeug.

Natürlich genügt die neue digitale EOS nicht nur allen erdenklichen professionellen Ansprüchen – auch die Fotoenthusiasten unter Ihren Kunden werden sich für die neue Systemkamera begeistern. Denn schließlich beeindruckt sie mit brillanter Technik und mit einem umfangreichen Zubehörprogramm – zum Beispiel mit verschiedensten EF-Objektiven, Blitzanlagen und weiterem nützlichen Accessoires.

Natürlich kommt die EOS D60 mit einer Reihe von neuen technischen Details zu Ihnen in den Handel:

Die effektive Auflösung von 6,3 Millionen Bildpunkten sorgt für exzellente Bildqualität. Der Sensor liefert im 24-Bit-RGB-Modus



rund 18 Megabyte große Dateien. Damit sind Prints in Fotoqualität selbst im DIN A3-Format möglich.

Der verbesserte Autofokus der D60 stellt auch bei schlechten Lichtbedingungen in kürzester Zeit scharf. Die gleichzeitige Verfügbarkeit von JPEG- oder RAW-Daten, zusätzliche Custom-Funktionen und erweiterte Sucher-Informationen sorgen für perfekte Speichermöglichkeiten und komfortable Bedienbarkeit.

Viele weitere technische Features hat die D60 von ihrer Vorgängerin, der D30 übernommen: Dazu zählen 11 Belichtungsprogramme, die Serienbildfunktion mit bis zu 3 Aufnahmen/Sek., der Compact Flash (TypII)-Steckplatz, die schnelle USB-Schnittstelle sowie der leistungsfähige Lithium-Ionen-Akku. Alle Bedienungselemente sind an die bewährte Anordnung der EOS-Modelle angelehnt, so dass der Umstieg von analoger auf digitale Fotografie keinesfalls schwer fällt.

you can
Canon

kompakt_kameras

Technik, die sich rechnet: *Die Prima Super 155*



Perfekte Canon-Technik in kompaktem Metallic-Look-Gehäuse – und das alles zu einem enorm günstigen Preis. Lauter Argumente, mit denen Sie Ihre Kunden von der neuen Prima Super 155 überzeugen werden.

Die Prima Super 155 arbeitet mit einem beeindruckenden 4,2-fach Zoom und erreicht eine Brennweite von 155 mm bei Blendenwerten von 4,8 - 11,7. Dabei ermöglicht die Naheinstellgrenze einen für diese Kameraklasse ungewöhnlichen niedrigen Abstand von bis zu

48 cm. Wie in der neuen Ixus III ist auch hier eine technologische Neuheit für perfekte Belichtungs- und Autofokus-Messung verantwortlich: Das AE/AF-Element sorgt mit seiner brennweitenabhängigen Messung gerade im üppigen Zoombereich der neuen Prima Super für

perfekte Einstellungen. Praktisch und unkompliziert wird die neue Kompakte durch den „Personal-Modus“ – hier speichert der Anwender persönlich favorisierte Einstellungen einfach ab und spart sich so die möglicherweise langwierige Funktionswahl per Menü.

Prima Super 155: Die Technik im Detail

- ▶ **Kameratyp** Vollautomatische Kleinbildkamera mit Zentralverschluss, Zoomobjektiv und Aluminiumgehäuse
- ▶ **Aufnahmeformat** 24 x 36 mm
- ▶ **Sucher** Realbild-Zoomsucher mit Dioptrineinstellung
- ▶ **Brennweite** 4,2-fach Zoom 37-155 mm
- ▶ **Lichtstärke** F4,8 - 11,7
- ▶ **Optischer Aufbau** 11 Linsen in 10 Gruppen (davon 1 Linse asphärisch)
- ▶ **Autofokus** Passives 3-Punkt AIM-Autofokussystem. Mit brennweitenabhängiger Wahl der Autofokussensoren (3 aus 7)

- ▶ **Belichtungsprogramme** Wählbar über Einstellrad an der Rückseite: Vollautomatik, Spot, Action, Nacht, Nahaufnahme, Portrait, Personal
- ▶ **Einstellbereiche** Weitwinkel: 0,60 m; Tele: 0,75 m; Macro 0,48 m
- ▶ **Belichtungssteuerung u. -messsystem** AE/AF-System mit Canon-CMOS-Sensor. Autofokus- und brennweitenabhängige Messung (insg. 16 Sensoren: 7 Spotsensoren gekoppelt mit AF, 4 Sensoren für Weitwinkel-Bereich, 4 für mittleren Bereich, 1 für Tele-Bereich)
- ▶ **Wählbare Messmethode** Mehrfeld-, Spotmessung

- ▶ **Verschlusszeiten** 4 Sekunden - 1/790s
- ▶ **Eingebautes Blitzgerät** Zoom-Blitzgerät mit automatischer Zündung bei schwachem und Gegenlicht
- ▶ **Abmessungen** 112 x 59,5 x 48,3 mm
- ▶ **Gewicht** 220 g (ohne Batterien)

Preise:

Prima Super 155	249,99* EUR
Prima Super 155 Caption mit Datumeinbelichtungsfunktion	279,99* EUR

Der AE/AF Sensor: Canon-Entwicklung für IXUS III und Prima Super 155.

Normalerweise messen Sucherkameras Entfernung und Belichtung nicht durch das Objektiv, sondern über eine externe Messzelle. Der Nachteil dieser Messung: Beim Zoomen verändert sich der Messwinkel nicht, so dass gerade bei Teleein-

stellungen auch solche Bereiche gemessen werden, die später gar nicht auf dem Bild erscheinen.

Um solche Fehlmessungen zu korrigieren, arbeitet der neue, von Canon entwickelte Sensor mit insgesamt 16 Messfeldern, die alle Einstellungen vom Weitwinkel- bis zum Telebereich abdecken. Von diesen

Messfeldern werden nur diejenigen aktiviert, die für die jeweilige Messung relevant sind.

Auf diese Weise entsteht im gesamten Zoombereich für Belichtung und Schärfeneinstellung eine perfektes Messergebnis, das sonst nur Spiegelreflexkameras erreichen.

you can
Canon

kompakt_kameras

Die IXUS III: *Kultobjekt als Verkaufsschlager*



Das schöne an echten Kultobjekten – sie verkaufen sich wie von selbst. Bestes Beispiel: die IXUS I und II, die mit perfektem Aussehen und intelligenter Technik für jede Menge Aufsehen und beeindruckende Verkaufszahlen gesorgt haben.

Ein Erfolg, an den die neue IXUS III zweifellos anknüpfen wird. Und zwar nicht nur, weil sie Schönheit und Intelligenz geerbt hat. Sondern auch, weil sie ein paar

äußerst beeindruckende Eigenschaften entwickelt hat, die sie zu einer Canon-typischen, innovativen APS-Kamera machen.

So kommt die Schönheit nicht nur in ultra-coolem polierten Alufinish daher, ihr handy-typisches 1:2 Format gibt ihr darüber hinaus ein völlig neues individuelles Aussehen. Lediglich 150 g (ohne Batterien) sind nötig, um neben der bewährten perfekten APS-Technik ein paar äußerst interessante neue Features im Gehäuse unterzubringen;

Das Schmuckstück im Hosentaschenformat arbeitet mit einer Autofokus- und Belichtungsmessung über einen neuartigen AE/AF-Sensor – eine technische Innovation, die von Canon jetzt erstmals eingesetzt wird. Dieser Sensor macht eine brennweitenabhängige Mehrfeldmessung möglich, die für korrekte Belichtung und Schärfeneinstellung über den gesamten Zoombereich sorgt.

Ebenfalls für hervorragende Bildqualität verantwortlich ist das aufwendig konstruierte 2,3-fach Zoom, das Naheinstellungen bis 45 cm erlaubt. Belichtungszeiten bis zu zwei Sekunden ermöglichen Langzeitaufnahmen mit und ohne Blitzlicht. Auch in Sachen Handlichkeit und Bedienkomfort ist die neue IXUS bestens ausgerüstet: Das Objektiv wird durch einen Schieber geschützt, der gleichzeitig als Hauptschalter fungiert. Alle Einstellungen zeigt das Display auf der Kamerarückseite, das sich im Dunkeln blau beleuchten lässt.

Ein neu entwickeltes Blitzladekonzept ermöglicht Fotografieren im Energiesparmodus. Und die gewohnt durchdachten APS-Funktionen machen auch die neue IXUS III zu einer echten IXUS.

Preis:

IXUS III 249,99* EUR

IXUS III: Die Technik im Detail

- **Kameratyp** Vollautomatische Sucherkamera mit Zentralverschluss, Zoomobjektiv und Aluminiumgehäuse
- **Aufnahmeformat** Advanced Photo System - APS
- **Sucher** Realbild-Zoomsucher
- **Brennweite** 2,3-fach Zoom 23,5 - 54 mm
- **Lichtstärke** F4,8 - 7,6
- **Optischer Aufbau** 6 Linsen in 6 Gruppen
- **Autofokus** Passives 3-Punkt AIM-Autofokussystem. Mit brennweitenabhängiger Wahl der Autofokussensoren (3 aus 7)
- **Belichtungsprogramme** Vollautomatik
- **Einstellbereiche** Weitwinkel: 0,45 m; Tele: 0,45 m
- **Belichtungsmesssystem** AE/AF-System mit Canon-CMOS-Sensor. Autofokus- und brennweitenabhängige Messung (insg. 16 Sensoren: 7 Spotsensoren gekoppelt mit AF, 4 Sensoren für Weitwinkel-Bereich, 4 für mittleren Bereich, 1 für Tele-Bereich)
- **Wählbare Messmethode** Mehrfeld-, Spotmessung (mit AF-Messfeld gekoppelt)
- **Filmempfindlichkeitseinstellung** ISO 25/15° bis 10000/41°; automatische Einstellung nach DX-Code in vollen Stufen
- **Verschlusszeiten** 2 Sekunden - 1/660s
- **Eingebautes Blitzgerät** Zoom-Blitzgerät mit automatischer Zündung bei schwachem und Gegenlicht
- **Blitzbetriebsarten** Vollautomatik ohne Verringerung roter Augen, Vollautomatik mit Verringerung roter Augen, Blitz EIN, Blitz AUS, Langzeitsynchronisation mit Verringerung roter Augen
- **APS Features** Mid Roll Change (MRC), Titelseitenblendung (6 Sprachen, 5 Typen), PQI, Print Count
- **Gewicht** 150 g (ohne Batterien)

you can
Canon

Schönheitsideal:
Die IXUS III ist da

Technik kompakt:
Die Prima Super 155

Sechs Richtige!
Die neue EOS D60

Eine Familie mit Programm:
Die neue MV 500-Serie

flash

März 2002

